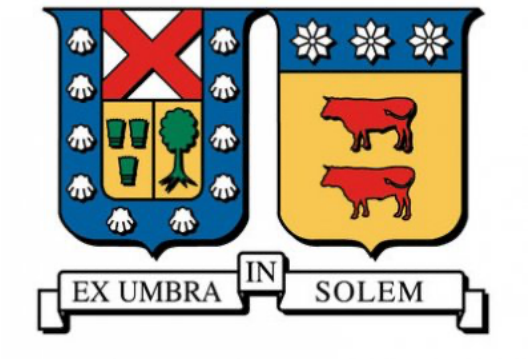


UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA GAMER EN EL SECTOR PONIENTE DE LA REGIÓN METROPOLITANA.

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERIO COMERCIAL

ISAAC ESTEBAN TOBAR ARELLANO

PROFESOR GUÍA

JUAN TAPIA G.

SANTIAGO DE CHILE, ENERO 2024

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIDENCIALIDAD DE MONOGRAFÍA A REPOSITORIO ACADÉMICO

1.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO

Tipo de monografía (marcar una opción): ■ Memoria o trabajo de título ☐ Tesis de Postgrado

Título del trabajo: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA CASA GAMER EN EL SECTOR PONIENTE DE LA REGIÓN METROPOLITANA

Nombre del candidato(a): ISAAC ESTEBAN TOBAR ARELLANO

Carrera / Grado: INGENIERÍA COMERCIAL

Campus: VITACURA **Departamento:** COMERCIAL

2.- VALIDACIÓN DEL PROFESOR GUÍA/DIRECTOR DE TESIS

Yo, JUAN FRANCISCO TAPIA GERTOSIO, en mi calidad de profesor(a) guía/director(a) del trabajo académico mencionado anteriormente **DEJO CONSTANCIA** que:

- He revisado esta versión del documento y corresponde a la versión final aprobada del trabajo.
- El trabajo cumple con los requisitos académicos y de formato establecidos por la institución.

3.- EVALUACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD POR PROPIEDAD INDUSTRIAL (marcar una opción)

■ El trabajo **NO contiene** información que amerite confidencialidad y puede ser publicado de inmediato en repositorio con acceso abierto.

☐ El trabajo **CONTIENE** información con potenciales implicancias de propiedad industrial o intelectual y requiere un periodo de confidencialidad (**embargo**) por **(marcar una opción)**:

☐ 6 meses ☐ 12 meses ☐ 2 años ☐ 3 años ☐ 5 años ☐ 10 años

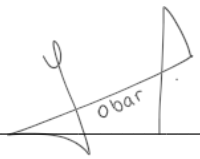
Fundamentación de la necesidad de confidencialidad (obligatorio si se solicita embargo):

4.- FIRMAS

Profesor(a) guía o director(a) de memoria o tesis:

Fecha: 15 de nov. de 26 **Firma:** 

Estudiante o Candidato(a):

Fecha: 15 de nov. de 26 **Firma:** 

Este formulario debe ser insertado como página 2 de la memoria o tesis, completado y firmado por estudiante y profesor(a) antes de la entrega en portal PRISMA de Biblioteca USM.

Contenido

1. Resumen Ejecutivo 4
2. Problema De Investigación 7
3. Objetivos 11
   3.1. Objetivo General 11
   3.2. Objetivos Específicos 11
4. Marco Teórico 12
   4.1. Antecedentes Generales 12
   4.2. Conceptos claves 14
      4.2.1. Emprendimiento 14
      4.2.2. Desarrollo sustentable 14
   4.3. Emprendimiento en sector de videojuegos 15
   4.4. Antecedentes globales 16
   4.5. Antecedentes nacionales 17
   4.6. Estratificación de empresas en Chile 18
   4.7. Segmentación del emprendimiento en Chile 19
   4.8. Descripción del Entorno 21
      4.8.1. Maipú 21
      4.8.2. Indicadores demográficos 21
   4.9. Población de la comuna por grupos etarios 22
   4.10. Indicadores económicos según tipos de empresas 23
   4.11. Herramientas de análisis estratégico 24
      4.11.1. 5 fuerzas de Porter 24
      4.11.2. PEST 26
   4.12. Modelo de negocios CANVAS 28
5. Metodología 31
   5.1. Proceso de Investigación 31
      5.1.1. Análisis del entorno 31
      5.1.2. Plan de Marketing 32
      5.1.3. Análisis Económico 33

6. Desarrollo del Modelo de Negocios 34
6.1. Análisis del Entorno 34
6.1.1. Análisis PEST 34
6.1.2. Modelo CANVAS 40
6.2. Plan de Marketing 47
6.2.1. Segmentación de Clientes 47
6.2.2. Selección del Mercado Objetivo 48
6.3. Competencia 49
6.4. Marketing Estratégico 49
6.5. Marketing Mix 50
7. Resumen de la Propuesta de Investigación 51
8. Análisis Económico 53
8.1. Cantidad de Usuarios 53
8.2. Ventas 53
8.3. Costos 56
8.3.1. Costos Fijos 56
8.3.2. Costos Variables 57
8.3.3. Inversión Inicial 58
8.3.4. Rentabilidad 58
9. Conclusiones 59
10. Referencias 61

1. Resumen Ejecutivo

El emprendimiento es de gran importancia para el desarrollo económico y social de Chile. A continuación, se detallan algunas de las razones: **Generación de empleos**: El emprendimiento es una fuente importante de empleo en Chile, especialmente para jóvenes y personas con poca experiencia laboral. Los emprendedores crean sus propias empresas y contratan a personas para ayudar a hacer crecer su negocio; **innovación y creatividad**: Los emprendedores son los motores de la innovación y la creatividad. Al comenzar un negocio, los emprendedores buscan solucionar problemas o satisfacer necesidades no satisfechas en el mercado, lo que a menudo conduce a la creación de productos o servicios innovadores; **diversificación de la economía**: El emprendimiento ayuda a diversificar la economía de Chile. En lugar de depender de un solo sector, como la minería o la agricultura, el emprendimiento fomenta la creación de empresas en diversos sectores, lo que reduce la dependencia económica de Chile en un solo sector; **aumento de la competitividad**: La competencia es buena para la economía, y el emprendimiento ayuda a aumentar la competencia. Los emprendedores crean empresas que compiten con las empresas establecidas en el mercado, lo que obliga a estas últimas a mejorar sus productos y servicios para seguir siendo competitivas; **mejora del bienestar social**: El emprendimiento también tiene un impacto positivo en el bienestar social. Los emprendedores pueden crear empresas que generen un impacto social positivo, como empresas que ofrecen productos o servicios que mejoran la calidad de vida de las personas o que abordan problemas sociales como la pobreza o la desigualdad.

En resumen, el emprendimiento es un factor clave para el crecimiento económico y social de Chile, y es importante que se siga fomentando y apoyando a los emprendedores en el país.

Por otro lado, los videojuegos tienen una gran importancia en Chile en varios aspectos:

- Contribuyen al desarrollo de la industria del entretenimiento: Los videojuegos son una de las industrias del entretenimiento que más crecimiento ha experimentado en los últimos años. En Chile, esta industria ha ido ganando terreno, con la creación de empresas desarrolladoras de videojuegos y el aumento en la venta de consolas y juegos. Esto se traduce en una fuente de empleo y una oportunidad de crecimiento para el país.

- Promueven la creatividad y la innovación: Los videojuegos son una forma de expresión artística y de entretenimiento que implica la creatividad y la innovación. En la medida que se desarrollan nuevos juegos, se estimula el pensamiento creativo y la exploración de nuevas ideas, lo que puede contribuir al desarrollo de nuevas tecnologías y soluciones a problemas cotidianos.

- Fomentan el aprendizaje: Muchos videojuegos están diseñados para estimular el aprendizaje, la resolución de problemas y el trabajo en equipo. En Chile, se ha venido utilizando esta herramienta para mejorar la educación, ofreciendo opciones didácticas y entretenidas que pueden ayudar en el proceso de aprendizaje de niños, jóvenes y adultos.

- Generan comunidades: Los videojuegos fomentan la creación de comunidades y el intercambio de experiencias. En Chile, hay una comunidad gamer muy activa, que se reúne en ferias y eventos especializados, lo que contribuye a la creación de redes de contactos y amistades.

- Contribuyen a la economía: El sector de los videojuegos tiene un gran potencial económico en Chile. La creación de empresas desarrolladoras de videojuegos, la venta de consolas y juegos, así como la organización de eventos y ferias relacionadas con los videojuegos, generan un importante impacto económico en el país.

En resumen, los videojuegos tienen una gran importancia en Chile en diversos aspectos, como la contribución al desarrollo de la industria del entretenimiento, la promoción de la creatividad y la innovación, el fomento del aprendizaje, la generación de comunidades y la contribución a la economía.

2. Problema De Investigación

A medida que han avanzado los años, la sociedad ha aumentado el consumo de aparatos electrónicos, en conjunto con este aumento, las empresas han desarrollado tecnologías cada vez más avanzadas, las que por su parte son cada vez más codiciadas y llamativas para los consumidores. Dentro de estos aparatos podemos encontrar artefactos de uso cotidiano como el celular o el computador, los cuales ya no son un simple lujo como se pudo percibir hace unas décadas atrás, sino que, pasaron a ser prácticamente una necesidad en el diario vivir, tanto para poder comunicarse de manera rápida y efectiva, como para poder realizar los quehaceres de una forma remota. En época de pandemia, el teletrabajo tomó mucha fuerza para poder combatir los contagios y apoyar el confinamiento vivido.

El teletrabajo, ofrece la posibilidad de que los trabajadores realicen sus labores asalariadas, de manera independiente y sin la necesidad de estar físicamente presente en el lugar de trabajo correspondiente, sino que, estas labores pueden ser realizadas y desarrolladas a kilómetros de distancia, cumpliendo básicamente el mismo rol. Esta dinámica es un arma de doble filo, ya que, tiene efectos tanto positivos, como negativos. Por una parte, existe una mayor flexibilidad en cuanto a horarios y actividades que se pueden realizar, por ejemplo, hacer deporte, o estar más tiempo con la familia. Pero, por otro lado, las relaciones interpersonales de los trabajadores se ven muy afectadas, además de que el desarrollo profesional de los trabajadores se ve limitado, y por ende no existe mayor progreso de esta forma.

