

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA COMERCIAL
SANTIAGO – CHILE



PLAN DE NEGOCIOS VIRTUOSA JOYERÍA

PÍA FRANCISCA TOLEDO ZÁRATE

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
INGENIERA COMERCIAL

PROFESOR GUÍA: LIONEL VALENZUELA

DICIEMBRE 2024

INDICE

1.	Introducción	5
2.	Origen y propósito del estudio.....	6
3.	Objetivos	6
3.1.	Objetivo General	6
3.2.	Objetivos Específicos	7
4.	Alcance del estudio	7
5.	Estado del arte	8
5.1.	Antecedentes.....	8
5.1.1.	Tipos de joyería	10
5.2.	Marco teórico	11
5.2.1.	Herramientas y enfoques utilizados	11
5.2.2.	Proceso de implementación	12
5.2.3.	Importancia de la metodología para Virtuosa Joyería	13
6.	Análisis del entorno.....	14
6.1.	Análisis PESTA.....	14
6.2.	Análisis de las 5 fuerzas de Porter	21
6.3.	Identificación y análisis de la competencia	29
6.4.	Identificación y análisis de clientes potenciales.....	32
7.	Propuesta del Plan de Negocios.....	40
7.1.	Misión, visión y valores de Virtuosa joyería	40
7.2.	Descripción detallada del producto	41
7.3.	Análisis FODA – Estudio de viabilidad	48
7.4.	Estrategia de marketing y posicionamiento de marca	51
7.5.	Estrategia de distribución y venta	63
7.6.	Recursos humanos y organización interna.....	65
7.7.	Análisis financiero y proyecciones económicas	66
7.7.1.	Proyecciones de ingresos.....	66
7.7.2.	Costos y gastos operativos	70
7.7.3.	Punto de equilibrio	74
7.7.4.	Proyecciones de rentabilidad	75
7.7.5.	Indicadores financieros clave	80

8.	Plan de implementación	82
8.1.	Cronograma de actividades.....	82
8.2.	Presupuesto y recursos necesarios	83
8.3.	Estrategias de lanzamiento y promoción	84
8.4.	Plan de seguimiento y control.....	84
9.	Conclusiones.....	85
9.1.	Resumen de hallazgos	85
9.2.	Contribución al campo de estudio	88
9.3.	Proyección futura y recomendaciones.....	88
9.4.	Limitaciones y áreas de futura investigación	89
10.	Bibliografía	90

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Grafico de precio de la plata (fuente: Banco Central de Chile).....	17
Figura 2	Precio de la plata año 2024 (Fuente: Banco Central de Chile).....	17
Figura 3	Resultados encuesta – Motivo de compra.....	33
Figura 4	Resultados encuesta – Edad v/s Motivo de compra	33
Figura 5	Resultados encuesta – Genero v/s Motivo de compra	34
Figura 6	Resultados encuesta – Ingresos mensuales v/s Motivo de compra	34
Figura 7	resultados encuesta – Preferencia de materiales.....	35
Figura 8	Resultados encuesta – Frecuencia de compra	35
Figura 9	Resultados encuesta – Canal de compra.....	36
Figura 10	Resultados encuesta – Valoración de diseño y originalidad	37
Figura 11	Resultados encuesta – Valoración de acabado y detalles.....	37
Figura 12	Resultados encuesta – Valoración de comodidad	38
Figura 13	Resultados encuesta – Preferencia por joyería hecha a mano	38
Figura 14	Resultados encuesta – Incentivos para la compra	39
Figura 15	Resultados encuesta – Preocupaciones al momento de la compra.....	39
Figura 16.	Aros Virtuosa Joyería.....	43
Figura 17.	Anillos Virtuosa Joyería	45
Figura 18.	Colgantes Virtuosa Joyería	47
Figura 19.	Pulseras Virtuosa Joyería.....	48
Figura 20	Logo Virtuosa Joyería	58
Figura 21	Packaging Virtuosa Joyería	59
Figura 22	Grafico de proyecciones de rentabilidad por escenario	78
Figura 23	Grafico de proyección financiera a 5 años	79

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ejemplo de cálculo de precio para un anillo.....	66
Tabla 2 Precios promedio de Virtuosa Joyería	67
Tabla 3 Ingresos mensuales y anuales estimados de Virtuosa Joyería	67
Tabla 4 Proyección de ventas con crecimiento anual del 10%	69
Tabla 5 Precios piedras corte tipo cabuchón	70
Tabla 6 Precio de materiales artificiales usados por Virtuosa Joyería	71
Tabla 7 Costos de mano de obra.....	71
Tabla 8 Costo <i>packaging</i> Virtuosa Joyería.....	72
Tabla 9 Gastos del taller y espacio de trabajo	73
Tabla 10 Gastos de publicidad y marketing	73
Tabla 11 Gastos administrativos de Virtuosa Joyería	74
Tabla 12 Costos fijos de Virtuosa Joyería anuales.....	74
Tabla 13 Costos variables de Virtuosa Joyería por unidad.....	75
Tabla 14 Proyecciones de rentabilidad en distintos escenarios	77
Tabla 15 Proyección financiera a 5 años.....	79
Tabla 16 Inversión inicial de Virtuosa Joyería	81
Tabla 17 Indicadores financieros clave	82
Tabla 18 Cronograma de actividades para la implementación de Virtuosa Joyería	83
Tabla 19 Presupuesto y recursos necesarios de Virtuosa Joyería.....	83

1. INTRODUCCIÓN

En el contexto actual del mercado chileno, la apreciación por los productos hechos a mano y el creciente interés en el consumo de bienes locales han fomentado el surgimiento de emprendimientos que se especializan en ofrecer bienes con un alto valor agregado tanto en términos de calidad como de significado. Virtuosa Joyería, es un emprendimiento ubicado en la comuna de Ñuñoa en Santiago de Chile se posiciona en este nicho como una propuesta innovadora que combina la ciencia de la geología con el arte de la joyería para crear piezas únicas, duraderas y personalizadas. Este negocio no solo refleja una fusión de conocimiento y creatividad, sino que también apunta a satisfacer la demanda de un segmento específico del mercado: mujeres modernas, urbanas e independientes de entre 25 y 45 años, que buscan en sus accesorios una expresión de identidad, un amuleto con valor espiritual y un vínculo con la cultura y el arte nacional.

La esencia de Virtuosa Joyería radica en su capacidad para transformar materiales como plata, cobre, piedras naturales, arcilla polimérica, acrílico y resina en joyas de autor, donde cada pieza cuenta una historia a través de sus colores, formas y texturas. Este enfoque permite crear joyas estéticamente atractivas y cargadas de un significado profundo y una conexión con la tierra. La artista, con su formación en geología, emplea sus conocimientos para diseñar joyas que no solo son visualmente impactantes, sino que también son precisas y armónicas, reflejando la delicadeza y el rigor científico en cada diseño.

Este plan de negocios tiene como objetivo explorar la viabilidad comercial de Virtuosa Joyería, evaluando estrategias de marketing, análisis de mercado, operaciones y logística, y la sostenibilidad financiera del emprendimiento. Enfocado en un modelo de negocio que integra la venta directa a través de redes sociales y la participación en ferias locales en fechas de alta demanda, se busca consolidar la presencia de la marca en el mercado y explorar oportunidades de expansión y reconocimiento en la joyería de autor en Chile.

2. ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO

La joyería ha sido usada a lo largo de la historia no solo por su belleza, muchas veces cumplen un propósito; se han usado con fines religiosos y espirituales, en ocasiones especiales y apariciones públicas, para declarar un estatus socioeconómico, indicar pertenencia a ciertos grupos e incluso para brindar protección, pasando a ser verdaderos amuletos. Usar joyería es una declaración de principios, el usuario elige piezas que cuenten una historia, e indiquen fácil y visualmente intereses personales y colectivos.

Virtuosa Joyería, es un emprendimiento que nació el año 2019, y ha funcionado de manera intermitente desde entonces. Actualmente busca sumarse al movimiento sustentable y *slowfashion*, confeccionando joyas de manera responsable y respetuosa con el medio ambiente y las personas, creando piezas duraderas, exclusivas y a precios justos.

El principal diferenciador de Virtuosa Joyería es el conocimiento y mirada científica que tiene el diseño de la pieza y selección de materiales. La artista, al ser también geóloga de profesión, conoce el origen y proceso de formación de los minerales, y los trabaja desde esa mirada, para adaptarlos, y pasar desde lo rustico de las piedras a piezas de joyería elegantes, armónicas, y que, pese a ser artesanales, tienen terminaciones exactas y delicadas. El resultado es siempre una pieza única, que puede ser de uso diario o de ocasión, que logra integrar minerales, la naturaleza y las matemáticas, con un enfoque sustentable, en base a materiales nobles y reutilizados, y eligiendo *packaging* que no genera residuos y es reutilizable y/o reciclable.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar un plan de negocios para Virtuosa Joyería y proporcionar una guía clara y detallada para el lanzamiento y la gestión exitosa de la empresa, a través de un estudio de mercado que facilite tomar decisiones en el escenario actual.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir la industria de la joyería de autor a nivel nacional y contextualizar el proyecto.
- Analizar y evaluar el mercado en el que la empresa está inmerso.
- Analizar el estado financiero actual para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.
- Estimar la inversión necesaria para la operación de la empresa durante la puesta en marcha y el primer año de operación.
- Diseñar una estrategia comercial, preparando un plan de marketing para la salida al mercado, para captar potenciales clientes desde la fase previa a la apertura.

4. ALCANCE DEL ESTUDIO

Virtuosa Joyería, está en la comuna de Ñuñoa, en la Región Metropolitana, y responde a la necesidad de las mujeres chilenas que, en sus compras de especialidad, buscan productos exclusivos, con valor simbólico, bellos, únicos y durables. Las usuarias le otorgan un sentido especial al diseño, originalidad y sustentabilidad de sus joyas, ya que su joyería debe ser capaz de comunicar algo de ellas, además de complementar su *look*.

En específico las clientas se pueden separar en dos grandes grupos:

- Grupo 1 Modernas y sofisticadas: Mujeres entre los 35 y 45 años, que buscan joyas elegantes y exclusivas que reflejen calidad y sofisticación. Este segmento, con ingresos medios a altos, adquiere piezas principalmente para ocasiones especiales o como autoregalos significativos, prefiriendo diseños atemporales y minimalistas en materiales nobles como plata, oro y piedras naturales. Su canal de compra favorito son las tiendas físicas y ferias de diseño, donde pueden interactuar directamente con los productos
- Grupo 2 Jóvenes, urbanas y creativas: Mujeres entre los 25 y 35 años, quienes valoran la originalidad, el diseño innovador y la sostenibilidad. Este segmento, caracterizado por su estilo personal y compromiso con el medio ambiente, tiende a realizar compras más

impulsivas influenciadas por tendencias en redes sociales y prefiere adquirir productos a través de plataformas digitales. Sus joyas ideales incluyen un enfoque en la personalización y la conexión emocional.

El estudio abarca desde la etapa previa a la apertura de un *e-commerce*, que está programado para el año 2025, para esto se revisará el mercado en los últimos años; y como han cambiado las formas de comprar productos de este tipo.

El alcance del estudio es un plan de negocios como instrumento clave para el éxito de la empresa, toda vez que tiene como objetivo ser la guía que describe los objetivos de un negocio, las estrategias para alcanzar esos objetivos y los recursos necesarios para su implementación. El estudio es descriptivo porque caracterizará las singularidades que ofrece un producto como una experiencia completa para el consumidor, desde el momento en que elige hasta que recibe su joya. Además, se caracterizará la situación financiera actual de Virtuosa Joyería, y el mercado de la joyería de autor en el que está inmerso, para estimar la inversión necesaria para el primer año de operación.

5. ESTADO DEL ARTE

5.1. ANTECEDENTES

BREVE HISTORIA DE LA JOYERÍA

El uso de joyería se remonta al paleolítico, en que el ser humano usaba objetos naturales, minerales y animales, como ornamento, talismanes y para diferenciarse (Casabó, 2010). Posteriormente, el uso de gemas y piedras preciosas se propagó como adornos o amuletos, y su posesión daba estatus social y riqueza a sus dueños, por su escasez y dificultad para encontrarlas y extraerlas (Casabó, 2010).

Los materiales utilizados en un principio eran los que estaban disponibles: piedras, plumas de aves, huesos de animales, conchas de mar, madera e incluso la obsidiana. Estos fueron reemplazados, gracias a los avances tecnológicos, por metales y piedras preciosas y semipreciosas, y así las joyas empezaron a influir en la cultura siendo una forma no verbal de expresión (Cruz, P.).

La joyería ha pasado a la historia como un arte atemporal en continua evolución y perfeccionamiento (Cruz, P.), forma parte de celebraciones de distinta índole, principalmente cultos religiosos, festividades, eventos políticos, deportivos y la celebración de la vida diaria; tiene significado de poder, riqueza y desarrollo tecnológico (Jiménez, 2018).

JOYERÍA EN CHILE

La joyería en Chile se remonta a las culturas precolombinas, como los Mapuches, Diaguitas y Atacameños, quienes desarrollaron técnicas de metalurgia y orfebrería, y utilizaban el oro, la plata, el cobre y piedras semipreciosas para crear objetos ornamentales y ceremoniales que tenían significados religiosos y sociales. Con la llegada de los españoles en el siglo XVI, se introdujeron nuevas técnicas europeas y estilos artísticos, lo que dio lugar a una joyería mestiza, donde se combinaban motivos locales con diseños europeo, y jugó un papel importante en la evangelización, con la producción de objetos religiosos como crucifijos y medallas.

En el siglo XIX, tras la independencia de Chile, surgió un sentimiento nacionalista que se reflejó en las artes y la joyería. Los diseños comenzaron a incorporar símbolos patrióticos y elementos de la flora y fauna chilena, consolidando una identidad nacional distintiva. Además, el descubrimiento y explotación de yacimientos minerales como el cobre y la plata impulsó la economía y proporcionó materia prima abundante para la joyería y la orfebrería.

El siglo XX trajo consigo la industrialización y la globalización, lo que afectó a la producción y consumo de joyería. Por un lado, la producción en masa y la importación de joyas extranjeras aumentaron la competencia, y por otro lado, hubo un resurgimiento del interés por la joyería artesanal y de autor.

En las últimas décadas, la joyería en Chile ha vivido una diversificación y especialización significativa. La aparición de escuelas y talleres de joyería ha profesionalizado el oficio, y la joyería contemporánea chilena ha ganado reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional. Los artesanos y diseñadores actuales combinan técnicas tradicionales con innovaciones tecnológicas, utilizando una variedad de materiales que van desde metales y piedras preciosas hasta elementos reciclados y no convencionales.

La joyería de autor ha cobrado especial relevancia, valorando la creación de piezas únicas que cuentan historias y expresan la individualidad del artista. Esta tendencia responde a una demanda creciente por productos que no solo sean estéticamente atractivos, sino que también tengan un significado personal y una conexión con la cultura local.

5.1.1. TIPOS DE JOYERÍA

JOYERÍA ARTESANAL

Este tipo de joyas son confeccionadas totalmente a mano por artesanos, se fabrican pocas unidades de cada pieza, cada joya resultante es única y puede presentar imperfecciones propias del trabajo manual. Es relevante mencionar que un trabajo artesanal no significa necesariamente que el producto sea personalizado o exclusivo, la joyería exclusiva puede emplear técnicas industriales o artesanales en su confección, pero siempre se fabrican pocas unidades, por otro lado, la joyería personalizada es habitualmente una pieza única diseñada y hecha a medida en base a requerimientos específicos del cliente (Yolanda Domínguez Joyeros, 2017).