Otro de los usos más típicos de la tecnología es para combatir los momentos de ocio, tanto el uso de redes sociales como videojuegos son los factores más determinantes a la hora de abordar

este tema. Ambos agentes con el paso de los años han generado la necesidad de actualizar los componentes utilizados por los usuarios para poder disfrutar de ellos con la mejor experiencia posible. Primero, las redes sociales (Instagram, Tiktok, Facebook, Whatsapp, entre otros) han influenciado principalmente en la constante renovación de teléfonos celulares del público objetivo, los cuales siempre luchan por estar a la vanguardia con respecto a sus círculos sociales, y así intentar parecer más feliz de lo que realmente se siente (Gómez V. & Jiménez A. 2022). Por otro lado, los videojuegos, que constituyen una industria cultural de masas, tienen una influencia cada vez mayor tanto a nivel económico como sociocultural (Martínez R. 2022), esto debido a la constante necesidad de actualización de componentes en los artefactos utilizados para poder llevar a cabo estas actividades. Estos artefactos pueden ser computadores (laptops o gabinetes) o consolas, además de los accesorios agregados a estos artefactos (monitores, teclados, mouse, audífonos, entre otros), sin contabilizar el espacio físico destinado para estos artefactos y los muebles utilizados (escritorio, silla, luces, entre otros). En el caso de los gabinetes hay que destacar la gran variedad de componentes disponibles en el mercado para poder elegir y mejorar las especificaciones de estos, a medida que se ajusten al presupuesto del consumidor en específico. Cabe destacar, que mientras mayor es el presupuesto de la persona, mejor es el nivel de experiencia a la hora de disfrutar los videojuegos, ya que, contará con componentes de mejor calidad y de mayor capacidad.

Con respecto a este último caso, juegan un rol fundamental los ingresos mensuales que perciben las familias chilenas y cuanto de ello se destina con fines de entretención. De acuerdo con estadísticas del Gobierno de Chile, el ingreso promedio mensual para el año 2022 fue de $757.752, pero más del 50% de la población percibió un ingreso de hasta $502.604 mensuales, lo

cual hace que sea prácticamente imposible adquirir un computador o una consola de altas especificaciones sin la necesidad de endeudarse.

Para poder combatir este vacío, sin la estricta necesidad de que las personas tengan que invertir en uno de los aparatos mencionados anteriormente, existe la opción de traer de vuelta los antiguos ciber, los cuales eran espacios físicos con computadores con acceso a internet, y por los cuales se pagaba un arriendo por minutos. En este caso, la denominada Casa Gamer contaría con computadores y consolas, los cuales serían de alta gama, con especificaciones más altas que el promedio y busca brindar la oportunidad a aquellas personas que no son capaces de costear un producto de estas características, por un arriendo en un tiempo determinado.

Mediante el siguiente análisis se busca identificar los diferentes beneficios para los habitantes del sector poniente de la Región Metropolitana la instalación de una Casa Gamer, específicamente en la comuna de Maipú.

Esperando poder responder las siguientes preguntas:

¿Cuáles son las diferentes herramientas utilizadas para comprender el comportamiento del mercado objetivo?

¿Cómo impacta la tecnología en la vida diaria de las personas en general?

¿Cuáles son los pasatiempos comunes relacionados directamente con el avance de las tecnologías digitales en nuestra sociedad?

¿Cómo se integran e introducen los jóvenes al mundo virtual, y qué papel desempeñan las plataformas de redes sociales en esto?

¿Cuáles son los beneficios de los avances tecnológicos en la mejora de la calidad de vida, y cuáles son algunos ejemplos de productos y servicios que han contribuido a este proceso?

¿Cómo contribuye la tecnología a la creación de empleo y riqueza, y cuáles son algunos ejemplos de industrias que han surgido como resultado de la innovación tecnológica?

¿De qué manera la tecnología mejora la eficiencia en los procesos de producción y la gestión empresarial, y cuáles son algunos ejemplos de cómo se ha logrado esto mediante la automatización, la optimización y la digitalización?

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Diseñar un modelo de negocio para un emprendimiento gamer localizado en la comuna de Maipú, Región Metropolitana, con el propósito de generar una estrategia de posicionamiento y realizar recomendaciones para su implementación.

3.2. **Objetivos Específicos**

- Describir la industria del microemprendimiento, enfocado principalmente al servicio del entretenimiento tecnológico.
- Realizar una segmentación de clientes, y así poder generar diversas propuestas de valor para los diferentes segmentos apostados.
- Desarrollar a lo largo del estudio, diferentes herramientas con el fin de entender el comportamiento del mercado objetivo.
- Desarrollar y definir un plan de marketing y operaciones para lograr una puesta en marcha exitosa y duradera a lo largo del tiempo.
- Desarrollar una evaluación de viabilidad técnica y económica para la puesta en marcha del proyecto.

4. Marco Teórico

4.1. Antecedentes Generales

Vivimos en un mundo donde la tecnología se hace cada vez más presente en el día a día de la población en general, y por la misma razón los pasatiempos más comunes están directamente relacionados con el avance de tecnologías digitales en nuestra sociedad. Los jóvenes están cada vez más integrados e introducidos en el mundo virtual, y las redes sociales presentan cada vez mayor atención en ellos. Además, todos los avances tecnológicos tienen beneficios como mejorar la calidad de vida, debido a que la tecnología ha permitido el desarrollo de productos y servicios que ayudan en este proceso. Desde dispositivos médicos que salvan vidas hasta aplicaciones de transporte que hacen más eficiente el desplazamiento urbano, la tecnología ha tenido un impacto muy positivo en la vida de las personas. Facilita el acceso a la información, haciendo que esté más accesible que nunca. Gracias a la conexión a internet, hoy es posible acceder a una cantidad inimaginable de información en cuestión de segundos. Esto no solo facilita el aprendizaje y la formación, sino que también permite la comunicación y el intercambio de ideas en tiempo real. Genera empleo y riqueza, ya que, la tecnología es un motor económico muy importante. La innovación tecnológica ha creado nuevas oportunidades de negocio y empleo en todo el mundo, lo que ha generado riqueza y desarrollo en muchas sociedades. Además, la tecnología ha permitido el surgimiento de nuevas industrias, como la de la inteligencia artificial, la robótica o la realidad virtual, que tienen un enorme potencial de crecimiento en el futuro. Mejora la eficiencia en procesos productivos y en la gestión de empresas. La automatización de tareas, la optimización de procesos y la digitalización de la información han permitido que muchas empresas sean más eficientes y competitivas. Favorece el desarrollo sostenible, ya que, la tecnología también puede

ayudar a reducir el impacto ambiental de la actividad humana. Gracias a la tecnología, es posible desarrollar soluciones más eficientes en el consumo de energía, en el tratamiento de residuos o en la gestión de los recursos naturales, entre otros.

Por otro lado, los videojuegos han tomado un papel fundamental a la hora de la recreación de los jóvenes, ya que, les permiten disfrutar de un tiempo libre en un ambiente lúdico y entretenido, generan entretenimiento gracias a que los videojuegos ofrecen una gran variedad de opciones, desde juegos de acción hasta simuladores de vida. La diversidad de opciones de juego permite que los jóvenes encuentren títulos que se ajusten a sus intereses y gustos. Además, ofrecen desarrollo de habilidades en los jóvenes, como la coordinación mano-ojo, la capacidad de resolución de problemas, el pensamiento estratégico y la toma de decisiones rápidas. Estas habilidades pueden ser útiles tanto en la vida diaria como en el ámbito académico y laboral. Por otro lado, ayudan al proceso de socialización. Muchos juegos ofrecen opciones multijugador en línea o en modo cooperativo, lo que les permite jugar con amigos o conocer gente nueva en línea. De esta manera, los jóvenes pueden desarrollar habilidades sociales y establecer relaciones con personas que compartan sus intereses. Y por último los videojuegos son una forma de entretenimiento muy accesible para los jóvenes, ya que la mayoría de los dispositivos de juego son relativamente asequibles y están disponibles en el mercado. Además, muchos juegos ofrecen opciones de personalización que les permiten a los jóvenes ajustar la dificultad del juego y la configuración de los controles a su gusto.

4.2. Conceptos claves

4.2.1. Emprendimiento

El emprendimiento se define como la capacidad de identificar una oportunidad de negocio y organizar los recursos necesarios para llevarla a cabo. Es el proceso de crear algo nuevo y valioso para el mercado a través de la creación de un nuevo negocio, la introducción de un nuevo producto o servicio, o la mejora de un proceso existente.

El emprendimiento implica la iniciativa, la creatividad, la innovación y la capacidad de asumir riesgos. Los emprendedores suelen tener una visión clara de lo que quieren lograr, y están dispuestos a trabajar duro y a enfrentar los desafíos que se presentan en el camino hacia el éxito.

Los emprendedores pueden tener diferentes motivaciones para iniciar un negocio, como la independencia laboral, la búsqueda de la realización personal, la oportunidad de crear riqueza o la satisfacción de contribuir a la sociedad.

4.2.2. Desarrollo sustentable

El desarrollo sostenible es un concepto que se refiere al equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y la protección del medio ambiente a largo plazo. Se trata de un enfoque holístico que busca satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

El desarrollo sostenible implica la creación de un sistema económico, social y ambiental justo y equitativo que satisfaga las necesidades básicas de las personas sin agotar los recursos naturales ni dañar el medio ambiente. El desarrollo sostenible busca un equilibrio entre el

desarrollo económico y la protección del medio ambiente, reconociendo que ambos son necesarios para alcanzar un futuro sostenible.

El desarrollo sostenible también implica el uso responsable y eficiente de los recursos naturales, la minimización de los residuos y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. Además, busca fomentar la inclusión social, la igualdad de género, la justicia social y la participación ciudadana en el proceso de toma de decisiones.

En resumen, el desarrollo sostenible es un enfoque integral para lograr un equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y la protección del medio ambiente a largo plazo. Busca satisfacer las necesidades presentes sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, y fomenta la justicia social, la igualdad de género y la participación ciudadana.

4.3. Emprendimiento en sector de videojuegos

El emprendimiento en el sector de los videojuegos puede ser una oportunidad atractiva para los emprendedores interesados en el entretenimiento digital y la tecnología.

La industria de los videojuegos es una de las de mayor crecimiento a nivel mundial, con una base de jugadores en constante expansión y una gran variedad de plataformas para distribuir los productos. Los emprendedores en este sector pueden aprovechar la gran cantidad de oportunidades de negocio que surgen, desde el desarrollo de nuevos juegos hasta la creación de accesorios para gamers.

Para emprender en el sector de los videojuegos, es necesario tener una sólida comprensión del mercado, conocer las tendencias actuales, así como las oportunidades de negocio existentes.

La capacidad para crear y diseñar juegos, la habilidad de programar o trabajar en conjunto con un equipo de desarrollo de videojuegos son habilidades importantes que deben considerarse.

Además, es importante tener una visión clara de lo que se quiere lograr y tener una estrategia de negocio sólida. La comprensión de los modelos de negocio, la financiación y la gestión de recursos son importantes, al igual que la capacidad para identificar oportunidades y tomar riesgos calculados.

4.4. Antecedentes globales

En los últimos años, el mundo ha experimentado un crecimiento económico moderado, aunque este ha sido desigual en diferentes regiones y países.

Según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía mundial creció un 3,2% en 2019, antes de la pandemia de COVID-19. Sin embargo, la pandemia ha tenido un impacto significativo en la economía global, con una contracción estimada del 3,5% en 2020. Ya hacia el año 2021, se esperaba una recuperación económica, aunque el ritmo de recuperación varía en diferentes países y regiones.

En los últimos años, los países en desarrollo han liderado el crecimiento económico, con Asia como la región de mayor crecimiento, impulsada por economías como China, India y el sudeste asiático. América Latina, África y el Medio Oriente también han experimentado un crecimiento económico, aunque en menor medida.

En términos de desarrollo económico, hay una tendencia hacia la digitalización y la innovación en todo el mundo, lo que ha creado nuevas oportunidades y desafíos para las empresas y los emprendedores. Los avances en tecnología y la globalización han hecho que el mundo sea

más interconectado, lo que ha permitido a las empresas llegar a nuevos mercados y aprovechar nuevas oportunidades de negocio.

Sin embargo, la desigualdad económica sigue siendo un desafío importante en todo el mundo, con una brecha cada vez mayor entre los países ricos y los países pobres. La falta de acceso a recursos y oportunidades sigue siendo un obstáculo importante para el desarrollo económico sostenible en muchos países.

4.5. Antecedentes nacionales

En los últimos años, Chile ha experimentado un crecimiento económico moderado, aunque ha enfrentado desafíos importantes como la desaceleración económica, la desigualdad y el estallido social de 2019.

Antes de la pandemia de COVID-19, Chile había experimentado un crecimiento económico constante, con un PIB que había crecido un 2,2% en 2019. Sin embargo, la pandemia tuvo un impacto significativo en la economía chilena, con una contracción del 5,8% en 2020.

Luego para 2021, se esperaba una recuperación económica gradual, impulsada por el aumento de la demanda interna y externa, así como por la implementación de políticas económicas y de estímulo por parte del gobierno.

En términos de sectores económicos, la economía chilena se ha basado tradicionalmente en la exportación de recursos naturales, como el cobre, pero también ha experimentado un crecimiento en otros sectores, como la tecnología y los servicios. La inversión extranjera y el turismo también han sido factores importantes en la economía chilena.

Chile también ha implementado una serie de políticas económicas y sociales destinadas a reducir la desigualdad económica, incluyendo reformas tributarias y educativas, aumentos en el salario mínimo y la implementación de políticas de protección social. Sin embargo, la desigualdad sigue siendo un desafío importante para la economía chilena, con una brecha significativa entre los ricos y los pobres.

4.6. Estratificación de empresas en Chile

Para la estratificación de empresas en Chile, es común utilizar la clasificación de empresas según su tamaño, que se basa en la cantidad de trabajadores que tienen y su facturación anual. Según la Ley de Modernización de la Legislación Laboral de Chile, las empresas se dividen en las siguientes categorías:

Ventas Anuales	**Estratos**
1 - 2.400 UF	Microempresas
2.401 – 25.000 UF	Pequeña Empresa
25.000 – 100.000	Mediana Empresa
<100.000 UF	Gran Empresa

Tabla 1: Definición de estratos por nivel de ventas anuales. Fuente: (Suazo & Pérez, 2014).

Número de Colaboradores	Estratos
1 – 9	Microempresa
10 - 19	Pyme
20 – 49	Pyme
50 – 249	Pyme
< 250	Gran Empresa

Tabla 2: Definición de estratos por número de trabajadores. Fuente: (Correa & G, 2013).

4.7. Segmentación del emprendimiento en Chile

El emprendimiento es un fenómeno complejo que puede presentarse de diversas formas. Por esta razón, resulta importante establecer modelos de segmentación que permitan comprender y analizar las diferentes categorías en que se puede clasificar la actividad emprendedora. En Chile, se han identificado distintos tipos de emprendimiento que pueden ser segmentados según diversos criterios.

Una primera categoría de emprendimiento es el emprendimiento por necesidad. Esta modalidad se refiere a aquellos emprendimientos que se originan como respuesta a la falta de oportunidades laborales en el mercado. Los emprendedores que se dedican a esta actividad lo hacen porque no tienen otra opción, ya que no encuentran empleo en el mercado laboral. Estos emprendimientos suelen ser pequeños y tener una baja capacidad de crecimiento, y están enfocados principalmente en la subsistencia.

Otra categoría de emprendimiento es el emprendimiento por oportunidad. En este caso, los emprendedores identifican una oportunidad de negocio en el mercado y deciden iniciar su propia actividad empresarial. Los emprendimientos por oportunidad suelen ser más grandes y tener mayor capacidad de crecimiento que los emprendimientos por necesidad. También suelen estar más enfocados en la innovación y en la generación de valor para los clientes.

Un tercer tipo de emprendimiento es el emprendimiento social. En este caso, los emprendedores tienen como objetivo solucionar problemas sociales o medioambientales a través de su actividad empresarial. Estos emprendimientos suelen ser pequeños, pero tienen un alto impacto social o ambiental. Además, suelen estar enfocados en la creación de valor social más que en la generación de ganancias.

El emprendimiento de alto impacto es otra categoría que se ha identificado en Chile. Este tipo de emprendimiento tiene como objetivo crear empresas innovadoras y de rápido crecimiento que generen empleo y riqueza en el país. Los emprendedores que se dedican a este tipo de actividad suelen tener un alto nivel de educación y experiencia empresarial. Estos emprendimientos tienen un alto potencial de crecimiento y de generación de ganancias.

Por último, el emprendimiento femenino es una categoría que ha ido cobrando cada vez más relevancia en Chile en los últimos años. Este tipo de emprendimiento tiene como objetivo fomentar la participación de las mujeres en la actividad empresarial. Los emprendedores que se dedican a esta actividad son mujeres que buscan crear su propio negocio y contribuir al desarrollo económico del país.

En resumen, la actividad emprendedora en Chile puede segmentarse en distintas categorías según diversos criterios, como la motivación de los emprendedores, el tamaño y la capacidad de

crecimiento de los emprendimientos, el impacto social o ambiental, y el género de los emprendedores. Cada una de estas categorías presenta características y desafíos particulares que es importante tener en cuenta al momento de analizar el emprendimiento en el país.

4.8. Descripción del Entorno

4.8.1. Maipú

Maipú es una comuna de la Región Metropolitana de Santiago, Chile, situada al suroeste de la capital y limitando con las comunas de Pudahuel, Cerrillos, Estación Central, Santiago, Pedro Aguirre Cerda y San Bernardo. Es una de las comunas más pobladas de Chile, con más de 800.000 habitantes, y es conocida por su diversidad cultural y su patrimonio histórico.

La comuna de Maipú se caracteriza por ser una zona urbana densamente poblada, con una gran cantidad de viviendas, edificios comerciales y una variedad de servicios públicos. También es un importante centro comercial y económico de la Región Metropolitana, con una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas.

4.8.2. Indicadores demográficos

	Censo 2017		
Unidad Territorial	**Total**	**Hombre**	**Mujer**
Comuna de Maipú	805.938	389.526	416.412
Región Metropolitana	8.498.673	4.118.252	4.380.421
Chile	19.036.317	9.789.172	10.247.145

Tabla 3: Indicadores demográficos comuna, región y país, según Censo de Población y Vivienda. Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas, 2017).

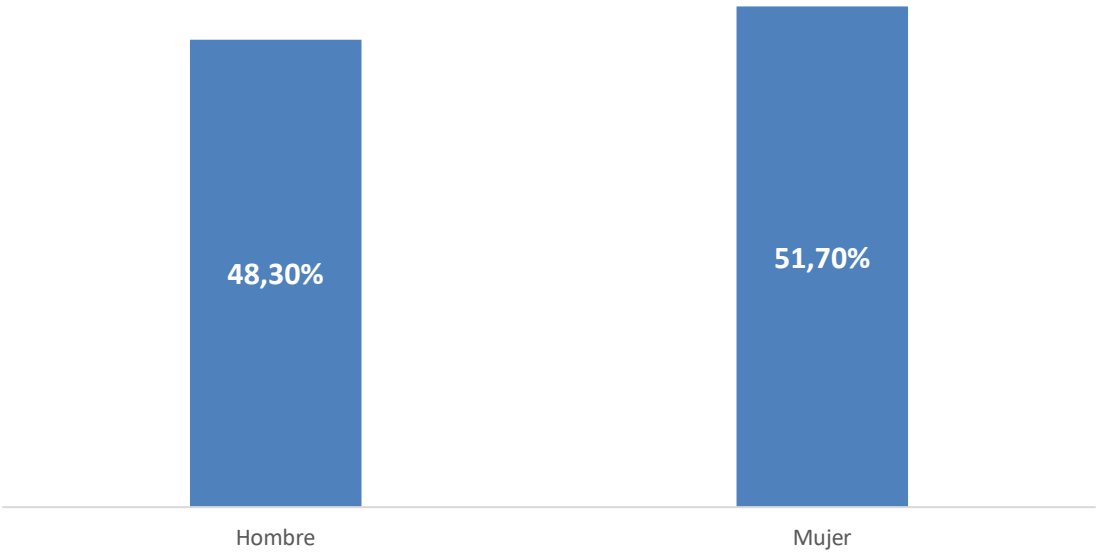


Figura 1: Población por género comuna de Maipú 2017. Fuente: Elaboración propia.