JOYERÍA INDUSTRIAL

Corresponde a joyas hechas en serie en un proceso automatizado. En lugar de confeccionar cada pieza de manera individual, la joyería industrial utiliza maquinaria para producir grandes cantidades de piezas idénticas en cortos periodos de tiempo, lo que reduce los costos de producción (Ravasio, 2023).

JOYERÍA DE AUTOR

La joyería de autor se centra en la confección de piezas únicas, que no están hechas en base a la réplica, y donde el joyero es también considerado un diseñador y un artista. El joyero usa habilidades técnicas para producir piezas que son verdaderas obras de arte que reflejan su visión individual, dándoles su propia identidad a las joyas.

La joyería de autor mezcla la creatividad, el diseño y las habilidades técnicas en búsqueda de originalidad y expresión artística, permite la exploración de:

- Nuevos materiales
- Innovación en los procesos y técnicas
- Narrativa y concepto
- Influencias culturales y sociales
- Formas y estructuras
- Sostenibilidad y ética

5.2. MARCO TEÓRICO

El desarrollo de un plan de negocios requiere un enfoque que permita analizar la viabilidad, sustentabilidad y proyección del emprendimiento. Este marco teórico tiene como objetivo describir la metodología utilizada para construir el plan de negocios de Virtuosa Joyería. La metodología aplicada no solo aborda los aspectos internos del negocio, sino también su interacción con el entorno externo, considerando las dinámicas del mercado y las tendencias del sector de la joyería artesanal.

Considerando que Virtuosa Joyería es un emprendimiento que recién comienza, su plan de negocios debe ser conciso y centrarse en los aspectos críticos para el éxito inicial del negocio. Es importante mantener el plan flexible y adaptarlo según la evolución del negocio a medida que se vayan recopilando datos duros del mercado, ventas y clientes, dado que Virtuosa Joyería es un emprendimiento que aún no ha comenzado las ventas, y debe enfocarse en establecer una base sólida para el lanzamiento exitoso del negocio. El detalle se presenta en los siguientes puntos.

5.2.1. HERRAMIENTAS Y ENFOQUES UTILIZADOS

Para evaluar el entorno externo y las condiciones del mercado, se utilizó el análisis PESTA, que permite identificar factores macroeconómicos clave. Este enfoque examina aspectos políticos, como regulaciones y estabilidad gubernamental; y económicos, como inflación y poder adquisitivo. Además, considera factores sociales, como las tendencias de consumo ético y la demanda de personalización; tecnológicos, como la impresión 3D y herramientas de diseño asistido por

computadora; y ambientales, como las prácticas sostenibles y el impacto ecológico de las operaciones.

Complementando este análisis, se empleó la metodología de las 5 Fuerzas de Porter para entender la competitividad en el mercado de la joyería artesanal en Chile. Esta herramienta evalúa la amenaza de nuevos entrantes, considerando las barreras de entrada y la facilidad de acceso al mercado. También analiza el poder de negociación de los proveedores, enfocado en la disponibilidad de materiales de calidad y su impacto en los costos, y el poder de negociación de los clientes, relacionado con su sensibilidad al precio y preferencia por productos personalizados. Asimismo, examina la amenaza de productos sustitutos, como la bisutería y joyería producida en masa, y la rivalidad entre competidores existentes, analizando la diferenciación en diseño y calidad.

El análisis FODA también fue una herramienta crucial para evaluar los factores internos y externos que influyen en Virtuosa Joyería. Este análisis permitió identificar fortalezas como la experiencia en geología y el diseño único, oportunidades como el auge de la joyería artesanal y mercados de exportación, debilidades relacionadas con recursos limitados y reconocimiento inicial, y amenazas provenientes de la competencia en el mercado local e internacional.

Además, se realizó una encuesta de mercado para recopilar datos primarios sobre las preferencias, hábitos de compra y percepciones del público objetivo. Esta información fue fundamental para diseñar estrategias de marketing y ajustar la propuesta de valor del negocio.

5.2.2. PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

La implementación de la metodología para el desarrollo del plan de negocios de Virtuosa Joyería se estructuró en varias etapas, la primera etapa fue la recopilación de datos, la cual combinó fuentes primarias, como la encuesta realizada a clientes potenciales, y secundarias, obtenidas de análisis de tendencias globales en la industria de la moda y la joyería artesanal. Esta etapa permitió construir una base sólida de información para el análisis posterior.

En la segunda etapa, se aplicó un análisis comparativo utilizando el enfoque de *benchmarking*. Esto involucró la identificación y evaluación de los diferenciadores clave y las mejores prácticas de competidores directos e indirectos. Este análisis permitió no solo comprender la posición relativa de Virtuosa Joyería en el mercado, sino también identificar áreas de oportunidad para innovar y destacar frente a los competidores.

La tercera etapa consistió en el desarrollo de modelos financieros que contemplaron distintos escenarios económicos. Estos modelos incluyeron proyecciones de ingresos, costos y rentabilidad a corto y largo plazo, considerando variables como fluctuaciones en el precio de los materiales, tendencias de consumo y expansión del mercado. Esto aseguró una evaluación financiera robusta que sustenta la viabilidad económica del emprendimiento.

Finalmente, con base en los análisis realizados, se diseñaron estrategias específicas en áreas clave como marketing, distribución y posicionamiento de marca. Estas estrategias se adaptaron a las características del mercado objetivo, enfatizando la personalización y la conexión emocional con los clientes. También se definieron planes de acción para la implementación de estas estrategias, asegurando un enfoque práctico y medible.

5.2.3. IMPORTANCIA DE LA METODOLOGÍA PARA VIRTUOSA JOYERÍA

La metodología aplicada desempeña un papel fundamental en el éxito de Virtuosa Joyería al proporcionar una base estructurada y fundamentada para la toma de decisiones estratégicas. En primer lugar, asegura que todas las decisiones estén respaldadas por un análisis detallado de datos, lo que reduce la incertidumbre y mejora la precisión en la planificación. Esto es especialmente importante en un mercado competitivo donde las preferencias de los consumidores y las tendencias pueden cambiar rápidamente.

Además, esta metodología permite identificar oportunidades de mercado que pueden ser capitalizadas de manera efectiva. Por ejemplo, el análisis PESTA reveló el creciente interés por productos sostenibles y personalizados, lo que coincide con la propuesta de valor de Virtuosa Joyería. Al mismo tiempo, el análisis de las 5 Fuerzas de Porter destacó la importancia de

diferenciarse de los competidores a través de elementos únicos como la integración del conocimiento geológico en el diseño de las piezas.

Otro aspecto clave es la capacidad de adaptación. La metodología no solo facilita la comprensión de las condiciones actuales del mercado, sino que también permite ajustar las estrategias en función de cambios futuros. Esto garantiza que Virtuosa Joyería pueda mantenerse relevante y competitiva a medida que evolucionan las expectativas de los consumidores y las dinámicas del mercado.

En resumen, la metodología aplicada no solo proporciona una guía clara para el desarrollo del plan de negocios, sino que también fortalece la capacidad de Virtuosa Joyería para posicionarse como un referente en la industria de la joyería artesanal en Chile. Su enfoque único, que combina ciencia, arte y sostenibilidad, está respaldado por un análisis integral que asegura la viabilidad y el éxito del negocio a largo plazo.

6. ANÁLISIS DEL ENTORNO

6.1. ANÁLISIS PESTA

El análisis PESTA es una herramienta para evaluar el entorno externo en el que está inmerso Virtuosa Joyería.

POLÍTICO

En cuanto a regulaciones y leyes que afectan a la industria de la joyería en Chile, no existen normativas que regulen la venta de metales como la plata y el oro, y tampoco existe un instrumento para la certificación de piedras preciosas y minerales. Sin embargo, existen regulaciones de comercio como la ley N°19.496 de Protección de los Derechos de los Consumidores, que exige que los comerciantes proporcionen información veraz sobre las características de los productos, incluyendo metales preciosos, y que se cumpla con las normativas de calidad y autenticidad.

Por otro lado, el mercado suele seguir estándares internacionales como los establecidos por el *Gemological Institute of America* (GIA). En Chile, el Centro de Gemología y Joyería Kladiwa, ofrece

una amplia gama de servicios que incluyen certificaciones de gemas, tasaciones, y cursos de gemología y diamantaría.

La estabilidad política en Chile tiene una influencia significativa en el ambiente empresarial y en la confianza del consumidor. Un entorno político estable proporciona un marco predecible y seguro que facilita la inversión y el desarrollo empresarial, al tiempo que fomenta la confianza del consumidor en la economía y en sus decisiones de compra. En general Chile se caracteriza por un sistema democrático consolidado y una estructura institucional relativamente fuerte, el Banco Mundial evalúa la estabilidad política a través de su Índice de Gobernanza. Según este índice, Chile ha mantenido históricamente altos niveles de estabilidad política en comparación con otros países de América Latina.

En cuanto a políticas fiscales, se consideran los impuestos que se aplican a las empresas, y los posibles incentivos fiscales para negocios nuevos. En Chile, las políticas fiscales que afectan a las empresas incluyen el Impuesto de Primera Categoría, que tiene una tasa general del 27% sobre las utilidades netas, con un régimen especial para pequeñas y medianas empresas (PYME) que ofrece una tasa reducida del 25%. Además, las empresas deben aplicar un Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 19% sobre la venta de bienes y servicios, y pueden enfrentar contribuciones adicionales como la patente comercial municipal.

Para apoyar a los negocios nuevos, Chile ofrece varios incentivos fiscales, como un régimen de tributación simplificada para pequeñas y medianas empresas, y beneficios específicos para inversiones en innovación y tecnología. La Ley de Fomento a la Empresa y los programas de CORFO proporcionan subsidios, financiamiento y reducciones fiscales para fomentar el emprendimiento. Además, las empresas que exportan bienes y servicios pueden beneficiarse de exenciones de IVA sobre las exportaciones, lo cual estimula el comercio exterior. Estas políticas están diseñadas para equilibrar la recaudación fiscal con el apoyo al crecimiento empresarial y la inversión en el país.

ECONÓMICO

Se deben analizar el estado de la economía nacional y local en la Región Metropolitana, considerando la tasa de crecimiento económico y la inflación, ya que estos factores repercuten en el poder adquisitivo de los potenciales clientes.

La tasa de crecimiento económico nacional es un indicador que refleja el ritmo al que crece la economía del país, en Chile la tasa de crecimiento se puede obtener de informes del Banco Central de Chile y de Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Se estima que la economía chilena creció un 2,3% el 2024. Este crecimiento moderado refleja un contexto de desaceleración económica global y desafíos internos. En cuanto a la inflación en Chile alcanzó 4,5% en 2024, según el Banco Central de Chile. Este nivel de inflación refleja una moderación respecto a los años anteriores, aunque sigue siendo relativamente alta debido a factores globales y locales.

De manera más específica, se debe analizar el poder adquisitivo del consumidor, nivel de ingresos del mercado objetivos y su capacidad de gastos en joyería. Al respecto, en el año 2023 el ingreso promedio mensual en Chile fue de aproximadamente \$730,000 CLP, con variaciones significativas dependiendo de la región y el sector. La inflación, que alcanzó un 4.9% en 2023, impacta el poder adquisitivo al aumentar el costo de vida y, por ende, puede reducir el gasto en bienes no esenciales como la joyería. La Región Metropolitana, siendo el principal centro económico, presenta un mayor poder adquisitivo en comparación con otras regiones, lo que puede traducirse en una mayor demanda de productos de lujo. Estas variables influyen en el comportamiento del consumidor y, por lo tanto, las estrategias del negocio deben ir adaptándose a las condiciones económicas actuales y regionales.

En cuanto a los costos de los minerales y piedras semipreciosas, hay que considerar la variación que existe en el precio de este tipo de materiales, ya que estos costos pueden impactar significativamente en la rentabilidad y la estrategia de precios del negocio. Los precios de estos materiales están sujetos a fluctuaciones en el mercado global debido a la oferta y la demanda, y las condiciones locales de producción también juegan un papel importante. En Chile, aunque la minería de metales como el cobre y el litio es prominente, la disponibilidad y los precios de piedras semipreciosas pueden ser más volátiles debido a su limitada producción local. Esta variabilidad puede afectar el costo de adquisición y, por ende, el precio final de los productos de joyería. Por lo tanto, los joyeros deben estar preparados para ajustar sus precios según las fluctuaciones del mercado y gestionar eficazmente estos costos para mantener la rentabilidad del negocio. La comprensión de las tendencias históricas y actuales de precios puede ayudar en la planificación financiera y en la toma de decisiones estratégicas.



FIGURA 1 GRAFICO DE PRECIO DE LA PLATA (FUENTE: BANCO CENTRAL DE CHILE)



FIGURA 2 PRECIO DE LA PLATA AÑO 2024 (FUENTE: BANCO CENTRAL DE CHILE)

SOCIAL

El entorno social en Chile se caracteriza por una sociedad que ha experimentado importantes cambios en las últimas décadas, afectando las tendencias de consumo y las expectativas de los consumidores. La creciente urbanización y el aumento del poder adquisitivo en sectores medios han contribuido a que los consumidores chilenos busquen productos que no solo sean funcionales, sino que también reflejen sus valores y aspiraciones personales.

Uno de los factores más destacados en la sociedad chilena es el interés creciente por productos y servicios que promuevan la sostenibilidad, la autenticidad y la calidad. Esto se refleja en la popularidad de los productos hechos a mano, los cuales son percibidos como artículos de mayor valor, únicos y con un toque personal. La preferencia por productos artesanales frente a los fabricados en masa está relacionada con un cambio de mentalidad hacia un consumo más consciente y ético. Los consumidores chilenos, especialmente en áreas urbanas como Santiago, valoran la exclusividad y la historia detrás de los productos que compran, lo que favorece a emprendimientos que se enfocan en la calidad y el diseño original.

Demográficamente, el mercado objetivo para productos de joyería de autor se compone principalmente de mujeres y hombres de entre 25 y 45 años, que buscan diferenciarse y expresar su individualidad a través de sus elecciones de consumo. Este grupo tiende a tener un nivel educativo medio a alto y se desempeña en ocupaciones profesionales o administrativas, lo que los hace más propensos a valorar la originalidad y el simbolismo de las piezas que compran.

Otro aspecto importante que considerar son las preferencias culturales y estéticas. Chile es un país que mezcla influencias tradicionales con tendencias globales, y los consumidores valoran tanto las raíces culturales como la innovación en el diseño. La joyería de autor que incorpora elementos naturales y temáticas locales suele tener una buena recepción, ya que resuena con la apreciación por lo autóctono y lo natural, especialmente en una sociedad que busca reconectar con la identidad nacional y la naturaleza.

Finalmente, la creciente digitalización y el uso de las redes sociales han cambiado la manera en que los consumidores descubren y compran productos. Las plataformas digitales permiten a las marcas conectar de manera más directa y personalizada con sus clientes, promoviendo una experiencia de

compra que se alinea con las expectativas de un público que valora tanto la calidad del producto como la relación con la marca.