4.9. **Población de la comuna por grupos etarios**

Grupo Etario	**Cantidad**
De 0 a 14 años	187.558
De 15 a 29 años	230.744
De 30 a 44 años	221.486
De 45 a 59 años	181.051
De 60 a 74 años	92.594
De 75 años y más	32.505

Tabla 4: Población de la comuna de Maipú por rangos etarios, según Censo de Población y Vivienda. Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas, 2017).

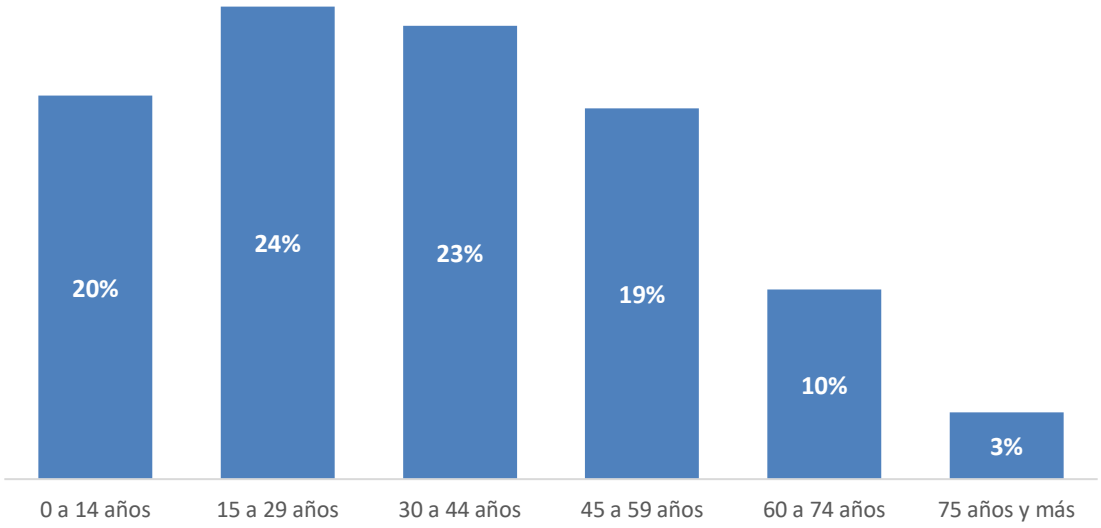


Figura 2: Población por rango etario de la comuna de Maipú 2017. Fuente: Elaboración propia.

4.10. Indicadores económicos según tipos de empresas

Tamaño Empresa	Maipú	Región Metropolitana	Chile
Micro (con ventas)	12.184	262.252	1.562.220
Micro (sin ventas)	6.282	132.883	790.742
Pequeña (con ventas)	1.163	32.864	127.729
Pequeña (sin ventas)	203	5.350	30.509
Mediana (con ventas)	77	3.146	10.833
Mediana (sin ventas)	3	200	3.343
Grande (con ventas)	21	943	4.157
Grande (sin ventas)	0	71	96

Tabla 5: Total de empresas según tamaño por comuna, región y país, según Estadísticas de

Empresa 2021. Fuente: (Servicio de Impuestos Internos, 2021).

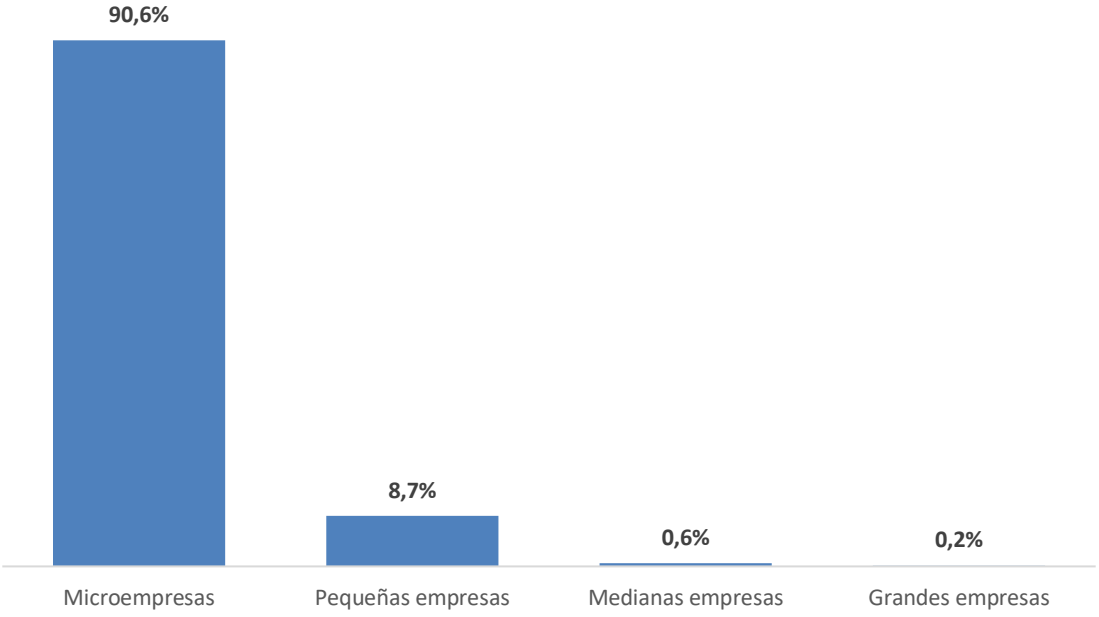


Figura 3: Cantidad de empresas según tamaño en comuna de Maipú 2021. Fuente: Elaboración propia.

4.11. Herramientas de análisis estratégico

4.11.1. 5 fuerzas de Porter

Esta es una metodología que fue desarrollada por Michael Porter, la cual estudia las técnicas de análisis para cualquier sector industrial, lo cual hace referencia a la parte de la economía centrada en la producción y manufactura de bienes físicos en lugar de servicios. Incluye diversas industrias, como electrónica, alimentos, maquinaria y química, que transforman materias primas en productos terminados mediante tecnología y mano de obra. Este sector es esencial para el crecimiento económico y la creación de empleo. A continuación, se nombran las 5 fuerzas de Porter.

- Rivalidad entre competidores existentes.
- Amenaza de la entrada de nuevos competidores.
- Amenaza de productos y servicios sustitutos.
- Poder de negociación con los proveedores.
- Poder de negociación con los clientes.

En cuanto a una casa gamer, se puede decir lo siguiente:

Rivalidad entre competidores existentes: Baja, ya que, existen pocas opciones a lo largo de la ciudad de Santiago que ofrezcan un servicio similar, y hasta ahora no hay ninguna opción similar en todo el sector poniente de la capital, lo cual es beneficioso a la hora de captar clientes de dicho sector.

Amenaza de la entrada de nuevos competidores: Media, debido a que es un sector en constante crecimiento, y las grandes empresas pueden ver un gran nicho en este sector de la capital, por lo que podrían llegar a invertir en un proyecto masivo e intentar captar a todo el público de estas comunas.

Amenaza de productos y servicios sustitutos: Baja, ya que, al ser un servicio que ha existido desde hace muchos años las personas conocen su funcionamiento, pero ahora, con la innovación y modernización de este servicio, la única opción para poder sustituirlo es que las personas inviertan una gran cantidad de dinero constantemente en la actualización de los

componentes y de las consolas requeridas, así como la compra de videojuegos y accesorios asociados a estos.

Poder de negociación con los proveedores: Baja, ya que, al ser productos importados y muchas veces ensamblados fuera del país, se hace muy difícil poder negociar precios y cantidades con dichos proveedores, a menos que estén pasando por alguna crisis, en caso contrario, los precios varían muy poco entre ellos.

Poder de negociación con los clientes: Alta, esto debido a la baja oferta de servicios de este tipo a lo largo de Santiago, y en específico del sector poniente de la Región Metropolitana.

4.11.2. PEST

El análisis PEST, es una herramienta estratégica utilizada en la gestión y planificación empresarial que se centra en la evaluación de factores macroambientales que pueden influir en una organización o en un mercado en particular. Este acrónimo representa las siguientes categorías de factores:

Políticos: Se refiere a los aspectos relacionados con el entorno político, como regulaciones gubernamentales, estabilidad política, políticas fiscales, tratados comerciales y posibles cambios en la legislación que pueden impactar a la organización.

Económicos: Engloba factores económicos que pueden afectar a la entidad, como tasas de interés, inflación, tasas de cambio, crecimiento económico, desempleo y condiciones de mercado. Estos elementos pueden tener un impacto significativo en la salud financiera de una organización.

Sociales: Considera aspectos socioculturales que pueden influir en la organización, incluyendo tendencias demográficas, cambios en la cultura y los valores de la sociedad, factores de estilo de vida, y cuestiones relacionadas con la diversidad y la ética.

Tecnológicos: Evalúa el impacto de avances tecnológicos, innovaciones y desarrollos en la industria, así como la adopción de tecnologías emergentes. Los cambios tecnológicos pueden crear oportunidades o amenazas para las organizaciones.

El análisis PEST se utiliza para comprender e identificar factores externos que pueden influir en la toma de decisiones estratégicas de una organización y para lograr adaptar sus estrategias. Este enfoque sistemático permite a las organizaciones anticipar cambios en el entorno y poder tomar decisiones informadas para mantener o mejorar su posición en el mercado.

4.12. Modelo de negocios CANVAS

El Modelo CANVAS, es una herramienta estratégica ampliamente utilizada en la gestión empresarial y la planificación estratégica. Este modelo proporciona una representación visual concisa de cómo una organización crea, entrega y captura valor.