TECNOLÓGICO

El sector de la joyería ha experimentado un avance significativo en el uso de tecnologías que optimizan y transforman tanto el proceso de diseño como el de producción. Entre las principales innovaciones se encuentra la impresión 3D, que ha revolucionado la forma en que los artesanos y diseñadores pueden prototipar y producir piezas. Esta tecnología permite una creación más rápida y precisa de modelos complejos, lo que facilita la personalización y reduce los tiempos de producción. Junto a esto, el uso de herramientas de diseño asistido por computadora (CAD) permite a los diseñadores experimentar con nuevas formas, texturas y patrones, aumentando las posibilidades creativas y mejorando la eficiencia en el proceso de creación.

Otro método que se sigue utilizando y que ha sido optimizado mediante tecnologías modernas es la técnica de cera perdida, un proceso tradicional adaptado para producciones artesanales en serie a pequeña escala. Esta combinación de métodos tradicionales y tecnología moderna permite a los emprendedores como Virtuosa Joyería mantener la calidad y el detalle artesanal mientras se benefician de una producción más ágil y controlada.

En cuanto a la promoción y venta de productos, las plataformas digitales y redes sociales se han convertido en herramientas indispensables para los negocios de joyería. Instagram, Pinterest y TikTok son particularmente efectivas para mostrar productos visualmente atractivos y para construir una identidad de marca que resuene con los consumidores. Estas plataformas no solo permiten exhibir las joyas de forma creativa y atractiva, sino que también facilitan la interacción directa con el cliente, la creación de contenido de valor y la posibilidad de contar la historia detrás de cada pieza. Además, *marketplaces* en línea como Etsy y plataformas de *e-commerce* propias permiten a los negocios llegar a un público más amplio y gestionar ventas de manera eficiente.

La innovación en materiales es otro aspecto relevante en el análisis tecnológico. La introducción de nuevos compuestos y materiales híbridos, así como el uso de técnicas más sostenibles, influye en la forma en que las joyas son diseñadas y producidas. Materiales como la resina ecológica, aleaciones recicladas y piedras sintéticas de alta calidad están ganando popularidad, ya que responden a la

demanda de productos más éticos y sostenibles. Esto se alinea con las tendencias actuales de consumo responsable, donde los clientes valoran tanto la estética como el impacto ambiental de sus compras.

Estas innovaciones tecnológicas y el uso de plataformas digitales son esenciales para mantenerse competitivo en el mercado de la joyería en Chile y a nivel global. Virtuosa Joyería, al integrar estas tecnologías en su proceso de diseño y venta, puede posicionarse como una marca moderna y adaptable, capaz de atraer a un público que valora tanto la tradición como la innovación.

AMBIENTAL

El enfoque ambiental es un aspecto clave en la industria de la joyería moderna, y la incorporación de prácticas sostenibles en el proceso de producción es fundamental para responder a las expectativas de los consumidores y las regulaciones. La adopción de materiales reciclados es una tendencia creciente que ayuda a minimizar el impacto ambiental, al reducir la demanda de extracción de nuevos recursos y aprovechar los existentes. Virtuosa Joyería puede beneficiarse de estas prácticas al integrar metales reciclados, como la plata y el cobre, y al optar por piedras semipreciosas que provienen de fuentes responsables.

La reducción de residuos y la eliminación de materiales de un solo uso también son medidas esenciales para garantizar un proceso de producción más limpio y sostenible. Implementar sistemas de reutilización de desechos y técnicas de producción eficientes puede ayudar a minimizar el desperdicio y asegurar que los procesos sean más respetuosos con el entorno. Virtuosa Joyería puede, por ejemplo, integrar tecnologías y métodos que optimicen el uso de materiales, como la impresión 3D y la cera perdida, para reducir las pérdidas durante la fabricación.

El impacto ambiental de la minería es un punto crítico para considerar, ya que la extracción de metales y piedras semipreciosas tiene consecuencias significativas para los ecosistemas locales y globales. Evaluar y seleccionar proveedores que sigan prácticas éticas y responsables en la minería, así como optar por fuentes certificadas y con trazabilidad, es una forma de mitigar este impacto. De esta manera, Virtuosa Joyería puede alinearse con los valores de sostenibilidad que buscan muchos consumidores modernos, quienes prefieren productos que no solo sean hermosos, sino también responsables.

En cuanto a las regulaciones ambientales aplicables a la industria de la joyería en Chile, es fundamental que las empresas comprendan y cumplan con las normativas vigentes que buscan proteger el medioambiente. Estas regulaciones pueden incluir la gestión de desechos, la reducción de emisiones y el uso de materiales sostenibles. Investigar y adherirse a estas regulaciones no solo garantiza el cumplimiento legal, sino que también posiciona a Virtuosa Joyería como una marca comprometida con la protección del planeta. El cumplimiento de estas normativas y la implementación de prácticas ambientalmente responsables pueden ser un diferenciador clave que contribuya a la reputación y el éxito a largo plazo de la empresa.

6.2. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

La evaluación de cada fuerza con los datos obtenidos permite identificar las áreas de mayor presión y oportunidades, para posteriormente desarrollar las estrategias para mejorar la posición de Virtuosa Joyería en el mercado.

AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

La industria de la joyería artesanal en Chile presenta barreras de entrada que pueden ser tanto limitantes como oportunidades para los nuevos emprendedores. Entre las principales barreras se encuentran los costos iniciales asociados a la adquisición de herramientas especializadas, el tiempo y los recursos necesarios para aprender y perfeccionar el oficio, y el acceso a materiales de alta calidad. Estos factores pueden desalentar a algunos potenciales competidores, ya que la inversión inicial no es trivial y la calidad de los productos es un determinante crítico para el éxito.

Además, existen requisitos legales y regulatorios que deben cumplirse, como registros de marcas, patentes de diseño y normativas de producción y venta. Estas regulaciones pueden representar una barrera adicional, especialmente para quienes buscan operar de manera formal y cumplir con las leyes de protección al consumidor y sostenibilidad ambiental.

En cuanto a la competencia local, en los últimos años es un mercado que ha estado en crecimiento, sin embargo, los emprendedores se han enfocado en vender joyas prefabricadas y reventa de joyas

importadas, y el creciente interés por productos personalizados y artesanales ha impulsado a nuevos artesanos a incursionar en la industria. Sin embargo, la competencia no solo se limita a la cantidad de nuevos participantes, sino también a su capacidad de diferenciarse mediante propuestas de valor únicas.

La facilidad con la que los nuevos competidores pueden acceder al mercado depende en gran medida de la disponibilidad de canales de distribución. Las plataformas de *e-commerce* y las redes sociales han facilitado la entrada al mercado, permitiendo a los nuevos diseñadores promocionar y vender sus productos sin necesidad de un espacio físico. No obstante, la aceptación de la marca por parte de los consumidores es un desafío. La fidelidad y la percepción de calidad en el sector de la joyería están estrechamente ligadas a la reputación de la marca, lo que implica que los nuevos entrantes deben invertir considerablemente en marketing y en construir una identidad sólida para captar y retener clientes.

En resumen, aunque las barreras de entrada pueden parecer bajas debido al acceso a herramientas digitales y la creciente preferencia por lo artesanal, los desafíos relacionados con la calidad, la diferenciación y la aceptación de la marca hacen que la amenaza de nuevos entrantes no sea abrumadora pero tampoco despreciable. Virtuosa Joyería puede protegerse y destacarse al fortalecer su propuesta de valor única, enfocándose en la combinación de conocimientos geológicos y artesanía detallada, lo que le permite establecer una conexión más profunda con los clientes y diferenciarse de los nuevos competidores.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

En la industria de la joyería artesanal en Chile, el poder de negociación de los proveedores es un factor importante que puede influir en la rentabilidad y flexibilidad de los negocios. El número de proveedores de herramientas y materiales, especialmente aquellos que están certificados y ofrecen materias primas de alta calidad, es limitado en la región. Entre los principales proveedores de insumos se encuentran Promano y Rosse, ambos reconocidos por ofrecer materiales y herramientas esenciales para la producción de joyería artesanal. Estos proveedores cuentan con un historial de productos de calidad, lo que les da una posición dominante en el mercado y les otorga un mayor poder de negociación, ya que las marcas y artesanos que dependen de ellos tienen menos opciones para elegir y, por lo tanto, enfrentan mayores costos de adquisición y condiciones menos favorables.

La calidad y la exclusividad de los materiales ofrecidos por los proveedores juegan un papel crucial en la capacidad de una marca para diferenciarse en el mercado. Materiales como la plata, piedras semipreciosas con certificación de origen ético y productos sostenibles tienen una demanda creciente, lo que refuerza la posición de los proveedores que pueden proporcionar estos insumos. La capacidad de Virtuosa Joyería para destacarse depende en parte de la calidad y la exclusividad de los materiales que utilice, lo que aumenta su dependencia de ciertos proveedores y eleva su poder de negociación.

Otro aspecto para considerar es el costo y la dificultad de cambiar de proveedor. En algunos casos, los costos asociados con la búsqueda y validación de nuevos proveedores, el establecimiento de nuevas relaciones comerciales y la adaptación de procesos de producción pueden ser altos, lo que limita la flexibilidad de la marca y refuerza el poder de los proveedores actuales. Esta dependencia puede afectar la capacidad de negociación de Virtuosa Joyería, ya que un cambio de proveedor puede implicar riesgos de interrupciones en la cadena de suministro y posibles variaciones en la calidad de los productos.

Para mitigar estos desafíos, es crucial que Virtuosa Joyería explore estrategias como la diversificación de su cartera de proveedores, la búsqueda de alianzas con pequeños productores locales que compartan sus valores de sostenibilidad, y la consideración de proveedores internacionales si es viable. Desarrollar relaciones a largo plazo basadas en la confianza y la transparencia con proveedores clave también puede ayudar a negociar mejores condiciones y reducir la dependencia de un único proveedor.

En conclusión, aunque el poder de negociación de los proveedores en la región es significativo debido a su número limitado y la calidad de los materiales que ofrecen, Virtuosa Joyería puede fortalecer su posición a través de una planificación cuidadosa y la diversificación de sus fuentes de suministro. Esto le permitirá mantener su capacidad de diferenciación en el mercado sin comprometer la calidad ni la sostenibilidad de sus productos.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

El poder de negociación de los clientes en la industria de la joyería artesanal depende de varios factores clave, como el tamaño del mercado objetivo, las preferencias de los consumidores y la disponibilidad de alternativas. El análisis de estos elementos permite entender mejor cómo la clientela influye en la estrategia de precios y en la fidelización de la marca.

El tamaño del mercado objetivo es un punto de partida esencial. Santiago es una ciudad con una población diversa y de gran tamaño, lo que implica que existe una base considerable de clientes potenciales. Este hecho reduce el poder de negociación individual de cada cliente, ya que la demanda es lo suficientemente amplia como para que las marcas no dependan excesivamente de un número reducido de compradores. Virtuosa Joyería puede aprovechar esta situación al dirigirse a un segmento de mujeres de entre 25 y 45 años, interesadas en productos exclusivos y de alta calidad, lo que permite mantener un cierto nivel de control en las decisiones de precio y posicionamiento.

En cuanto a las preferencias de los clientes, es importante considerar que los consumidores de joyería artesanal suelen ser sensibles a varios factores, entre los cuales destacan el precio, la calidad y el diseño. La artesanía y la personalización son elementos muy valorados en este mercado, lo que aumenta el atractivo de productos únicos y hechos a mano. Sin embargo, mientras algunos clientes están dispuestos a pagar un precio superior por piezas únicas que reflejen un nivel de exclusividad y arte, otros pueden ser más cautelosos y priorizar el precio. La capacidad de Virtuosa Joyería para ofrecer diseños que combinen calidad y personalización le permite destacarse y mantener la atención de los consumidores dispuestos a invertir en productos que reflejen su estilo y valores.

La disponibilidad de alternativas es otro factor que influye en el poder de negociación de los clientes. Aunque existe una competencia considerable en el mercado de la joyería, que incluye tanto marcas locales como joyería producida en masa, la preferencia creciente por productos con significado y sostenibilidad ha fortalecido la posición de la joyería artesanal. Los consumidores que buscan piezas únicas y hechas a mano suelen valorar más la exclusividad y la conexión emocional que ofrecen los diseños artesanales, lo que reduce su disposición a considerar productos de producción masiva. Sin embargo, la presencia de otras marcas artesanales locales puede afectar la capacidad de Virtuosa

Joyería para establecer precios y fidelizar clientes si no se destaca adecuadamente en términos de propuesta de valor y calidad.

Para contrarrestar estas amenazas y maximizar la lealtad del cliente, Virtuosa Joyería puede enfocarse en la creación de una experiencia de marca que resalte la artesanía y cuente una historia a través de la personalización y el compromiso con la sostenibilidad. Estrategias como una atención al cliente excepcional y contenido de valor en redes sociales pueden ayudar a crear una conexión más profunda con el público, reduciendo su poder de negociación y favoreciendo la fidelización a largo plazo.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

En la industria de la joyería artesanal, la amenaza de productos sustitutos es un factor importante que puede influir en la demanda y en la capacidad de diferenciación de una marca. Estos sustitutos incluyen una variedad de productos que pueden satisfacer las mismas necesidades o deseos de los clientes, como la joyería producida en masa, la bisutería y otros accesorios de moda, como relojes, pañuelos y accesorios para el pelo.

La joyería producida en masa y la bisutería tienen una fuerte presencia en el mercado debido a su asequibilidad y amplia disponibilidad. Estos productos pueden parecer atractivos para los consumidores que buscan opciones económicas y que no necesariamente valoran la exclusividad o la artesanía detrás de una pieza. Sin embargo, estos sustitutos generalmente no ofrecen la durabilidad, el detalle artístico ni el significado emocional que las piezas de joyería de autor sí proporcionan. Esto representa una ventaja para Virtuosa Joyería, ya que su propuesta de valor se centra en la exclusividad, el diseño único y la conexión emocional con sus clientas, características que los productos sustitutos no pueden replicar fácilmente.

El atractivo de estos sustitutos se debe evaluar en términos de precio, estilo, durabilidad y disponibilidad. En términos de precio, la bisutería y la joyería producida en masa suelen ser más asequibles, lo que puede atraer a un segmento del mercado más sensible al precio. Sin embargo, en relación con el estilo y la durabilidad, la joyería de autor hecha a mano tiene una clara ventaja, ya que ofrece piezas personalizadas y de alta calidad que reflejan el arte y la dedicación de su creador. La disponibilidad de productos de producción masiva en tiendas minoristas y plataformas en línea

también juega un papel en su atractivo, pero no siempre compite directamente con el tipo de experiencia y valor que Virtuosa Joyería ofrece.

Las tendencias de consumo actuales también pueden influir en la demanda de los productos sustitutos. La creciente conciencia sobre la sostenibilidad y el consumo responsable ha llevado a un segmento de consumidores a valorar más las piezas artesanales y de autor, que a menudo están asociadas con prácticas de producción ética y materiales de origen responsable. Esta tendencia reduce la amenaza de los productos sustitutos para las marcas que, como Virtuosa Joyería, se centran en la sostenibilidad y la calidad.

Por otro lado, el mercado de accesorios de moda, como los relojes, pañuelos y accesorios para el pelo, también puede representar una competencia indirecta. Sin embargo, estos productos generalmente no tienen el mismo nivel de significado o personalización que las joyas de autor, por lo que la amenaza que representan puede ser menor si Virtuosa Joyería enfatiza su propuesta de valor centrada en la singularidad y la conexión emocional de sus piezas.

Aunque existen productos sustitutos que pueden atraer a clientes en función del precio y la disponibilidad, Virtuosa Joyería puede mitigar esta amenaza al destacar su enfoque en la calidad, la exclusividad y la durabilidad de las piezas. Al hacerlo, se posiciona como una opción preferida para aquellos consumidores que buscan algo más que un simple accesorio y valoran la historia y el arte detrás de cada pieza.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES

La rivalidad entre los competidores existentes es un factor crucial en la industria de la joyería artesanal en Chile, especialmente en ciudades como Santiago, donde la oferta de productos artesanales y de diseño está en auge. La cantidad de competidores y la fuerza de estos en la industria pueden aumentar significativamente la rivalidad. En el sector de la joyería existen grandes marcas, con presencia nacional e internacional, y pequeños talleres y emprendedores independientes que buscan captar la atención del mismo público objetivo. Este alto número de competidores intensifica la rivalidad, ya que todos compiten por una base de clientes que valora la exclusividad y la calidad.

La diferenciación es clave para mantenerse competitivo en un entorno con tanta rivalidad. Las marcas deben destacarse a través de la calidad de sus productos, el diseño innovador, la elección de materiales y la capacidad de personalizar las piezas para satisfacer las preferencias individuales de los clientes. Virtuosa Joyería, con su enfoque en la integración del conocimiento geológico y la artesanía detallada, puede lograr un nivel de diferenciación que la haga resaltar frente a la competencia. La personalización y el uso de materiales sostenibles y de origen responsable son aspectos que cada vez más consumidores buscan y que pueden ser un punto fuerte para la marca.

Un mercado en crecimiento ofrece mayores oportunidades para todos los jugadores y puede reducir la rivalidad, ya que hay suficiente demanda para absorber la oferta de nuevos y existentes competidores. En los últimos años, se ha observado un aumento en la valoración de productos únicos y hechos a mano, impulsado por un cambio en las preferencias de los consumidores hacia un consumo más consciente y personalizado. Esto ha favorecido a la industria de la joyería artesanal, creando un entorno de crecimiento que permite a los nuevos participantes y a las marcas ya establecidas expandir su presencia sin una competencia excesiva.

Sin embargo, si el mercado se encuentra en una fase de estancamiento o saturación, la rivalidad se intensifica, ya que las marcas deben luchar por una cuota de mercado más limitada. En este contexto, las estrategias de diferenciación y la capacidad de construir una marca con una identidad sólida y un valor percibido alto se vuelven aún más esenciales para sobrevivir y prosperar.

Virtuosa Joyería debe evaluar la fuerza de sus competidores directos, tanto grandes como pequeños, y posicionarse mediante una propuesta de valor clara y bien comunicada. Establecer relaciones sólidas con los clientes a través de un servicio excepcional, una atención personalizada y el uso de materiales de calidad ayudará a fortalecer su posición en el mercado y a reducir la presión de la competencia.

RESUMEN DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

1. Amenaza de nuevos entrantes
 - a. Bajo costo de entrada por herramientas digitales: Las plataformas de comercio electrónico y redes sociales facilitan el acceso al mercado.

- b. Diferenciación y reputación de marca: Los nuevos competidores necesitan construir una identidad sólida para competir en un mercado.
- c. Barreras regulatorias: Cumplir con normativas de calidad, sostenibilidad y comercio puede ser un obstáculo inicial.
- d. Acceso a insumos especializados: La adquisición de materiales de alta calidad implica barreras de entrada relacionadas con los costos y la disponibilidad.

2. Poder de negociación de los proveedores

- a. Disponibilidad limitada de materiales de calidad: La oferta restringida de insumos certificados y sostenibles otorga un poder considerable a los proveedores.
- b. Costos de cambio elevados: Cambiar de proveedor puede implicar interrupciones y variaciones en la calidad de los productos.
- c. Demanda creciente de insumos éticos: La tendencia hacia materiales sostenibles y de origen responsable incrementa la dependencia de ciertos proveedores.
- d. Concentración de proveedores: Un mercado con pocos proveedores confiables, como los mencionados en el análisis, aumenta su poder de negociación.

3. Poder de negociación de los clientes

- a. Preferencia por personalización: Los clientes valoran las piezas únicas, lo que reduce su disposición a aceptar alternativas.
- b. Variedad de alternativas: La disponibilidad de joyería producida en masa y artesanal amplía las opciones del cliente, otorgándole más poder.
- c. Sensibilidad al precio: Los consumidores que valoran el diseño único están dispuestos a pagar más, pero la competencia económica puede atraer a clientes sensibles al costo.
- d. Conexión emocional con la marca: Una propuesta de valor clara, como la de Virtuosa Joyería, puede mitigar el poder de negociación al crear una base de clientes leales.

4. Amenaza de productos sustitutos

- a. Precios accesibles de bisutería: La joyería producida en masa atrae a consumidores sensibles al precio.
- b. Durabilidad y valor emocional: La joyería artesanal supera a los sustitutos en longevidad y significado personal, reduciendo la amenaza.

- c. Tendencias hacia sostenibilidad: Los consumidores responsables prefieren productos éticos, lo que disminuye el atractivo de los sustitutos no sostenibles.
 - d. Diversificación de accesorios de moda: Productos como relojes o pañuelos compiten indirectamente, pero carecen del significado emocional de las joyas.
5. Rivalidad entre competidores existentes
- a. Alta competencia en el mercado artesanal: La presencia de numerosas marcas intensifica la rivalidad.
 - b. Diferenciación basada en diseño y calidad: Elementos como el conocimiento geológico único de Virtuosa Joyería la posicionan favorablemente frente a competidores.
 - c. Segmentación del mercado: La capacidad de capturar nichos específicos, como consumidores preocupados por la sostenibilidad, reduce la presión competitiva.
 - d. Crecimiento del mercado: Una demanda en aumento para productos personalizados y artesanales puede amortiguar la rivalidad.

6.3. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

COMPETIDORES DIRECTOS

Los competidores directos son marcas de joyería artesanal que, al igual que Virtuosa Joyería, se enfocan en la creación de piezas únicas, personalizables y hechas a mano a pequeña escala. Entre ellos se analizan distintos exponentes chilenos:

- Con Mis Manos Joyas: Esta marca se especializa en joyería artesanal con un enfoque en la personalización y detalles delicados. Sus piezas, elaboradas con piedras naturales y metales preciosos, están dirigidas a mujeres que valoran la exclusividad y el trabajo artesanal. Su presencia en redes sociales resalta el proceso creativo y la calidad de las piezas, utilizando una estética cuidada que conecta emocionalmente con su público.
- Joyería Silvestre: Ofrece joyas inspiradas en la naturaleza, con diseños orgánicos que integran elementos como flores y hojas. Su propuesta de valor radica en la conexión emocional que establecen sus productos con la naturaleza, atrayendo a clientes que buscan

un vínculo simbólico en sus accesorios. Su comunicación visual destaca la originalidad de sus diseños y la historia detrás de cada pieza.

- **Arista Joyas:** Se centra en diseños contemporáneos con líneas geométricas y minimalistas. Esta marca apela a mujeres jóvenes y profesionales que buscan accesorios versátiles y elegantes para el uso diario. Su estética moderna y sofisticada en redes sociales refuerza su posicionamiento como una opción de joyería artesanal refinada.
- **Jacinta Joyas:** Destaca por sus piezas coloridas y vibrantes, que incorporan piedras semipreciosas y diseños llamativos. Su enfoque en la creatividad y el uso del color atrae a personas interesadas en expresar su personalidad a través de accesorios únicos. Su estrategia en redes sociales refleja energía y vitalidad, fortaleciendo su conexión con un público joven y dinámico.
- **Milia Joyas:** Combina elegancia y tradición con un toque moderno en sus diseños. Sus joyas, elaboradas con materiales de alta calidad, están dirigidas a mujeres que valoran la sofisticación y el diseño atemporal. La marca comunica su esencia clásica y contemporánea a través de una estética refinada en sus publicaciones.

Las similitudes con Virtuosa Joyería se pueden resumir en:

1. Foco en la Joyería Artesanal: Todos los competidores directos comparten un énfasis en la creación de piezas artesanales únicas. Esto incluye la atención al detalle, el uso de materiales nobles y la confección manual, lo que otorga exclusividad a sus productos.
2. Uso de Materiales de Calidad: El uso de plata, piedras naturales y otros materiales de alta calidad es una constante. Esto les permite posicionarse como opciones premium en el mercado, dirigidas a clientes que valoran la durabilidad y la autenticidad.
3. Conexión Emocional con el Producto: La mayoría de las marcas utilizan elementos simbólicos o narrativos en sus diseños, como la naturaleza (Joyería Silvestre), la personalización (Con Mis Manos Joyas) o la vitalidad expresiva (Jacinta Joyas), para crear un vínculo emocional con sus clientes.

4. Presencia Digital y Marketing Visual: Todas tienen una fuerte presencia en redes sociales, utilizando estrategias visuales que destacan la belleza de sus productos y refuerzan la percepción de exclusividad y diseño personalizado. Esto incluye fotografías cuidadas y contenido que resalta el proceso creativo.

Virtuosa Joyería tiene varias similitudes con sus competidores directos, particularmente en términos de enfoque artesanal, uso de materiales nobles y conexión emocional con el cliente. Sin embargo, su diferenciador clave es la integración del conocimiento geológico en el diseño, lo que le otorga un valor científico y cultural que no todos los competidores pueden replicar. Este enfoque único, combinado con su compromiso con la sostenibilidad, le permite destacarse en un mercado competitivo.

COMPETIDORES INDIRECTOS

Los competidores indirectos son empresas que ofrecen productos sustitutos o alternativas de joyería, pero sin el mismo enfoque en personalización o diseño artesanal. Este grupo incluye a:

- **Grandes cadenas de joyería comercial**: Ofrecen productos a precios más bajos gracias a la producción en masa, con diseños estándar que carecen de la exclusividad y artesanía de las piezas hechas a mano. Aunque atraen a un público más amplio, su enfoque no satisface la demanda de personalización ni conexión emocional.
- **Tiendas de accesorios y bisutería**: Este segmento incluye negocios que venden piezas de tendencia a precios económicos. Aunque no compiten directamente en términos de calidad o diseño artesanal, pueden captar clientes sensibles al precio que buscan alternativas más accesibles.

Estos competidores directos e indirectos delinean un mercado diversificado, donde Virtuosa Joyería debe posicionarse destacando su combinación única de conocimiento geológico, artesanía detallada y compromiso con la sostenibilidad.

6.4. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE CLIENTES POTENCIALES

Para la identificación y análisis de clientes potenciales, se llevó a cabo un estudio de mercado utilizando una encuesta en línea realizada a través de *Google Forms*. La encuesta se aplicó entre el 21 y el 26 de agosto de 2024, se obtuvieron 256 respuestas, y tuvo como objetivo captar información clave sobre los posibles clientes.

Este estudio incluyó la recopilación de datos sobre las preferencias de compra, comportamientos de consumo y necesidades específicas en relación con la joyería. La metodología online permitió alcanzar una muestra representativa de la población objetivo, facilitando así un análisis detallado de los perfiles de los clientes potenciales, sus patrones de gasto y sus expectativas en cuanto a productos de joyería. La información obtenida a partir de la encuesta servirá para ajustar la oferta de productos y estrategias de marketing para satisfacer de manera efectiva las demandas del mercado. El detalle de la encuesta realizada se encuentra en el anexo 1, y sus resultados analizados a continuación:

Análisis de resultados de la encuesta sobre preferencias en joyería

1. Perfil demográfico de los encuestados: La encuesta reveló que el 75% de los encuestados son mujeres (192 respuestas de un total de 256). En cuanto a la edad, el 25% (65 respuestas) se encuentra en el rango de 36-45 años, seguido de un 24% (62 respuestas) en el rango de 26-35 años. En términos de ingresos mensuales, el 38% de los encuestados (98 respuestas) reporta ingresos superiores a \$2.000.000 CLP, lo que destaca un mercado con un poder adquisitivo medio-alto.
2. Motivos de compra: Un 61% (157 respuestas) de los encuestados mencionó que adquiere joyas principalmente para uso personal, mientras que un 22% (56 respuestas) indicó que compra joyas como regalo. Esto resalta la importancia de posicionar la joyería no solo como un accesorio personal, sino también como una opción significativa para regalar.

Distribución de Respuestas - La mayoría de las veces que compras joyas:



FIGURA 3 RESULTADOS ENCUESTA – MOTIVO DE COMPRA

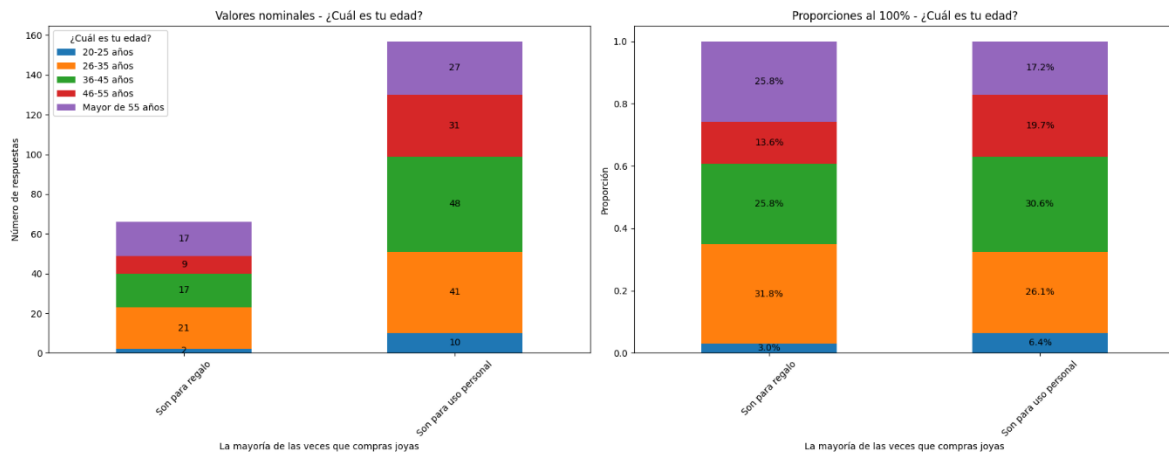


FIGURA 4 RESULTADOS ENCUESTA – EDAD V/S MOTIVO DE COMPRA

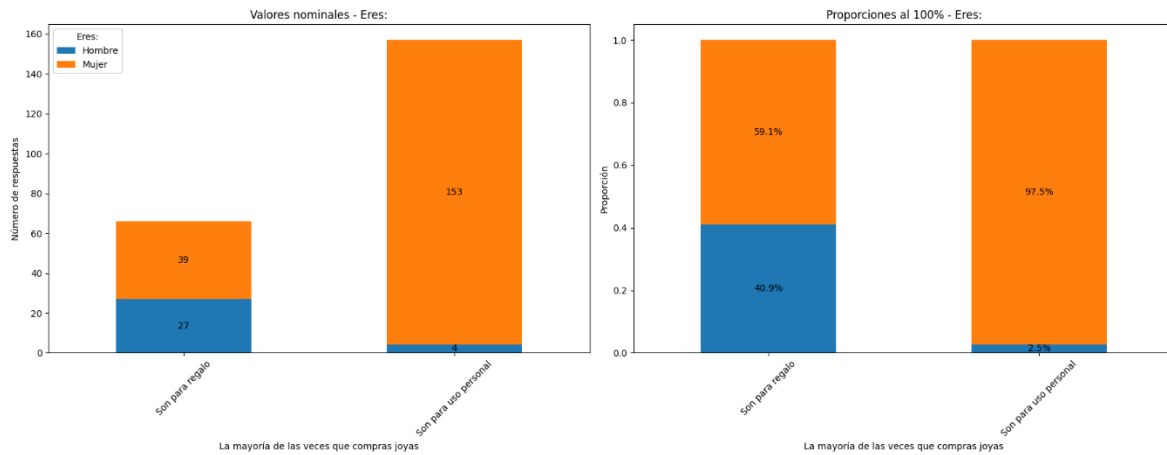


FIGURA 5 RESULTADOS ENCUESTA – GENERO V/S MOTIVO DE COMPRA

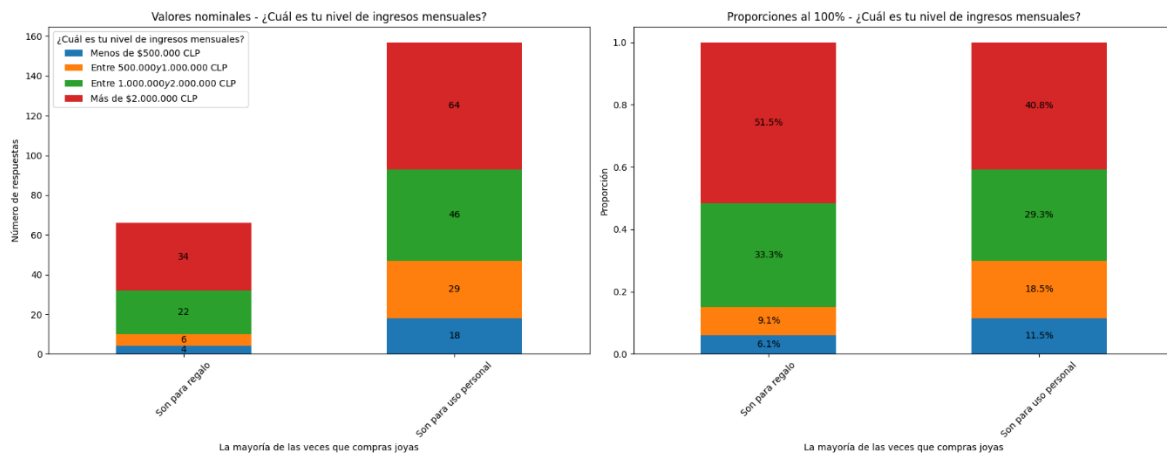


FIGURA 6 RESULTADOS ENCUESTA – INGRESOS MENSUALES V/S MOTIVO DE COMPRA

3. **Materiales preferidos:** La plata y el oro son los materiales más populares. Estos resultados sugieren que los consumidores buscan joyas que combinen calidad, durabilidad y un valor percibido alto, algo que Virtuosa Joyería puede aprovechar al enfocarse en estas materias primas para atraer a su público objetivo.

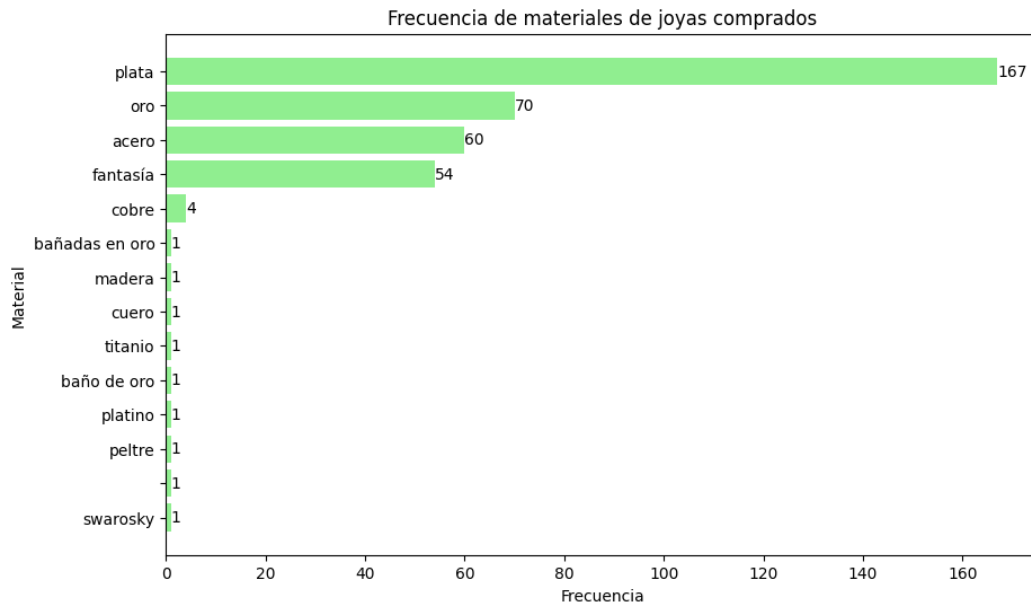


FIGURA 7 RESULTADOS ENCUESTA – PREFERENCIA DE MATERIALES

4. Frecuencia de compra y lugares de adquisición: Un 23% (60 respuestas) de los encuestados compra joyería cada 2-3 meses, mientras que un 24% (61 respuestas) lo hace rara vez. Los lugares preferidos para la compra son las tiendas físicas (61%), seguidas de ferias y mercados de diseño (31%) y las tiendas online (27%). Esto subraya la importancia de tener una presencia omnicanal para capturar el interés de diferentes tipos de compradores.

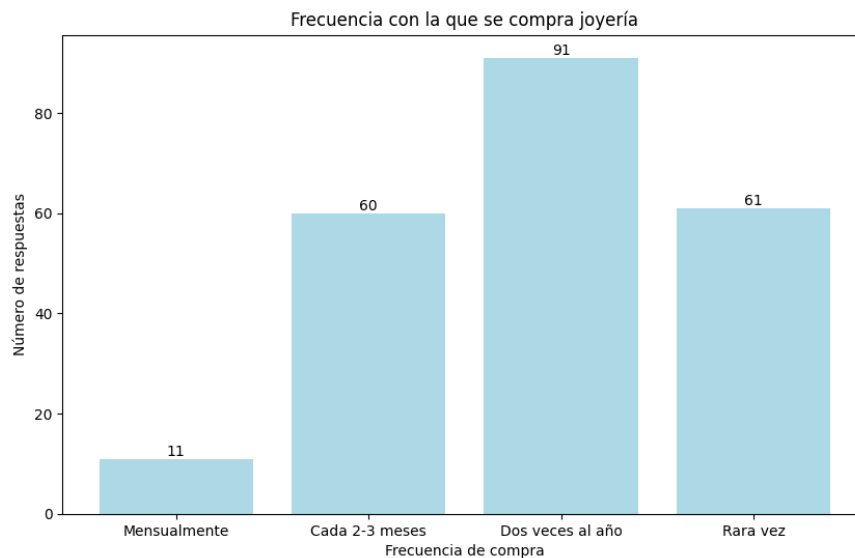


FIGURA 8 RESULTADOS ENCUESTA – FRECUENCIA DE COMPRA

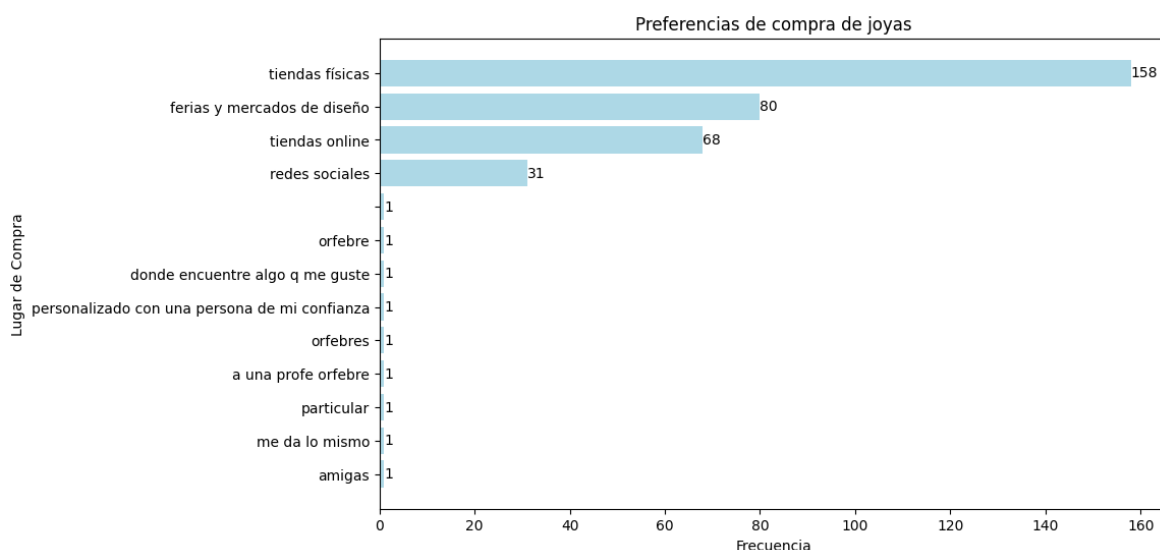


FIGURA 9 RESULTADOS ENCUESTA – CANAL DE COMPRA

Los datos muestran una relación interesante entre el género de los encuestados y la frecuencia con la que compran joyería:

- a. Frecuencia de compra en mujeres: La mayoría de las mujeres encuestadas compra joyería con relativa frecuencia. Un 30% de ellas (58 respuestas) compra joyería cada 2-3 meses, mientras que un 43% (82 respuestas) lo hace dos veces al año. Las mujeres también representan la mayoría de las compras mensuales (11 respuestas) y rara vez (41 respuestas), lo que sugiere una amplia variedad en los hábitos de compra, desde compradoras frecuentes hasta ocasionales.
 - b. Frecuencia de compra en hombres: Los hombres representan un porcentaje menor en la compra de joyería, y la mayoría compra solo dos veces al año (9 respuestas) o rara vez (20 respuestas). Apenas 2 hombres reportaron comprar joyería cada 2-3 meses, y ninguno lo hace de manera mensual. Esto puede indicar que los hombres, aunque un mercado más reducido, tienden a comprar joyas principalmente en ocasiones específicas, como regalos o eventos importantes.
5. Valoración de características importantes: En cuanto a lo que más valoran en una joya, el diseño y la originalidad son considerados “muy importantes” por el 71%, seguido por el acabado y detalles con un 61%. La comodidad también es clave, con un 56% calificándola

como “muy importante”. Estos hallazgos respaldan la estrategia de Virtuosa Joyería de ofrecer piezas únicas que resalten por su diseño y atención al detalle.

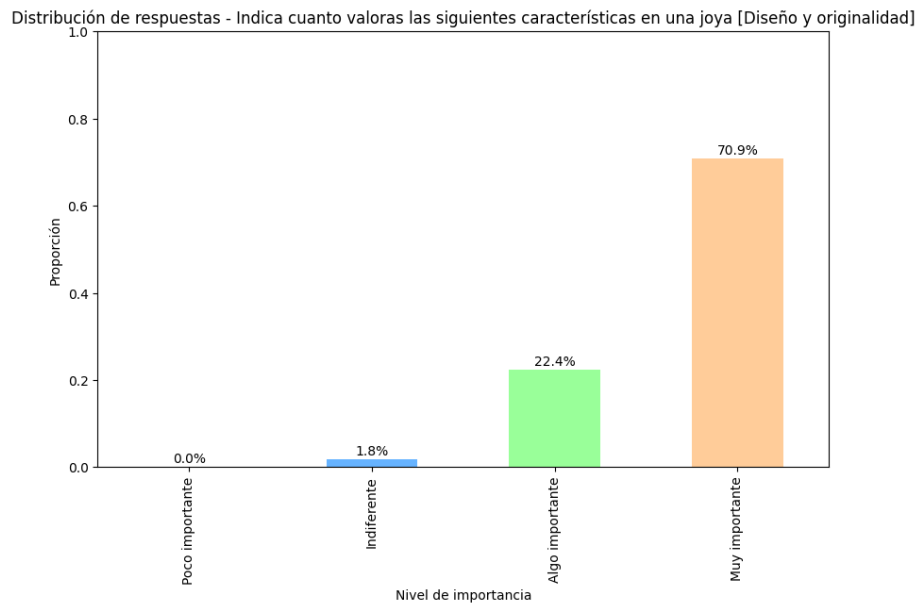


FIGURA 10 RESULTADOS ENCUESTA – VALORACIÓN DE DISEÑO Y ORIGINALIDAD

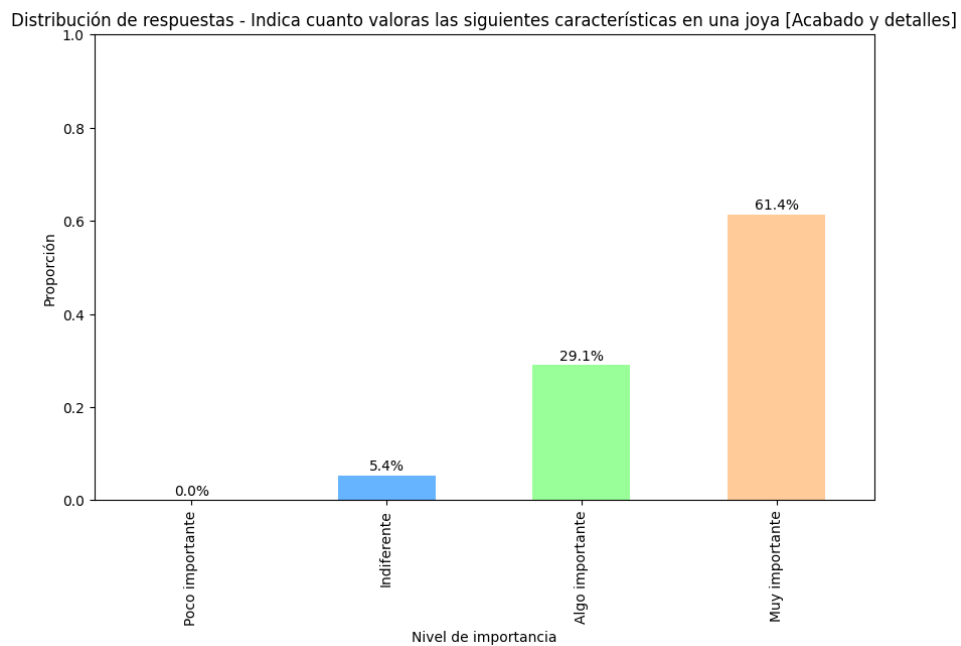


FIGURA 11 RESULTADOS ENCUESTA – VALORACIÓN DE ACABADO Y DETALLES

Distribución de respuestas - Indica cuanto valoras las siguientes características en una joya [Comodidad]

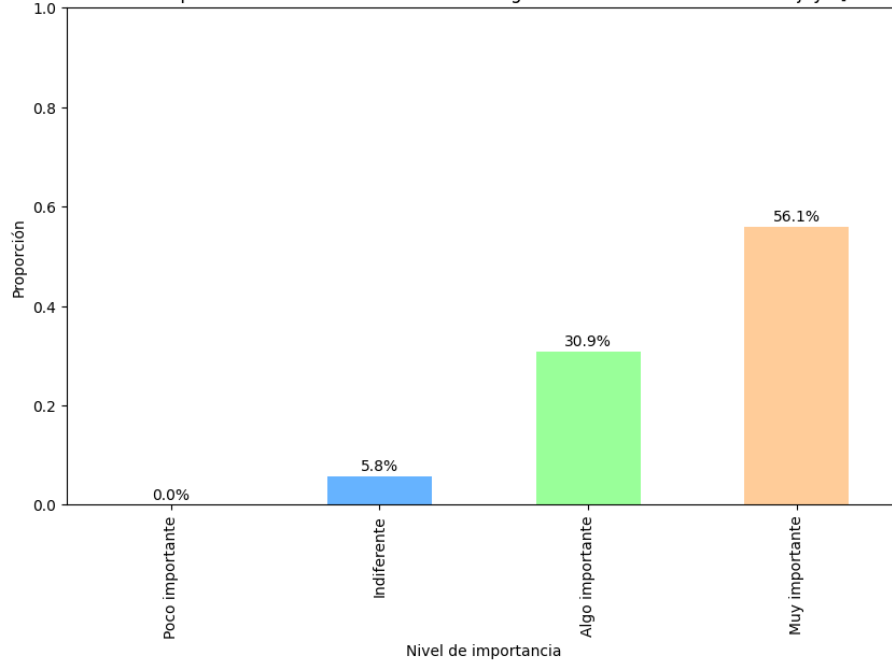


FIGURA 12 RESULTADOS ENCUESTA – VALORACIÓN DE COMODIDAD

6. Preferencia por joyería hecha a mano: Un 57% (147 respuestas) de los encuestados afirmó que pagaría más por joyería hecha a mano en comparación con la producida en masa. Este dato es crucial para Virtuosa Joyería, ya que confirma la percepción de valor que los consumidores asocian con la artesanía y la exclusividad.