El modelo CANVAS consta de nueve componentes esenciales, cada uno de los cuales desempeña un papel crucial en la descripción de la estructura y el funcionamiento de un modelo de negocio:

Segmento de Clientes: Aquí se identifican y se describen los grupos de clientes a los que se dirige la organización. Esto incluye la definición de nichos de mercado y la segmentación de clientes según sus necesidades y características específicas.

Propuesta de Valor: Este componente detalla la propuesta única de valor que la organización ofrece a sus clientes. ¿Qué problemas resuelve o qué necesidades satisface?

Canales de Distribución: Se refiere a los canales a través de los cuales la organización se comunica y entrega su propuesta de valor a los clientes. Esto puede incluir estrategias de marketing, ventas, distribución y servicio al cliente.

Relación con los Clientes: Aquí se especifica el tipo de relaciones que la organización establece con sus clientes. Puede incluir relaciones personalizadas, automatizadas, comunidades en línea u otros enfoques.

Fuentes de Ingresos: Este componente aborda las diversas formas en que la organización genera ingresos, ya sea a través de ventas, tarifas, suscripciones, publicidad u otras fuentes.

Recursos Claves: Describe los activos, capacidades y recursos esenciales que la organización necesita para operar y ofrecer su propuesta de valor. Esto puede incluir recursos financieros, humanos, tecnológicos, físicos, intelectuales, etc.

Actividades Claves: Identifica las actividades críticas que la organización debe llevar a cabo para hacer funcionar su modelo de negocio. Esto puede abarcar desde la producción, la logística, la innovación, el marketing y el servicio al cliente.

Socios Claves: Se refiere a las alianzas estratégicas y colaboraciones necesarias para el éxito del modelo de negocio. Esto puede incluir proveedores, socios de distribución, alianzas estratégicas u otros actores relevantes.

Estructura de Costos: Detalla los costos asociados a la operación del modelo de negocio, lo que incluye costos fijos y variables, gastos de personal, costos de adquisición de clientes, inversión en tecnología, entre otros.

5. Metodología

5.1. Proceso de Investigación

En el contexto del emprendimiento, se vuelve imperativo la formulación de una planificación minuciosa que abarque todos los procesos inherentes al negocio. Esta planificación debe considerar cuidadosamente las diversas variables que pueden influir en el desarrollo del proyecto. Dada la naturaleza cambiante de los escenarios que pueden surgir en el ámbito empresarial, la metodología se orienta hacia el logro de los objetivos y metas predefinidos, al mismo tiempo que se toma en cuenta la ruta a seguir para alcanzarlos. Esta aproximación se erige como una herramienta vital para garantizar el éxito en la empresa y superar los desafíos que puedan surgir en el camino.

5.1.1. Análisis del entorno

Dentro del proceso de análisis del entorno empresarial, se distinguen dos factores fundamentales. En primer lugar, se encuentran los aspectos generales o macroeconómicos, que abarcan tanto la situación a nivel nacional como internacional. Estos factores definen el mercado y los clientes y es esencial tener en cuenta que la empresa no ejerce control sobre ellos. En segundo lugar, se consideran los factores de carácter micro, que poseen una dimensión regional o local y ejercen una influencia directa en la empresa y su mercado.

Para llevar a cabo el análisis exhaustivo de estos factores, se emplearán dos herramientas esenciales: el Análisis PEST y el Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter. Estas herramientas tienen como objetivo principal la identificación de los riesgos a los que se enfrenta el negocio, así como la detección de oportunidades que puedan aprovecharse para alcanzar los resultados deseados.

5.1.2. Plan de Marketing

En el proceso de desarrollo de un modelo de negocios, el plan de marketing desempeña un papel fundamental al establecer y mantener relaciones sólidas con los clientes actuales y potenciales. Dentro de este plan de marketing, es esencial definir tanto objetivos cualitativos como cuantitativos, los cuales deben estar claramente alineados con el objetivo general que se busca alcanzar.

Además, en este contexto se llevará a cabo la elaboración de un Marketing Mix, que implica el análisis de cuatro variables esenciales de la actividad: producto, precio, plazo y promoción. La aplicación de este análisis tiene como propósito comprender la situación de la empresa y, a partir de ello, desarrollar una estrategia de posicionamiento específica.

El propósito de la creación del plan de marketing radica en la determinación de estrategias adecuadas para llegar al mercado al que se dirige el negocio. Para lograrlo, es crucial detallar las actividades clave y establecer una planificación ordenada de tareas y metas. En este proceso, se tendrán en cuenta los resultados obtenidos en la investigación de mercado, así como otros factores relevantes que impacten en el éxito del negocio.

5.1.3. Análisis Económico

Finalmente, se llevará a cabo un análisis económico exhaustivo, abordando una visión global de los aspectos financieros. Este análisis tiene como objetivo primordial identificar los puntos críticos relacionados con los costos de operación y evaluar cómo la empresa responde a las variaciones estacionales que puedan influir en su funcionamiento.

En este contexto, se examinarán en detalle los costos involucrados en las operaciones de la empresa, desglosando los elementos más significativos que pueden impactar en la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. Asimismo, se prestará especial atención a los cambios estacionales, evaluando cómo la empresa se adapta y se desenvuelve en diferentes momentos del año, lo que permitirá tomar decisiones informadas y estratégicas para optimizar su desempeño económico en todas las estaciones.

6. Desarrollo del Modelo de Negocios

6.1. Análisis del Entorno

Las estrategias empresariales rara vez se originan de la nada; en su lugar, suelen ser respuestas a las condiciones del entorno en el que opera el negocio. Por lo tanto, es esencial llevar a cabo un análisis exhaustivo de la situación actual del entorno empresarial en el que se encuentra la compañía.

En este contexto, se recurrirá a dos herramientas fundamentales. En primer lugar, se aplicará el análisis PEST, seguido por un análisis de las Cinco Fuerzas de Porter. Estos enfoques tienen como propósito brindar una visión clara del entorno empresarial, permitiendo la identificación de tendencias predominantes y factores críticos que desempeñarán un papel fundamental en el éxito del negocio.

6.1.1. Análisis PEST

- **Entorno Político**

Existen regulaciones gubernamentales, las cuales se deben evaluar tanto a nivel local, como a nivel nacional, las que pueden influir en la operación de la casa gamer. Esto incluye licencias y permisos necesarios para la operación de un centro de entretenimiento y las normativas relacionadas con la seguridad de los jugadores. Además, existen políticas de incentivo empresarial, las que Chile ha implementado para fomentar la creación y el crecimiento de negocios. Estudiar

estas políticas puede proporcionar oportunidades para acceder a financiamiento o recursos adicionales para tu proyecto. Y por último la estabilidad política es esencial para el funcionamiento a largo plazo de cualquier negocio. Evaluar el clima político actual y su impacto en la inversión y la confianza del consumidor es relevante.

- **Entorno Económico**

Chile ha experimentado un progreso económico y reducción de la pobreza en las últimas décadas, pero se enfrenta a desafíos económicos significativos.

Impacto de la Pandemia del COVID-19: La pandemia resultó en una contracción significativa de la economía chilena, marcando la peor recesión en décadas. La contracción del PIB del 6% en 2020 afectó negativamente la generación de empleo y el poder adquisitivo de la población.

Proyecciones Económicas del Banco Central: Las proyecciones del Banco Central para 2023 indican una caída en el PIB que oscila entre -1,75% y -0,75%. Esto se refleja en una fuerte disminución del consumo privado (-5,9%), la inversión (-5,0%) y las importaciones (-5,4%). Este resultado se atribuye al aumento significativo de la tasa de interés de política monetaria, que alcanzó el 11,25%. A pesar de que la tasa de inflación esté a la baja (6,3% estimado), las tasas de interés de mercado, que son más relevantes para los agentes económicos, reflejan aumentos sustanciales en las tasas reales de interés. Esto ha contribuido a la caída del consumo y la inversión privada en Chile.

Deuda Pública: El aumento de la deuda pública del 28% en 2019 al 33% en 2020 plantea preocupaciones sobre la sostenibilidad fiscal y las políticas gubernamentales futuras que podrían influir en la inversión en entretenimiento.

Gasto Público: El aumento del gasto público como porcentaje del PIB refleja cambios en las políticas fiscales que podrían impactar en la asignación de recursos y en la capacidad de la población para invertir en actividades de entretenimiento.

Escenario Actual de la Economía: Chile se encuentra en un proceso histórico donde se cuestionan la gobernanza, el contrato social y el modelo económico. La contracción económica y el aumento del desempleo presentan desafíos significativos para la recuperación económica y la inversión en entretenimiento.

Pobreza y Desigualdad: A pesar de la reducción de la pobreza y la desigualdad de ingresos, se observa un aumento en privaciones en áreas no monetarias como atención sanitaria y seguridad social. Se prevé que la pobreza aumente en 2023, ya que, en para el año 2022 esta se situó en un 7,6% de la población, lo que podría afectar la capacidad de la población para participar en actividades de entretenimiento.

Perspectivas Económicas: Se anticipa una contracción adicional del PIB real en 2023 antes de regresar a un crecimiento tendencial del 2% a mediano plazo. Este contexto económico influirá en la disposición de la población para gastar en actividades de entretenimiento y puede afectar la viabilidad de la casa gamer en Maipú.

- **Entorno Social**

En el entorno social, es fundamental comprender las dinámicas que afectan a la sociedad chilena, ya que estas tienen un impacto directo en la aceptación y éxito de una casa gamer en el sector poniente de la Región Metropolitana.

Diversidad y Demografía: Chile es una nación diversa en términos de su población. Es importante tener en cuenta la estructura demográfica de la región de Maipú y su capacidad para atraer a diferentes grupos de edad, género y perfiles socioeconómicos. Considerar las preferencias y necesidades de estos grupos en tu oferta de entretenimiento es esencial para satisfacer a una audiencia variada.

Cultura y Entretenimiento: La cultura del entretenimiento en Chile ha evolucionado en las últimas décadas. Los videojuegos y la cultura gamer se han vuelto cada vez más populares en la sociedad chilena. Esto puede ser una oportunidad para la casa gamer, ya que, existe un público bastante amplio interesado en este tipo de entretenimiento, el cual es un nicho muchas veces apartado por la industria de los videojuegos porque no cuentan con los medios suficientes para poder adquirir las últimas novedades de esta industria.

Educación y Conciencia Tecnológica: La educación y la conciencia tecnológica en Chile son factores importantes para considerar. La población con un alto nivel de alfabetización digital y acceso a la tecnología es más propensa a adoptar nuevas tendencias de entretenimiento basadas en tecnología, como los videojuegos y las experiencias de gaming, pero no todos tienen los ingresos suficientes para poder disfrutar de ellos, por lo que la casa gamer podría ser un espacio y una instancia para que las personas se acerquen un poco más a la mejor experiencia del gaming.

Cambios Sociales: La pandemia del COVID-19 ha acelerado cambios en el comportamiento social y las preferencias de entretenimiento. Las restricciones y medidas de distanciamiento social han aumentado la demanda de experiencias de entretenimiento en línea y en lugares seguros. Esto puede influir en la forma en que la sociedad chilena consume entretenimiento y se relaciona con espacios de juego como en una casa gamer.

Salud Mental y Bienestar: La salud mental y el bienestar son consideraciones cada vez más importantes en la sociedad chilena. La promoción de un ambiente de juego saludable y el cuidado de la salud mental de los jugadores se han convertido en temas críticos para la industria del gaming. Integrar prácticas y servicios que promuevan el bienestar mental, podría ser un factor diferenciador para la casa gamer, ya que, el público podría comenzar a integrarlo como una actividad rutinaria y como método de distracción en su día a día.

Economía y Poder Adquisitivo: Los factores económicos, como el poder adquisitivo de la población y la percepción de la estabilidad económica, influyen en la disposición de las personas para gastar en entretenimiento. La situación económica actual de Chile, marcada por la recesión y el aumento del desempleo, podría afectar la inversión en entretenimiento, por lo que una alternativa muy viable para población es el arriendo de estos artefactos por una cantidad de tiempo determinada.

Tendencias y Preferencias: Estar al tanto de las tendencias y preferencias emergentes en el ámbito del entretenimiento y los videojuegos en particular es crucial. La adaptación a las últimas tendencias y la innovación en la oferta de entretenimiento pueden ser factores determinantes para el éxito de la casa gamer, ya que, se buscará complacer a la gran mayoría del público gamer que se acerque al recinto.

Entorno Tecnológico

En el contexto del análisis tecnológico, se examinan las tendencias y avances tecnológicos relevantes que pueden afectar a una casa gamer. Estos factores son fundamentales en la creación y operación de un espacio de entretenimiento basado en videojuegos.

Infraestructura Tecnológica: La disponibilidad y calidad de la infraestructura tecnológica en Maipú son factores clave. Esto incluye la conexión a Internet de alta velocidad (fibra óptica), la disponibilidad de hardware y software actualizados, así como la capacidad de proporcionar una experiencia de juego sin interrupciones. La inversión en una infraestructura tecnológica sólida es esencial para el funcionamiento exitoso de la casa gamer.

Realidad Virtual y Realidad Aumentada: Las tecnologías de realidad virtual (VR) y realidad aumentada (AR) han ganado relevancia en la industria de los videojuegos. La implementación de experiencias de juego inmersivas basadas en VR y AR puede ser un factor diferenciador para la casa gamer. La inversión en equipos y software relacionados con estas tecnologías puede atraer a un público ávido de experiencias de juego innovadoras.

Plataformas y Distribución: La forma en que los videojuegos se distribuyen y acceden ha evolucionado significativamente con la digitalización. Las plataformas en línea, como Steam, PlayStation Network y Xbox Live, desempeñan un papel crucial en la distribución de juegos. Comprender cómo funcionan estas plataformas y cómo se pueden aprovechar para ofrecer una variedad de títulos es esencial.

Esports y Transmisión en Vivo: Los deportes electrónicos (esports) y las transmisiones en vivo de partidas de videojuegos han experimentado un crecimiento masivo en los últimos años. La integración de áreas de juego diseñadas para competencias de esports y la posibilidad de transmitir

eventos en vivo pueden atraer a una audiencia apasionada por el gaming y generar ingresos adicionales a través de patrocinios y publicidad.

Seguridad y Protección de Datos: La seguridad cibernética y la protección de datos son cuestiones críticas, especialmente cuando se manejan datos de clientes y se proporciona acceso a Internet. Garantizar la seguridad de la red, la privacidad de los clientes y la protección contra amenazas cibernéticas es esencial para construir la confianza de los clientes.

Actualizaciones y Mantenimiento: Mantenerse al día con las actualizaciones de hardware y software es necesario para ofrecer una experiencia de juego óptima. La inversión en la renovación y el mantenimiento continuo de equipos y software es esencial para evitar problemas técnicos y garantizar la satisfacción de los clientes.

6.1.2. Modelo CANVAS

La casa gamer se concibe como un espacio de entretenimiento y encuentro diseñado para atender a una amplia gama de segmentos de clientes apasionados por los videojuegos y la cultura gamer, en especial para aquellos habitantes del sector poniente de la Región Metropolitana. El modelo Canvas se utiliza para ilustrar los elementos clave de esta propuesta de negocio.

- **Segmento de Clientes:**

Gamers Entusiastas: Estos son individuos de todas las edades que comparten una pasión por los videojuegos. La casa gamer se enfocará en atraer a esta audiencia principalmente,

brindándoles un espacio especializado para disfrutar de sus juegos favoritos en un entorno cómodo y social.

Grupos Sociales: La casa gamer también tiene como objetivo satisfacer la demanda de diferentes grupos de amigos y comunidades locales que buscan experiencias compartidas. Ofrece instalaciones adecuadas para eventos sociales y actividades de juego en grupo.

Clientes Corporativos: Además, la Casa Gamer se abre a oportunidades comerciales, brindando servicios para eventos corporativos, torneos, actividades de team-building y promoción de la cultura gamer en el entorno empresarial.

- **Propuesta de Valor**

Variedad de Juegos: El establecimiento ofrecerá una amplia selección de videojuegos, desde clásicos hasta los lanzamientos más recientes. Los clientes pueden disfrutar de una experiencia de juego única y diversificada, ya que, además de contar con la variedad de juegos, también contará con una variedad de consolas y computadores para hacerlos vivir la experiencia más completa posible.

Experiencia Inmersiva: La casa gamer proporcionará espacios de juego con una atención especial a la comodidad y la tecnología. Esto incluye equipos de alta calidad, opciones de realidad virtual y realidad aumentada para brindar experiencias inmersivas y emocionantes.

Competencias Esports: La casa gamer organizará torneos y eventos de deportes electrónicos para jugadores competitivos. Estas competencias ofrecen a los jugadores la

oportunidad de demostrar sus habilidades y ganar premios emocionantes, además de tener la oportunidad de darse a conocer a distintos clubs a nivel profesional que pueden buscar nuevos integrantes para su comunidad.

Ambiente Social: El establecimiento se esfuerza por crear un ambiente social acogedor y vibrante donde los amantes de los videojuegos puedan socializar, hacer nuevos amigos y disfrutar de la comunidad gamer local.

- **Canales de Distribución**

Para llegar a su audiencia, la Casa Gamer utiliza una variedad de canales: Presencia en línea, donde se buscará mantener un sitio web atractivo y está activa en las redes sociales para promocionar sus servicios y permitir a los clientes realizar reservas en línea. Además, se buscarán asociaciones locales, en las cuales el principal objetivo será la colaboración con tiendas de videojuegos, cafeterías y otros negocios relacionados con los videojuegos en Maipú para fortalecer su presencia en la comunidad local. Y por último la publicidad en línea será clave, donde se realizarán campañas de publicidad, dirigidas específicamente a los jugadores y las comunidades de videojuegos para generar una mayor atracción de público y crear una comunidad fuerte y leal.

- **Relación con los Clientes**

La Casa Gamer prioriza relaciones de alta calidad con sus clientes:

Ofrece un servicio personalizado, dándole una atención al cliente amigable y un soporte técnico eficiente para garantizar que los jugadores tengan una experiencia excepcional. Además, se busca construir una comunidad fuerte y sana, fomentando la interacción entre jugadores, organizando eventos y competencias para que los clientes se sientan parte de una comunidad activa y unida. Se implementará un programa de lealtad, donde se recompensará a los clientes habituales con ofertas especiales, descuentos y beneficios exclusivos para fomentar la lealtad.

- **Fuentes de Ingresos**

Por otro lado, la casa gamer generará ingresos a través de diversas fuentes: La primera fuente será a través de tarifas de acceso, ya que, los clientes pagarán distintas tarifas por hora o por sesión para acceder a las instalaciones y disfrutar de la experiencia de juego. Además, como se mencionó anteriormente se buscarán organizar eventos y torneos, por los cuales se cobrarán por la participación en competencias de esports y eventos especiales que atraen a jugadores y espectadores. Y por último habrá venta de merchandising, en la cual se ofrecerán productos relacionados con la marca y el gaming, generando ingresos adicionales.

- **Recursos Claves**

Para operar con éxito, la Casa Gamer requiere recursos clave:

Equipamiento Tecnológico: Donde se debe mantener una amplia variedad de consolas, PC de alto rendimiento, dispositivos de realidad virtual y aumentada para lograr ofrecer la mayor y mejor experiencia de gaming a los usuarios.

Personal Especializado: Se contará con un equipo técnico calificado, el cual será capaz de dar respuesta inmediata a las inquietudes de los clientes. Además, a medida que se vayan sumando más personas a la comunidad se buscará implementar entrenadores de esports para que aquellos que deseen mejorar y desarrollar todas sus habilidades lo puedan lograr, y por último se contará con personal de servicio al cliente para brindar el mejor servicio.

Ubicación Estratégica: Se seleccionará dentro de una alternativa de ubicaciones estratégicas en Maipú que sean accesibles y atractivas para su audiencia.