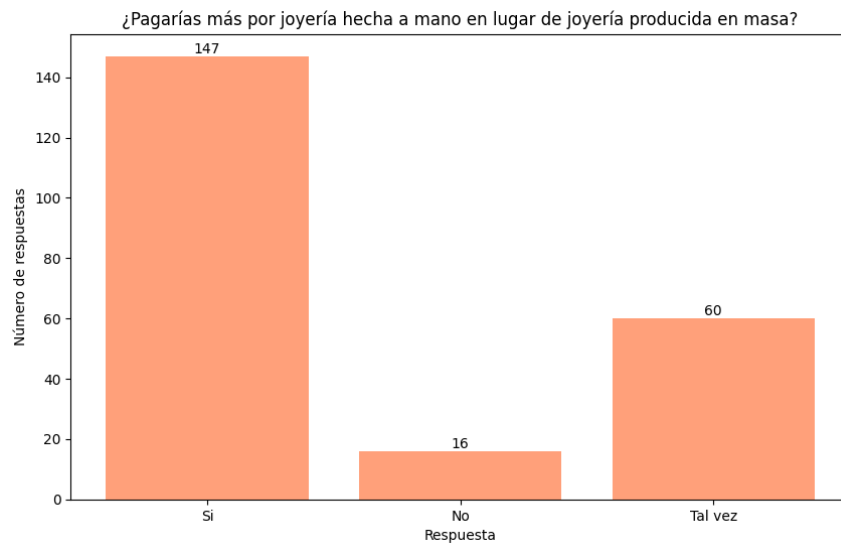


FIGURA 13 RESULTADOS ENCUESTA – PREFERENCIA POR JOYERÍA HECHA A MANO

7. Factores de motivación y preocupaciones: Las promociones más efectivas para incentivar compras incluyen descuentos (55% de las respuestas) y envío gratis (31%). En términos de preocupaciones al comprar en línea, el 58% (148 respuestas) mencionó la calidad del producto y el 34% (88 respuestas) la confianza en el vendedor. Estos puntos subrayan la necesidad de crear una experiencia de compra confiable y de destacar la autenticidad y calidad de las joyas de Virtuosa.

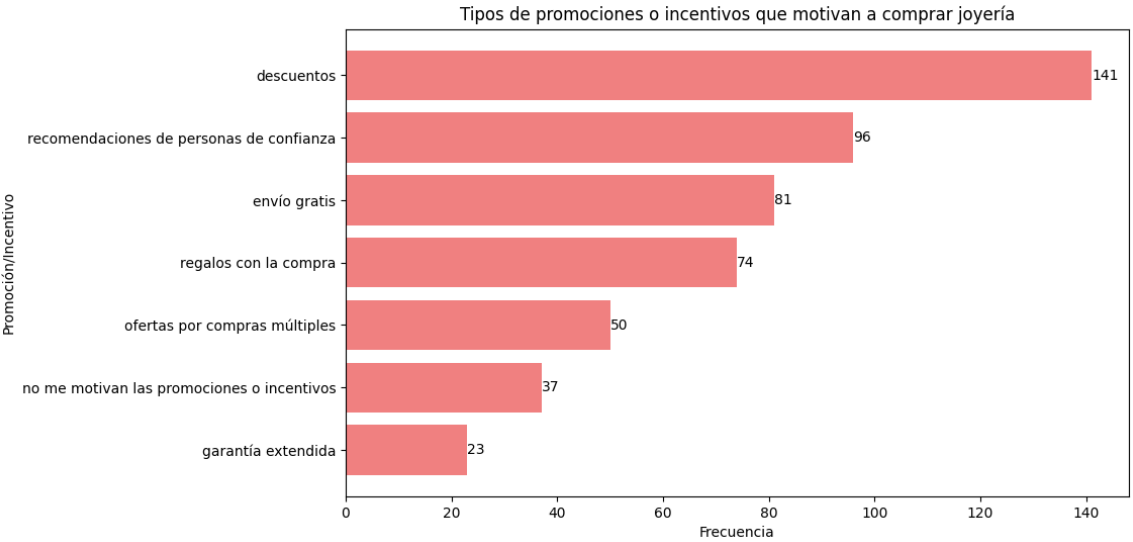


FIGURA 14 RESULTADOS ENCUESTA – INCENTIVOS PARA LA COMPRA

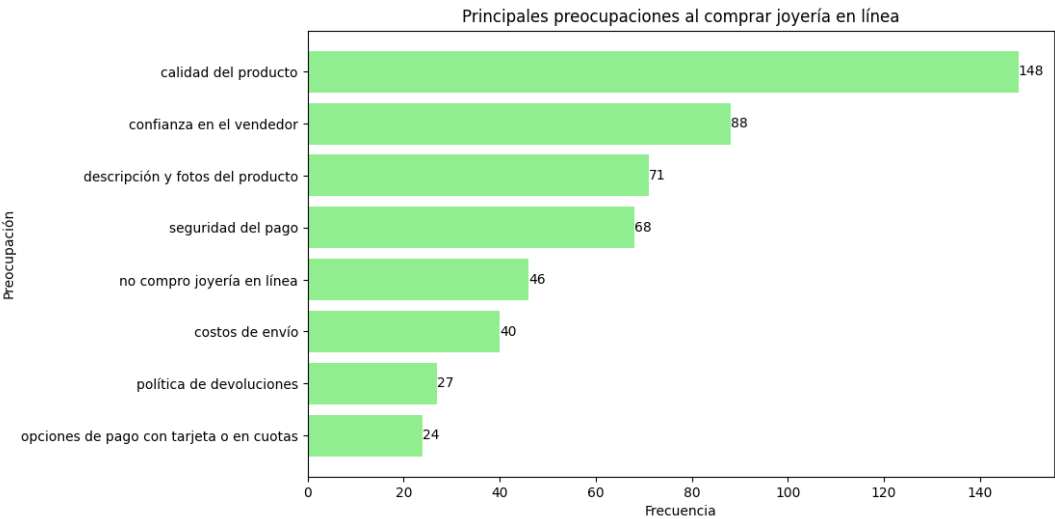


FIGURA 15 RESULTADOS ENCUESTA – PREOCUPACIONES AL MOMENTO DE LA COMPRA

7. PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS

7.1. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE VIRTUOSA JOYERÍA

MISIÓN

"Nuestra misión es crear piezas únicas que fusionen el conocimiento geológico con la precisión artesanal, reflejando la belleza natural de las piedras y materiales con acabados limpios y elegantes. Nos comprometemos a ofrecer diseños únicos y productos de alta calidad, elaborados con pasión y dedicación, promoviendo la riqueza cultural, la artesanía local y el valor espiritual de los distintos materiales. Buscamos ser responsables y respetuosos con el medioambiente en cada etapa de nuestro proceso de producción."

VISIÓN

"Nuestra visión es posicionarnos como un referente en la industria de la joyería artesanal en Santiago de Chile, reconocidos por nuestra creatividad y compromiso con entregar productos de alta calidad y durabilidad. Buscamos expandir nuestro alcance, llegando a nuevos mercados a nivel nacional. Nos esforzamos por promover la artesanía chilena, celebrando la belleza única de los materiales de origen natural y potenciando su valor espiritual, a través de nuestras creaciones y siendo un ejemplo de responsabilidad ambiental en nuestra industria."

VALORES

1. Calidad: Compromiso con la excelencia en la calidad de cada pieza, garantizando la satisfacción del cliente y la durabilidad de los productos.
2. Creatividad: Diseño y confección de joyas que busquen siempre nuevas formas de expresar la belleza natural de los materiales al contar una historia.
3. Pasión y dedicación: Enfoque dedicado y detallista en cada etapa del proceso de elaboración, combinando habilidades artesanales y la geología con un profundo amor por el oficio, para crear joyas perduren en el tiempo.

4. Transparencia y ética: Compromiso con la transparencia y la ética en todas las operaciones comerciales, asegurando relaciones honestas y de confianza con clientes, proveedores y colaboradores.
5. Excelencia en el servicio: Ofrecimiento de un servicio excepcional y una experiencia de compra memorable, garantizando la satisfacción total del cliente.

7.2. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO

Virtuosa Joyería se especializa en crear joyería de autor hecha a mano artesanalmente. Las piezas destacan por su elegancia, delicadeza y versatilidad, y consisten en aros, colgantes anillos y pulseras. Cada una está elaborada en su mayoría en plata 950, complementada con piedras naturales semipreciosas y otros materiales como arcilla polimérica, resina y acrílico. Las joyas de Virtuosa Joyería son ideales para mujeres modernas que buscan accesorios únicos que puedan acompañarlas en cualquier ocasión.

En cuanto a personalización los diseños no son modificables, ya que su alteración puede afectar la comodidad y la funcionalidad de la pieza. Sin embargo, detalles como: tipo de piedra, colores de algunos materiales y grabados pueden ser personalizados en base a disponibilidad.

Virtuosa Joyería no hace modificaciones ni arreglos a piezas que no son su autoría, ya que el foco es el diseño único y confección de piezas artesanales para la venta, y no contempla reparaciones, cambios, transformaciones, o uso de piezas rotas o en desuso para crear sus joyas.

Además de su belleza y diseño artesanal, cada pieza de Virtuosa Joyería encierra un valor espiritual intrínseco, que la convierte en mucho más que un simple accesorio. Los minerales utilizados en la confección de las joyas son seleccionados no solo por su estética, sino también por sus propiedades espirituales y terapéuticas. Al elegir piedras naturales semipreciosas que resuenan con deseos o necesidades personales, Virtuosa Joyería ofrece joyas que funcionan como verdaderos amuletos, diseñados para aportar equilibrio, protección y bienestar a quienes las llevan. Este enfoque holístico

hacia la creación de joyas permite que cada pieza sea personalizada para alinear con las intenciones y energías del usuario, haciendo de cada joya una compañera valiosa en la vida cotidiana y en momentos especiales.

AROS

Los aros de Virtuosa Joyería se hacen en plata 950 sin níquel, evitando de esta manera reacciones alérgicas. Son complementados con piedras naturales obtenidas de proveedores locales, como el lapislázuli y el cuarzo en distintas variedades. Los diseños son diversos, desde pequeños, minimalistas y sutiles hasta más audaces y llamativos.

Los diseños tienen detalles cuidadosos y terminaciones suaves que aseguran una experiencia cómoda para el usuario. Los aros muestran formas geométricas y combinaciones de círculos y figuras asimétricas, lo que añade un toque moderno y artístico a cada pieza.

Algunos modelos incluyen detalles en colores vibrantes, trabajados con resina o acrílico, que aportan contraste y originalidad. Estas adiciones otorgan a las piezas un estilo contemporáneo, ideal para quienes buscan algo diferente y lleno de vida. La colección abarca desde aros sutiles y pequeños, adecuados para un uso cotidiano, hasta diseños más elaborados que podrían ser protagonistas en ocasiones especiales. Esta diversidad en el catálogo permite que Virtuosa Joyería se adapte a las diferentes preferencias y estilos de sus clientes, destacando la versatilidad y el enfoque personalizado de la marca.



FIGURA 16. AROS VIRTUOSA JOYERÍA

ANILLOS

Los anillos de Virtuosa Joyería combinan la simplicidad y la complejidad en un balance perfecto. Con un diseño que puede variar desde lo mono material, es decir anillos solo de plata 950, hasta piezas más elaboradas que realzan la belleza de las piedras naturales que los adornan y son las protagonistas. Las piedras utilizadas son por lo general de tipo cabuchón, y no solo aportan color y atractivo visual, sino que también ofrecen una superficie cómoda y resistente para el uso diario. Las terminaciones aseguran que cada anillo sea fácil de llevar en el día a día, y visualmente impactante.

A diferencia de los aros, donde el movimiento y los detalles colgantes aportan dinamismo, los anillos están diseñados para ser el punto focal de la mano, ofreciendo un estilo que va desde lo sutil hasta lo audaz. Los diseños incluyen anillos de líneas limpias y modernas, así como modelos más elaborados que incorporan detalles contrastantes y piedras en tonos vibrantes. Estos toques de color y los elementos decorativos reflejan la creatividad y el compromiso de la marca con el arte y la exclusividad.

Los anillos de Virtuosa Joyería se enfocan en formas más estructuradas y detalles que envuelven el dedo de manera elegante. La marca tiene la capacidad de ofrecer piezas que complementen una amplia gama de estilos y preferencias, desde los amantes del minimalismo hasta aquellos que buscan un accesorio llamativo y único.