- **Actividades Clave**

Las actividades centrales de la Casa Gamer incluyen:

Selección y Mantenimiento de Juegos, donde se buscará mantener una constantes actualización y mantener una amplia biblioteca de juegos para lograr un gran compromiso hacia a los clientes y así lograr una amplia satisfacción de su parte.

Organización de Eventos: Planificación y puesta en marcha de distintos torneos, competencias y actividades de esports para atraer y retener a jugadores competitivos, además de

atraer a todo aquel público que no busque competir, pero sí de disfrutar de dichas competencias como espectador.

Marketing y Promoción: Se buscará llevar a cabo campañas de marketing y promoción para atraer nuevos clientes y mantener una base de clientes leales con promociones y descuentos para aquellos que sean más fieles y recurrentes.

Y por último mantener una buena gestión de la comunidad, ya que, se fomentará la participación de toda la comunidad, organizando eventos y actividades sociales para que los clientes se relacionen entre sí y se diviertan mientras forman una comunidad fuerte y sana.

- **Socios Clave**

La casa gamer colaborará con distintos aliados estratégicos: En primer lugar, con proveedores de juegos, donde ser establecerán acuerdos con proveedores para adquirir licencias de títulos populares y mantener su biblioteca actualizada, buscando siempre reducir al máximo los costos asociados a ello. Por otro lado, se buscará generar alianzas con distintas empresas de tecnología, ya que, trabajar con empresas de este tipo será útil para lograr adquirir hardware y software de alta calidad que garantiza una experiencia de juego excepcional. Y, por último, se buscarán colaboradores locales, con los cuales se intentará establecer asociaciones con distintas tiendas de videojuegos, cafeterías y organizadores de eventos locales para atraer clientes y crear oportunidades de colaboración.

- **Estructura de Costos**

Costos Fijos:

Arriendo del Espacio: Este costo se considera fijo ya que se mantiene constante independientemente de la cantidad de clientes o la utilización del espacio. Es un gasto necesario para mantener las instalaciones de la casa gamer en funcionamiento.

Sueldos del Personal: Los sueldos del personal se consideran costos fijos ya que se pagan periódicamente (mensual o semanal) y no varían significativamente con el volumen de los clientes que hayan asistido a las instalaciones de la casa gamer. El personal es esencial para garantizar un servicio de alta calidad y, por lo tanto, es un costo fijo necesario.

Costos de Marketing y Publicidad: Aunque el monto del gasto publicitario puede variar de un período a otro, se considera un costo fijo, ya que, se planifica y asigna con anticipación en función del presupuesto establecido. Este costo se incurre independientemente del número de clientes y no está vinculado directamente a la cantidad de ventas.

El total de costos fijos visualizado es de $10.000.000 aproximadamente, siendo el arriendo y los sueldos por pagar los principales puntos prioritarios.

Costo Variable:

Equipos Tecnológicos: Este costo se considera variable, ya que, la adquisición y el mantenimiento del equipo tecnológico, como consolas, PC de alto rendimiento, equipos de realidad virtual y aumentada, pueden aumentar a medida que se adquieren más unidades o se

realizan reparaciones. El costo variará directamente con la cantidad de activos tecnológicos necesarios para brindar una experiencia de juego excepcional.

El costo visualizado para la implementación inicial del centro es de aproximadamente $36.000.000, y en esto está incluida la remodelación del espacio para una correcta utilización de este.

6.2. Plan de Marketing

6.2.1. Segmentación de Clientes

En la fase inicial del plan estratégico de marketing, se llevará a cabo una detallada segmentación de clientes para comprender las preferencias y necesidades de los diversos grupos demográficos. Esto incluirá: la identificación de la edad, ya que, se debe analizar las preferencias de los adolescentes, jóvenes adultos y adultos en relación con las experiencias de juego y así poder entregar el servicio más completo posible para todo el público interesado. Además, se deben tener en cuenta los distintos intereses, y así poder definir los diversos perfiles de gamers, entre los cuales se pueden dividir en: casuales, entusiastas y aquellos interesados en tecnologías de vanguardia. Y por último se deben definir en base a los niveles de experiencia en juegos de los distintos tipos de clientes: principiantes, intermedios, jugadores avanzados y hasta jugadores profesionales.

6.2.2. Selección del Mercado Objetivo

La selección del mercado objetivo se basará en una comprensión detallada de las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes, derivada de la segmentación previamente realizada. El mercado objetivo de la casa gamer se definirá de la siguiente manera:

Jóvenes y Adultos con Interés en Experiencias de Juego Inmersivas: Este segmento será dirigido principalmente para personas con edades hasta los 35 años aproximadamente, abarcando a jóvenes y adultos jóvenes que comparten un entusiasmo común por el mundo de los videojuegos y las experiencias de juego inmersivas.

Se enfocará en individuos que buscan más que una simple sesión de juego, valorando la calidad de la tecnología y la diversidad de opciones de entretenimiento.

Niveles de Experiencia en Juegos: El mercado objetivo incluirá a jugadores de diversos niveles de experiencia, desde principiantes hasta jugadores avanzados, incluso llegando a jugadores profesionales. Se adaptarán las ofertas y actividades para satisfacer las necesidades de cada grupo, proporcionando un espacio acogedor para aquellos que están comenzando su viaje en el mundo de los videojuegos, proporcionando desafíos emocionantes para aquellos jugadores más experimentados, y promoviendo la idea de poder llegar a convertirse en jugadores profesionales.

Interés en Tecnología de Vanguardia: Será dirigido para aquellos que no solo buscan jugar, sino que también valoran la innovación tecnológica. La casa gamer se posicionaría como un lugar donde los entusiastas de la tecnología pueden experimentar las últimas tendencias, como la realidad virtual y las consolas de última generación, pudiendo así disfrutar de todas las experiencias que el público ha soñado alguna vez en poder vivir.

Espíritu Comunitario: La selección del mercado objetivo también se centrará en individuos que buscan experiencias sociales relacionadas con los videojuegos. La casa gamer se presentará como un punto de encuentro para la comunidad gamer en Maipú, fomentando la conexión entre jugadores y la creación de una comunidad fuerte y sana, en la que se pueda compartir la pasión de los videojuegos en conjunto.

6.3. Competencia

A nivel de competencia local, dentro del sector poniente de la Región Metropolitana, no hay nada similar, es por esto que se abre una gran oportunidad para poder captar a todo ese público que debe desplazarse por toda la ciudad para poder disfrutar de una experiencia similar, ya que, lo más similar es el Movistar Game Club, el cual cuenta con dos sucursales, una en el Mall Parque Arauco (Las Condes) y la segunda en el Mall Plaza Vespucio (La Florida), por lo que el sector poniente aún no ha sido explotado ni cubierto.

6.4. Marketing Estratégico

En primer lugar, la casa gamer buscará establecer una identidad de marca única y atractiva que refleje la emoción, la innovación y la comunidad del mundo gamer. El logotipo, los colores y el estilo de la marca se diseñarán para generar un impacto visual hacia la audiencia, creando una conexión emocional y reconociendo la casa gamer como un destino icónico y emblemático, el cual a lo largo del tiempo buscará reconocimiento tanto a nivel nacional como nivel internacional. Para lograrlo, se implementará una estrategia de crecimiento, la cual se centrará en expandir la presencia

y la influencia de la casa gamer a lo largo de Santiago. Esto incluirá una posible apertura de nuevas ubicaciones o la asociación con eventos y comunidades locales para lograr llegar a un público más amplio. Además, se explorarán oportunidades de asociación con marcas de juegos, lanzamientos de productos y colaboraciones para aumentar la visibilidad y mejorar la experiencia vivida por los diferentes tipos de clientes.

6.5. Marketing Mix

Producto: La casa gamer ofrecerá una variedad de servicios relacionados con la cultura gamer, desde estaciones de juego equipadas con las últimas consolas para los amantes de ellas, además de una amplia selección de computadores preparados especialmente para lograr un gran rendimiento y desempeño en cualquier título que desee el usuario en cuestión. Además, habrá espacios destinados para poder crear contenido, el cual será utilizado principalmente por influencers o streamers. Y, por último, existirán espacios destinados para el desarrollo de eventos y torneos.

Precio: Los precios serán establecidos en base al precio de mercado que actualmente existe. Existirán tarifas tanto para usuarios casuales, como para usuarios recurrentes, los cuales podrán optar por membresías las cuales les proporcionarán beneficios y descuentos a lo largo del tiempo. Además, para los eventos y torneos, existirán tarifas y paquetes especiales tanto para aquellos usuarios casuales, como para los miembros de la comunidad.

Plaza: La ubicación estratégica es en la comuna de Maipú, en una zona que garantizará el fácil acceso para los clientes, y en la cual se aumentará la visibilidad para aquellos que quieran conocer su funcionamiento.

Promoción: Para el correcto desarrollo de la promoción de la casa gamer se utilizarán estrategias de marketing digital, se llevarán al límite las redes sociales, para lograr así una mayor fidelidad de la comunidad en general, y además se aumentarán las visitas por parte de clientes que llegarán tanto por recomendaciones como por el interés de probar algo llamativo dentro de esta industria. Además, al momento de participar en eventos y torneos, se contará con la participación de diversas personas relacionadas con el gaming, los cuales pueden ser influencers, streamers o jugadores profesionales, los cuales son una excelente manera de atraer a una mayor audiencia.

7. Resumen de la Propuesta de Investigación

La presente propuesta de investigación se enfoca en analizar la percepción y viabilidad de establecer una casa gamer en Maipú, Chile.

Para la investigación se aplicarán análisis PEST y de las Cinco Fuerzas de Porter para evaluar el entorno macro y microeconómico, considerando la situación económica actual en Chile y sus posibles impactos en el negocio.

Se detallará un análisis económico que abordará la situación económica general, proyecciones y desafíos, brindando una perspectiva completa sobre el contexto en el que se desarrollará la casa gamer. Además, se explorarán los aspectos tecnológicos relevantes para el proyecto.

El modelo de negocio se presentará mediante un enfoque detallado del lienzo CANVAS, destacando elementos clave como propuesta de valor, segmentación de clientes, canales de distribución y estructura de costos.