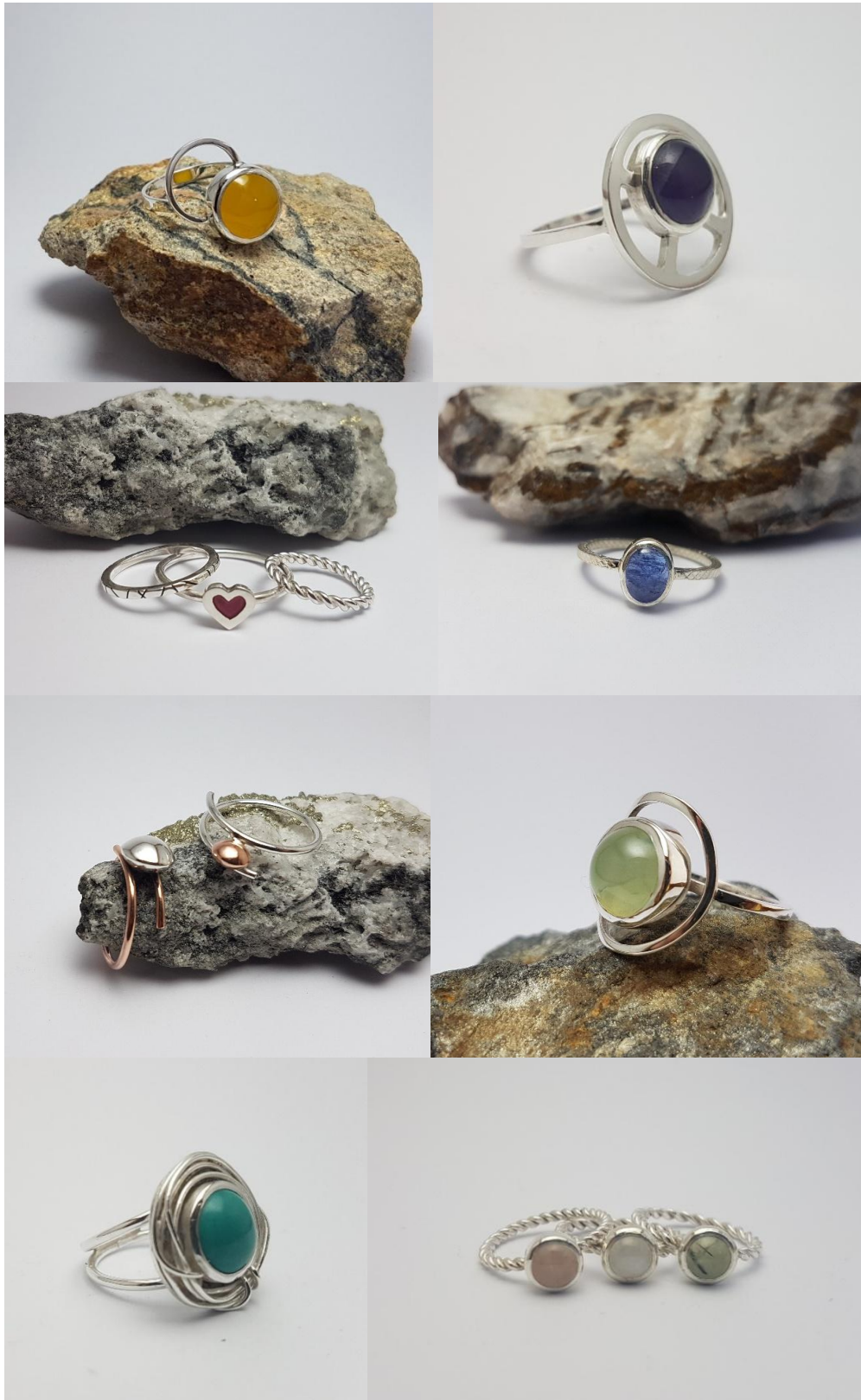


FIGURA 17. ANILLOS VIRTUOSA JOYERÍA

COLGANTES

Los colgantes de Virtuosa Joyería son elaborados en plata 950, acompañados de piedras naturales cuidadosamente seleccionadas, diseñados para atraer miradas utilizando materiales que reflejan la conexión con la tierra y la naturaleza, mientras que la incorporación de resina o arcilla polimérica añade un elemento de modernidad, color y frescura.

La artista se concentra exclusivamente en la confección de los colgantes, delegando la producción de las cadenas a proveedores externos debido a consideraciones de tiempo y costo. La fabricación de cadenas es un proceso tanto caro como lento, y dado que el mercado ofrece una amplia variedad de cadenas a precios competitivos, esta decisión permite a Virtuosa Joyería mantener su eficiencia operativa y enfocarse en la creación de piezas únicas sin comprometer la calidad.



FIGURA 18. COLGANTES VIRTUOSA JOYERÍA

PULSERAS

Las pulseras de Virtuosa Joyería se pueden clasificar en dos categorías distintas. La primera categoría incluye pulseras elasticadas, confeccionadas con piedras naturales de 8 a 10 mm, complementadas con pequeños dijes y mostacillas de plata 950. La selección de piedras se realiza considerando su significado y valor espiritual, añadiendo un elemento personal y profundo a cada pieza.

En contraste, la segunda categoría consiste en pulseras diseñadas para ser tanto elegantes como versátiles, adecuadas para cualquier ocasión. Estas son meticulosamente elaboradas en plata 950 y adornadas con piedras naturales. Cada pulsera refleja un compromiso con la artesanía y un meticuloso cuidado por los detalles, presentando diseños delicados y minimalistas. Debido a su versatilidad, estas pulseras pueden lucirse solas o combinadas con otras joyas, proporcionando un toque sutil de elegancia y distinción.



FIGURA 19. PULSERAS VIRTUOSA JOYERÍA

7.3. ANÁLISIS FODA – ESTUDIO DE VIABILIDAD

Un análisis FODA proporciona una visión clara de las fuerzas internas y externas que afectan el negocio y permite desarrollar estrategias para mejorar la posición de Virtuosa Joyería en el mercado.

Para levantar las fortalezas se usaron las siguientes herramientas: un análisis de recursos tangibles (materiales, herramientas e infraestructura) e intangibles (conocimiento técnico en geología, diseño y orfebrería); resultados de la encuesta al potencial cliente y *benchmarking* interno. En el caso de las debilidades se analizaron las capacidades frente a los competidores, se evaluaron los procesos internos de Virtuosa Joyería y el análisis financiero preliminar permitió detectar las restricciones de recursos.

FORTALEZAS

1. Experiencia y conocimiento técnico: La artista cuenta con conocimiento en mineralogía y cristalografía ya que es geóloga de profesión. Esto le permite seleccionar materiales de alta calidad y una comprensión profunda de las piedras utilizadas. Esto se traduce en joyas de gran valor y autenticidad.
2. Diseño único: Virtuosa ofrece joyas exclusivas, de diseños de autoría propia de la artista, lo que permite captar a un segmento de clientes que busca originalidad y personalización. La incorporación de color y formas, a través de distintos materiales (acrílico, arcilla polimérica y resina) les entrega además un toque alegre y divertido.
3. Calidad artesanal: El enfoque en acabados precisos y detallados refleja un alto nivel de maestría artesanal, lo cual se traduce en productos de excelente calidad que destacan por su elegancia y durabilidad.
4. Enfoque en la sostenibilidad: Se adoptan prácticas responsables con el medioambiente, como el uso de materiales sostenibles y la minimización de residuos, lo cual puede atraer a clientes que valoran la sostenibilidad y no generar residuos.

OPORTUNIDADES

1. Tendencias en joyería artesanal: Existe una creciente demanda por productos personalizados y artesanales en lugar de artículos producidos en masa, lo cual crea una oportunidad para posicionarse en un mercado en expansión.
2. Mercado de exportación: Hay potencial para expandir el negocio a nivel nacional e internacional, aprovechando la creciente apreciación por la joyería hecha a mano y exclusiva en otros mercados.
3. Apoyo a la artesanía local: Programas gubernamentales y de apoyo a la artesanía local pueden ofrecer financiamiento y visibilidad adicional, beneficiando a emprendimientos que promueven la cultura y el arte local.

4. Conciencia ambiental: La creciente preocupación por el impacto ambiental impulsa la demanda de productos que cumplen con estándares de sostenibilidad, creando una ventaja competitiva con enfoque en prácticas responsables.
5. Eventos y ferias: La participación en ferias y eventos locales de joyería ofrece una plataforma para aumentar la visibilidad, interactuar con clientes potenciales y establecer redes comerciales.

DEBILIDADES

1. Recursos limitados: Como un emprendimiento nuevo, existen limitaciones financieras que restringen la capacidad para invertir en marketing y expansión, toda vez que los recursos existentes corresponden a la inversión inicial.
2. Dependencia de materiales: La dependencia de proveedores específicos para materiales de alta calidad puede ser un riesgo si se presentan problemas en la cadena de suministro.
3. Reconocimiento de marca: Al ser una empresa emergente, el reconocimiento de la marca es limitado en comparación con competidores establecidos, lo cual puede dificultar la atracción de clientes, sobre todo en un mercado donde la confianza es un factor decisivo para hacer la compra.
4. Escalabilidad: El desafío de escalar la producción, mientras se mantiene la calidad artesanal y personalizada, puede limitar la capacidad de crecimiento. Mientras otros competidores tienen equipos de trabajo, Virtuosa Joyería es un negocio unipersonal que solo externaliza la contabilidad y el servicio de *Casting* o Cera Perdida.
5. Experiencia en marketing: La necesidad de desarrollar y ejecutar estrategias de marketing efectivas para aumentar la visibilidad y atraer clientes debe abordarse para mejorar la presencia en el mercado, pero, mientras no se pueda externalizar este servicio, la disponibilidad de tiempo para capacitarse y hacer el marketing necesario para generar comunidad y llegar a potenciales clientes, es limitado.

AMENAZAS

1. Competencia intensa: La alta competencia en el mercado local de joyería, tanto artesanal como producida en masa, puede presionar los márgenes de beneficio y dificultar la diferenciación.
2. Cambios en las preferencias del consumidor: Las fluctuaciones en las tendencias de moda y las preferencias del consumidor pueden afectar la demanda y se pueden requerir adaptaciones rápidas.
3. Condiciones económicas: La inestabilidad económica y los cambios en el poder adquisitivo de los consumidores pueden impactar negativamente en las ventas y la rentabilidad.
4. Fluctuaciones en los precios de materiales: Las variaciones en los precios de metales preciosos y piedras pueden afectar los costos de producción y los márgenes de beneficio.
5. Regulaciones ambientales: Las nuevas regulaciones ambientales podrían incrementar los costos de producción o requerir ajustes en las prácticas, afectando la rentabilidad.

7.4. ESTRATEGIA DE MARKETING Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

Para desarrollar una estrategia de marketing y posicionamiento de marca efectiva se usará la siguiente estructura que permitirá construir la estrategia para destacar en el mercado y atraer a tu público objetivo.

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor de Virtuosa Joyería combina el conocimiento técnico en geología, como la formación y manejo de minerales, con la artesanía y el compromiso con la sostenibilidad. La propuesta se centra en la creación de piezas exclusivas que reflejan la belleza natural de las piedras preciosas a través de un diseño simple, con excelentes terminaciones y acabados elegantes. Además, el emprendimiento destaca su responsabilidad ambiental como un valor fundamental, promoviendo prácticas sostenibles en cada etapa del proceso de producción.

PUBLICO OBJETIVO

El público objetivo se segmenta en mujeres de 25 a 45 años que residen en Santiago de Chile, con un enfoque particular en mujeres profesionales y urbanas que valoran la confección artesanal, conocer al artista y la calidad en los productos que adquieren. La investigación de mercado revela que este segmento está dispuesto a invertir en joyería hecha a mano que combine estética, durabilidad y un impacto ambiental reducido.

ESTRATEGIA DE MARKETING

1. Marketing Digital

- a. Redes sociales: Las redes sociales serán la principal herramienta de comunicación y promoción de Virtuosa Joyería. La estrategia estará basada en un enfoque integral que combine la creación de contenido atractivo, la interacción activa con los seguidores y la implementación de campañas publicitarias dirigidas.

Plataformas Principales

Instagram: Como plataforma visual, será clave para mostrar la calidad artesanal de las piezas a través de fotografías y videos profesionales. Se publicarán imágenes que destaquen los detalles de los diseños, combinadas con contenido educativo sobre los minerales utilizados y sus valores espirituales.

TikTok: Se utilizarán videos cortos y dinámicos para presentar el proceso de creación de las joyas, tutoriales sobre cómo combinar las piezas en diferentes outfits, y contenido del día a día de la autora que conecte con los potenciales clientes para crear comunidad y cercanía.

Tipos de Contenido

Fotografías de Producto: Imágenes de alta calidad que muestren las piezas en detalle, destacando la combinación de materiales, acabados y diseño.

Videos de Proceso Creativo: Clips cortos que presenten cómo se diseñan y elaboran las joyas, mostrando la fusión entre la geología y la joyería.

Historias y *Reels*: Publicaciones más informales para mostrar el día a día del negocio, el taller de la artista, y conectar de manera más personal con los seguidores.

Educación sobre Minerales: Publicaciones que expliquen la formación y origen de los minerales y su relevancia en el diseño, además de sus propiedades y valor espiritual. Esto permitirá que los clientes comprendan el significado y la conexión de cada pieza con su energía personal.

Testimonios y Experiencias de Clientes: Historias reales de clientas usando las joyas de Virtuosa Joyería, para reforzar la confianza y el valor emocional de las piezas.

Interacción y Comunidad

Se incentivará la participación de los seguidores mediante encuestas, preguntas y respuestas, y concursos relacionados con la joyería y los minerales. Esto permitirá fortalecer la comunidad y generar lealtad hacia la marca.

Se fomentará el uso de hashtags propios como #VirtuosaJoyas y #ConexiónNatural para facilitar la identificación y el alcance del contenido.

Campañas Promocionales

Se diseñarán campañas dirigidas utilizando herramientas publicitarias como *Meta Ads* (Facebook e Instagram) para alcanzar a audiencias específicas, segmentadas por intereses y ubicación geográfica (enfocadas en Santiago de Chile, con miras a expansión).

Promociones estacionales, como descuentos en días clave (Día de la Madre, Navidad, etc.) y colaboraciones con *influencers* que compartan los valores de la marca.

Calendario de Publicaciones

Se implementará un calendario editorial con publicaciones diarias o semanales que abarquen diversos formatos, manteniendo una frecuencia constante para mantener la atención de la audiencia.

Medición y Optimización

Se realizarán análisis periódicos de métricas clave como alcance, interacción, crecimiento de seguidores y conversión a ventas. Las estrategias se ajustarán según los resultados obtenidos, asegurando un enfoque basado en datos.

- b. SEO y SEM: Para maximizar la visibilidad online de Virtuosa Joyería, se implementará una estrategia integral de optimización para motores de búsqueda (SEO) y marketing en buscadores (SEM). Estas acciones se enfocarán en atraer tráfico cualificado al sitio web y convertir a los visitantes en clientes.

Estrategia de SEO (Optimización para Motores de Búsqueda)

Optimización *On-Page*: Incluye el uso estratégico de palabras clave relevantes como "joyería de autor en Santiago", "joyas personalizadas en Chile" y "amuleto de piedras naturales", integrándolas en los títulos, meta descripciones y etiquetas ALT de las imágenes del sitio. Además, se desarrollará un blog asociado que ofrezca contenido relevante y educativo sobre los minerales utilizados, explorando su valor espiritual y su aplicación en joyería. También se implementarán mejoras técnicas como la optimización de la velocidad de carga del sitio y un diseño responsivo, asegurando una experiencia de usuario fluida y eficiente en dispositivos móviles.

Optimización *Off-Page*: La construcción de enlaces (*backlinks*) será una parte esencial de la estrategia de SEO, estableciendo colaboraciones con blogs especializados en moda, diseño y bienestar que puedan enlazar contenido del sitio web de Virtuosa Joyería, aumentando así su visibilidad en los motores de búsqueda. Paralelamente, se mantendrá una presencia activa en directorios locales y portales relacionados con joyería y emprendimientos, reforzando el posicionamiento de la marca y facilitando que clientes potenciales encuentren información relevante sobre sus productos y servicios.

SEO Local: Como parte de la estrategia, el negocio se registrará en *Google My Business*, optimizando su perfil con descripciones claras, imágenes de alta calidad de los productos y datos de contacto actualizados. Esto permitirá mejorar la visibilidad de Virtuosa Joyería en búsquedas locales y aumentar la confianza de los clientes potenciales. Además, se implementará el uso de palabras clave

geolocalizadas, como "joyería artesanal en Santiago" o "joyas personalizadas en Chile", para captar efectivamente a clientes de la región y posicionar la marca como una opción destacada en el mercado local.