Para respaldar la toma de decisiones estratégicas, se realizará un análisis de costos, identificando costos fijos y variables. Además, se examinará la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto, considerando cambios estacionales y su impacto en las operaciones.

Finalmente, se elaborará un plan de marketing que abordará la segmentación de clientes, la selección del mercado objetivo, estrategias de marca, crecimiento y posicionamiento, así como el marketing mix para garantizar una estrategia completa y efectiva.

Esta propuesta de investigación se presenta como un marco integral que busca proporcionar información valiosa y análisis detallados para respaldar la viabilidad y éxito de la iniciativa de establecer una casa gamer en Maipú, Chile.

8. Análisis Económico

8.1. Cantidad de Usuarios

Para estudiar esta industria hay que tener claro que existen dos tipos de clientes muy claros, primero están aquellos que harán uso constante del establecimiento, por medio de planes mensuales, el cual les dará acceso a distintos eventos, y por el que obtendrán distintos tipos de descuentos dentro de la casa gamer. Por otro lado, están aquellos clientes que asistirán de forma esporádica, y que sólo asistirán en aquellos tiempos libres, y no será por un periodo muy prolongado dentro del establecimiento.

La cantidad de clientes variará de forma directa debido a la estacionalidad del negocio, ya que, en época de vacaciones puede haber una mayor cantidad de público, debido a que los estudiantes tendrán mucho más tiempo libre, y querrán aprovecharlo disfrutando de una experiencia mejor que la habitual.

8.2. Ventas

Para tener una visión clara de la cantidad de ventas que se pueden llegar a producir, hay que tener en cuenta la estacionalidad antes mencionada, y así poder determinar si el proyecto será lo suficientemente rentable, además de saber si podrá sostenerse a lo largo del tiempo.

En primer lugar, debemos separar las ventas por cada tipo de consumidor, es decir, hay que tener en cuenta aquellos clientes habituales, que comprarán una suscripción mensual, y aquellos clientes que sólo pagarán por aquellas horas que utilizarán al día.

A continuación, se podrán apreciar las ventas por cada apartado de manera aproximada en un mes:

Plan Mensual: Contará con tres tipos de planes distintos (Básico, Pro y Streaming), los cuales podrá utilizar las instalaciones todo el tiempo que deseen a lo largo del mes suscrito.

Motivo	**Valor**	**Cantidad Usuarios**	**Total**
Plan Básico	$70.000	10	$700.000
Plan Pro	$150.000	5	$750.000
Plan Streaming	$120.000	5	$600.000
Ventas Totales			$2.050.000

Figura 4: Ventas mensuales de planes en la Casa Gamer. Fuente: Elaboración propia.

Horario acotado diario: Los usuarios podrán comprar una cierta cantidad de horas al día para poder hacer uso de los distintos servicios de la casa.

Motivo	Valor	Cantidad Usuarios	Total
Promedio de 5 horas diarias básico	$8.000	160	$1.280.000
Promedio de 5 horas diarias Pro	$40.000	80	$3.200.000
Promedio de 5 horas diarias Streaming	$25.000	48	$1.200.000
Promedio de 1 hora en VR	$15.000	20	$300.000
Toda la noche básico	$12.000	40	$480.000
Toda la noche Pro	$50.000	20	$1.000.000
Ventas Totales			$7.460.000

Figura 5: Ventas mensuales en la Casa Gamer. Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, y por motivos de estacionalidad, los meses de enero, febrero, julio y diciembre se espera un aumento del 50% en las ventas totales, ya que, son aquellos meses en los cuales los estudiantes están de vacaciones y tienen más tiempo libre.

8.3. Costos

8.3.1. Costos Fijos

Costo del arriendo del local: Para un correcto funcionamiento, se arrendará un local comercial ubicado estratégicamente en el centro de Maipú para un acceso fácil y rápido para los clientes. El terreno tiene más de 2500 m2, lo cual facilita la permanencia de los clientes que llegarán en auto, dándoles la seguridad de encontrar un estacionamiento dentro del establecimiento. El costo asociado a esto es de $3.685.202

Sueldos: En este apartado se considerará el sueldo de 7 personas, lo cual se compone de 1 administrador con un sueldo de $1.100.000, 2 guardias con un sueldo de $650.000 cada uno, 2 técnicos informáticos, con un sueldo de $800.000 cada uno, y 2 vendedores con un sueldo de $650.000 cada uno, dando un total de $5.300.000 mensuales.

Servicios básicos: En este apartado se contempla el uso de luz y agua de manera fija, ya que, a lo largo de los meses no habrá una mayor variación en el uso de cada uno de ellos, y para esto se contempla un gasto aproximado de $200.000.

Costos fijos totales: $9.185.202

8.3.2. Costos Variables

Remodelación del Local: Para comenzar de la mejor manera, el local debe estar completamente equipado y adecuado a las necesidades de los clientes, ofreciendo la máxima comodidad y la mejor experiencia posible para cada uno de ellos. Para este apartado se estima un gasto aproximado de $5.000.000.

Compra de computadores: Para brindar la mejor experiencia posible para cada uno de los diferentes tipos de clientes, se debe contar con la mejora calidad de computadores posible, con los mejores componentes para cada uno de ellos (servicio básico y servicio pro). Se contempla la compra inicial de 10 computadores de gama media avaluados en $625.999 cada uno, y 10 computadores de gama alta con un costo de $1.045.000, dando un total de $16.719.950 entre los 20 computadores.

Compra de consolas: Como el servicio no sólo incluye el uso de computadores, sino que también contarán con las distintas consolas del mercado, se estima la compra de 2 PlayStation 5 con un valor de $835.990 cada una, 2 Xbox Serie S con un valor de $305.366 cada una, 2 Nintendo Switch avaluadas en $369.507 cada una y 2 lentes de realidad virtual (VR), con un valor de $414.990 cada una, dando un costo total de $3.851.706 entre todas las consolas.

Compra de periféricos: Para la correcta y mejor utilización de los computadores se debe contar con la mejor calidad de periféricos asociados a cada uno de los segmentos (básico y pro), para ello se contempla la compra de: 10 teclados de gama media ($209.900), 10 teclados de gama alta ($628.970), 20 mousepads ($480.600), 10 mouse gama media ($386.490), 10 mouse de gama alta ($888.200), 10 audífonos gama media ($731.400), 10 audífonos de gama alta ($1.847.810),

10 monitores de gama media ($2.090.000) , 10 monitores de gama alta ($4.564.410), 30 sillas gamer ($4.200.750) y 8 televisores ($2.399.200), dando un costo total de $18.427.730.

Costos variables totales: $43.999.386

8.3.3. Inversión Inicial

Para poder llevar a cabo el proyecto de la casa gamer, se debe considerar un costo total aproximado de $155.000.000 el primer año, en el cual se espera que las ventas alcancen un aproximado de $134.000.000, generando una pérdida en este periodo de aproximadamente $21.000.000, provocando una rentabilidad del -13,7%.

De este mismo modo, se espera que la inversión inicial se logrará recuperar al segundo año desde el comienzo de su funcionamiento, generando ganancias al finalizar ese mismo período.

8.3.4. Rentabilidad

Para el calculo de la rentabilidad del proyecto, se utilizarán 2 indicadores principales, (VAN y TIR). Para el cálculo del VAN, se utilizará una tasa de descuento del 15%, la cual es la tasa estándar para la evaluación de proyectos.

VAN	$ 6.274.769
TIR	18,029%

Figura 6: Indicadores de rentabilidad. Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, el VAN es mayor a 0, por lo que se puede concluir que el proyecto si es rentable, ya que, logrará generar las ganancias esperadas. Además, se puede observar que la TIR es mayor a la tasa de descuento del 15% con el cual se evaluó el proyecto, lo que indica que sí es viable realizar el proyecto, ya que, se esperan altos márgenes de utilidad a lo largo de los períodos.

9. Conclusiones

Luego de un exhaustivo análisis de la investigación realizada sobre la industria gamer y sus servicios en modo de arriendo, se concluye que el proyecto se sitúa en un entorno propicio para su desarrollo. Considerando el análisis PEST, se identificaron condiciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas favorables que respaldan la iniciativa. La comunidad gamer, caracterizada por un creciente interés y participación en eventos, constituye un pilar fundamental para el proyecto, ya que, es una industria y una comunidad en constante desarrollo y crecimiento.

Desde la perspectiva financiera, el análisis arroja un Valor Actual Neto (VAN) de $6.274.769 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 18,029%, considerando una tasa de descuento del 15%. Esto respalda la rentabilidad del proyecto, indicando que la inversión inicial se recupera en un periodo de 2 años.

En resumen, basándonos en el conjunto de análisis políticos, económicos, sociales, tecnológicos, y financieros, podemos afirmar que el proyecto de la casa gamer es atractivo, rentable y se encuentra en una posición favorable para alcanzar el éxito en un mercado con buenas perspectivas de crecimiento debido a la baja competencia que presenta y al constante crecimiento y desarrollo de la industria gamer tanto a nivel nacional, como a nivel internacional.

10. Referencias

García, C., & Guthmann, R. (2023). La economía chilena el 2023 y más allá. Observatorio Económico, (174), 2-3.

Gómez-Urrutia, V., & Jiménez Figueroa, A. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. Convergencia, 29.

Martínez Verdú, R. (2022). Género, redes sociales y consumo de Videojuegos en la Educación Universitaria en el COVID.

https://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview#:~:text=El%20PIB%20real%20se%20contrajo,interanuales%20en%20junio%20de%202023.

https://www.ine.gob.cl/prensa/detalle-prensa/2022/07/21/el-ingreso-laboral-promedio-mensual-en-chile-fue-de-$681.039-en-2021#:~:text=El%20ingreso%20laboral%20promedio%20mensual%20en%20Chile%20fue%20de%20%24681.039%20en%202021,-21%2F07%2F2022&text=El%2050%25%20de%20las%20personas,ingreso%20de%20hasta%20%24457.690%20mensuales.

https://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/noticias/casen-2022-bajan-indicadores-de-la-pobreza-en-la-region#:~:text=En%20cuanto%20a%20la%20pobreza,a%20las%20últimas%20cuatro%20mediciones.