Análisis y Ajustes: El monitoreo constante del rendimiento será una parte fundamental de la estrategia de SEO de Virtuosa Joyería, utilizando herramientas como *Google Analytics* y *Google Search Console* para analizar palabras clave, tráfico orgánico y otros indicadores clave. Estos datos permitirán comprender el comportamiento de los usuarios y evaluar la efectividad de las tácticas implementadas, con esta información se realizarán ajustes en el contenido y la estrategia, asegurando que el sitio web mantenga su relevancia y responda de manera óptima a las necesidades e intereses de su audiencia.

Estrategia de SEM (Marketing en Buscadores)

Campañas de *Google Ads*: Creación de campañas con anuncios de búsqueda diseñados para atraer a clientes interesados en joyas personalizadas, amuletos con piedras naturales y productos de diseño único. Estas campañas estarán segmentadas geográficamente, priorizando a usuarios en Chile, con un enfoque inicial en la ciudad de Santiago. Además, se utilizarán extensiones de anuncio que permitirán destacar información adicional, como promociones especiales, enlaces a categorías específicas del sitio web y los beneficios distintivos del negocio, maximizando la relevancia y el impacto de los anuncios en los usuarios.

Publicidad de *Display*: La estrategia para Virtuosa Joyería contempla el diseño de banners atractivos que destaquen las piezas más populares, enfatizando su elaboración artesanal y el valor espiritual de los minerales utilizados. Estos anuncios se colocarán en sitios web dedicados a la moda, el bienestar y el diseño, con el propósito de captar la atención de audiencias interesadas en productos auténticos, significativos y cuidadosamente creados, generando así un mayor reconocimiento de la marca y captar a audiencias interesadas.

***Remarketing*:** Implementación de campañas de *remarketing* para impactar a usuarios que hayan visitado el sitio web, pero no realizaron una compra, recordándoles las piezas vistas o destacando ofertas personalizadas.

Integración de SEO y SEM

La integración de las estrategias de SEO y SEM para Virtuosa Joyería se basará en el aprovechamiento de las métricas obtenidas a través de las campañas de marketing en buscadores (SEM), con el fin de identificar las palabras clave de mayor rendimiento y aplicarlas a la optimización del contenido orgánico.

Medición y Ajuste

La etapa de medición y ajuste en la estrategia de marketing de Virtuosa Joyería implicará un monitoreo continuo de indicadores clave de desempeño (KPI), incluyendo la tasa de clics (CTR), el número de conversiones y el retorno sobre la inversión (ROI). Estas métricas brindarán información valiosa sobre la eficacia de las acciones emprendidas y permitirán comprender mejor el comportamiento de la audiencia. Además, se llevarán a cabo pruebas A/B para evaluar variantes de anuncios, textos, imágenes y elementos de las páginas de destino (*landing pages*). A partir de los resultados obtenidos, se ajustarán los enfoques y contenidos, garantizando una mejora constante en la relevancia, la experiencia del usuario y, en última instancia, los resultados comerciales de la marca.

- c. Marketing de contenidos: Se desarrollará contenido relevante y valioso, incluyendo artículos y publicaciones que exploren la historia, formación y propiedades de los minerales utilizados en las piezas. También se abordará cómo estos minerales han sido valorados a lo largo de la historia no solo por su belleza natural, sino por su potencial como amuletos de protección y equilibrio. Al combinar estos aspectos científicos y espirituales, Virtuosa Joyería ofrecerá a los usuarios una experiencia educativa que conecta la geología con el bienestar personal, resaltando la importancia de la sostenibilidad en cada creación

2. Marketing Tradicional

- a. Ferias: La participación en ferias de artesanía, especialmente para fechas de alta demanda, como el Día de la Madre, San Valentín y Navidad, servirá para aumentar la visibilidad de la marca y establecer conexiones directas con clientes potenciales.

3. Estrategias de Venta

- a. Tienda en línea: Se desarrollará un *e-commerce* atractivo y funcional que permita a los clientes ver y comprar las joyas de manera conveniente. La plataforma estará diseñada para facilitar una experiencia de compra fluida. Para esto se cuenta con los siguientes dominios:
 - i. NIC Chile: virtuosajoyas.cl y virtuosajoyeria.cl
 - ii. GoDaddy: virtuosajoyas.com y virtuosajoyeria.com
- b. Colaboraciones: se buscarán colaboraciones con *influencers* o creadores de contenido de moda que puedan promover las joyas a sus seguidores, ampliando así el alcance de la marca.

POSICIONAMIENTO DE MARCA

1. Identidad de marca

- a. Nombre y logo: El nombre "Virtuosa Joyería" fue elegido cuidadosamente para transmitir sofisticación, destreza y singularidad, aspectos esenciales de la propuesta de valor. La palabra "Virtuosa" alude a la maestría y la excelencia, elementos que distinguen las piezas de esta joyería de autor. El logo refleja esta esencia a través de un diseño moderno y minimalista, compuesto por líneas fluidas que sugieren naturalidad y elegancia, que representan un anillo abstracto. Los círculos amarillo y rosado en el logo aportan un toque de vitalidad y feminidad, este símbolo se convierte en un emblema que los clientes pueden identificar fácilmente en el mercado.



FIGURA 20 LOGO VIRTUOSA JOYERÍA

- b. Colores y tipografía: La paleta de colores de la marca, compuesta por el amarillo y el rosado, refuerza la identidad visual al transmitir optimismo, energía y feminidad. El amarillo simboliza la creatividad y la energía positiva, mientras que el rosado representa la feminidad y la elegancia, valores clave en las creaciones de la marca. La tipografía elegida es elegante y contemporánea, logrando un balance perfecto entre sofisticación y accesibilidad. Estos elementos gráficos se alinean con el propósito de Virtuosa Joyería de destacar en el mercado con un estilo único y atemporal.
- c. Personalidad de la marca: Virtuosa Joyería tiene una personalidad que combina autenticidad, con un toque de modernidad y calidez. La marca destaca por su atención al detalle y su capacidad de transmitir una conexión profunda entre la pieza y el usuario. Virtuosa Joyería es accesible y cercana, proyectando una imagen amigable y confiable que invita a las clientas a sentirse especiales y valoradas.

Virtuosa Joyería es también apasionada y creativa, y la precisión artesanal se encuentra con la ciencia geológica para ofrecer joyas que cuentan historias únicas. Con un compromiso fuerte hacia la sostenibilidad y el respeto al medioambiente, la

marca se muestra como consciente y responsable, alineándose con los valores de aquellas mujeres que buscan belleza con propósito.

La personalidad de Virtuosa Joyería es vibrante, alegre y optimista, y se equilibra con una base de elegancia y lujo accesible, mostrando que es posible ser innovadora y sofisticada al mismo tiempo.

2. Experiencia del cliente

- a. Packaging: El embalaje es atractivo y funcional, cada parte puede ser reutilizada y reciclada para no generar residuos. Entrega una experiencia única al contener papel germinable que permite obtener una planta a partir de la compra de la joya, e incluye una bolsa de crea en una caja de aluminio durable que protege la pieza, complementando la calidad de las joyas y mejorando la experiencia de compra.



FIGURA 21 PACKAGING VIRTUOSA JOYERÍA

- b. Servicio al cliente: En Virtuosa Joyería, el servicio al cliente es una prioridad y se convierte en una extensión de la pasión y dedicación personal que caracteriza un emprendimiento. Cada cliente recibirá atención personalizada desde el primer contacto, el que será vía WhatsApp *Business* y/o Instagram, reflejando el compromiso de la marca de tratar a cada persona como única y valiosa. La fundadora, con su conocimiento profundo en geología y su habilidad artesanal, se asegura de transmitir calidez y profesionalismo en cada interacción, haciendo que la experiencia de compra sea tan especial como la joya adquirida.

El servicio no termina con la venta; Virtuosa Joyería ofrece un soporte postventa que incluye asesoramiento sobre el cuidado y mantenimiento de las piezas, así como un canal de comunicación directo y ágil para resolver cualquier consulta o necesidad. Este enfoque en la atención personalizada no solo fomenta la lealtad y la confianza en la marca, sino que también crea una comunidad de clientas que aprecian la cercanía y el trato humano que solo un emprendimiento artesanal puede ofrecer. El objetivo es que cada cliente se sienta parte de la historia y la esencia de Virtuosa Joyería, garantizando que cada compra sea una experiencia memorable que invite a regresar.

3. Diferenciación

- a. Comunicación clara: La comunicación de Virtuosa Joyería se caracterizará por un tono cercano, alegre y cotidiano, a fin de establecer una conexión auténtica con los clientes. Aunque el lenguaje sea más informal y distendido, ello no implicará sacrificar la claridad ni la transparencia. Se informará con detalle sobre el origen responsable de las piedras, la calidad de las materias primas y la minuciosidad del proceso creativo, sin recurrir a tecnicismos innecesarios. De este modo, los clientes comprenderán el valor único de las piezas, y percibirán la esencia de la marca como accesible, confiable y comprometida con la sostenibilidad.
- b. Testimonios y reseñas: El respaldo de clientes satisfechos será empleado para transmitir confianza y reforzar la reputación de la marca. Las opiniones auténticas,

expresadas de forma espontánea y cercana, servirán de testimonio directo del impacto positivo que las joyas ejercen sobre quienes las usan. Estas experiencias compartidas serán comunicadas con un estilo sencillo y ameno, lo que permitirá a nuevos clientes sentirse identificados y motivados a explorar las creaciones de Virtuosa Joyería. De esta forma, la comunicación se presentará como una conversación abierta y franca, generando un ambiente de complicidad y fidelidad en torno a la marca.

MEDICION Y AJUSTE

1. Seguimiento de resultados:

Se implementarán herramientas de análisis para monitorear el desempeño de las estrategias de marketing y ventas, evaluando métricas clave como el tráfico web, la tasa de conversión y el retorno sobre la inversión (ROI), en detalle:

- a. Tráfico web: Medición del número de visitas al sitio web y su evolución mensual. Se analizarán las fuentes de tráfico (orgánico, pagado, redes sociales) para identificar qué canales son más efectivos.
- b. Tasa de conversión: Seguimiento del porcentaje de visitantes que completan una acción deseada, como realizar una compra o suscribirse al boletín.
- c. Retorno sobre la inversión (ROI): Evaluación del impacto financiero de las campañas publicitarias, comparando los ingresos generados con el gasto en marketing.
- d. Engagement en redes sociales: Monitoreo de interacciones (me gusta, comentarios, post guardados y compartidos) y crecimiento de seguidores, como indicador de la efectividad de las campañas y del contenido generado.

2. Ajustes estratégicos

Los datos recopilados permitirán realizar ajustes proactivos y reactivos en las estrategias de marketing y posicionamiento. Algunas acciones clave incluyen:

- a. Optimización de campañas: Si una campaña muestra un bajo rendimiento, se analizarán los factores que afectan su desempeño, como los mensajes, el diseño visual o la segmentación del público objetivo, para realizar los cambios necesarios.
- b. Ajustes en la oferta de productos: Si ciertos productos muestran mayor popularidad o si los clientes manifiestan interés en otros estilos, se podrá ajustar el enfoque de diseño y la producción para alinearse con la demanda.
- c. Adaptación a cambios en el mercado: Las tendencias de moda y las preferencias de los consumidores son dinámicas, por lo que se realizarán ajustes para asegurar que la propuesta de valor de Virtuosa Joyería siga siendo relevante.

3. Feedback Continuo:

El *feedback* de los clientes será una herramienta esencial para mejorar continuamente. Este se recopilará a través de:

- a. Encuestas de satisfacción: Encuestas periódicas enviadas a clientes para evaluar su experiencia de compra y uso de las joyas. Esto permitirá identificar áreas de mejora y reforzar los aspectos mejor valorados.
- b. Comentarios en redes sociales y reseñas: Monitoreo de las opiniones y reseñas dejadas en plataformas digitales para entender las percepciones de los clientes sobre los productos y el servicio.
- c. Interacción directa: Conversaciones con clientes en ferias, eventos y en la tienda online para obtener información valiosa sobre sus necesidades y expectativas.

7.5. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

1. Venta directa a través de tienda online

Establecer un sitio web de *e-commerce* que permita a los clientes explorar, personalizar y comprar piezas de joyería directamente. La tienda online debe ser fácil de usar, segura y visualmente atractiva para reflejar la identidad de la marca. Ofrecer opciones de pago flexibles y envíos gratuitos o a bajo costo puede mejorar la experiencia de compra.

2. Ferias y mercados de diseño

Participar en eventos locales, ferias de artesanía y mercados de diseño en Santiago. Esto permitirá a Virtuosa Joyería conectar directamente con el público objetivo, mostrar la calidad de las piezas y destacar la historia y los valores detrás de la marca.

3. Colaboración con tiendas boutique

Establecer alianzas con tiendas boutique especializadas en productos artesanales y de diseño en zonas de alto tráfico. Esto amplía el alcance de la marca a un público interesado en artículos de calidad y con valor artesanal.

ESTRATEGIAS DE VENTA

1. E-commerce y redes sociales

Las redes sociales pueden utilizarse para mostrar contenido que destaque el proceso artesanal, el uso de materiales naturales y la personalización de las piezas. Ofrecer promociones exclusivas para seguidores de redes sociales y realizar campañas de publicidad pagada para aumentar la visibilidad.

2. Programas de fidelización

Implementar un programa de recompensas para clientes leales, ofreciendo puntos por cada compra que puedan canjearse por descuentos o piezas exclusivas. Esto incentivará las compras repetidas y ayudará a construir una base de clientes fieles.

3. Talleres y experiencias personalizadas

Ofrecer talleres donde los clientes puedan aprender sobre la elaboración de joyas y participar en la personalización de sus propias piezas. Esto no solo agrega valor a la marca, sino que también fortalece la relación con el cliente al involucrarlo en el proceso creativo.

LOGÍSTICA Y ENTREGA

1. Envíos nacionales

Es relevante colaborar con empresas de mensajería confiables para asegurar una entrega rápida y segura en todo Chile. Incluir opciones de seguimiento de pedidos para mantener informados a los clientes.

2. Packaging sostenible

Se utilizan materiales de empaque reciclables y sostenibles que reflejen los valores de la marca. Se ofrecerá la opción de empaques especiales para regalo, lo cual es especialmente relevante para quienes compran joyas como obsequios.

SERVICIO POSTVENTA

1. Garantía y mantenimiento

Se ofrecerá una garantía que cubra defectos de fabricación y servicios de mantenimiento como limpieza y ajustes de las piezas. Esto aumentará la confianza del cliente en la calidad de las joyas.

2. Atención a la cliente personalizada

Asegurar un servicio de atención al cliente que responda de forma rápida y personalizada a consultas, devoluciones y cambios. Utilizar canales como WhatsApp *Business*, correo electrónico y redes sociales para facilitar la comunicación.

7.6. RECURSOS HUMANOS Y ORGANIZACIÓN INTERNA

En Virtuosa Joyería, la organización interna se centra en la figura de su fundadora y única trabajadora, quien desempeña múltiples roles dentro de la empresa. Como artista y diseñadora, ella es responsable de la creación de cada pieza de joyería, desde el concepto inicial hasta el producto final. Sin embargo, para optimizar la gestión y enfocarse más en el diseño y la producción, ciertas tareas especializadas y administrativas son externalizadas:

- Contabilidad: La gestión contable es externalizada a un servicio profesional de contabilidad. Esto asegura el cumplimiento de todas las obligaciones fiscales y financieras sin desviar la atención de la creatividad y producción central del negocio.
- Servicios Especializados de Joyería: Aunque la fundadora posee una amplia habilidad en diversas técnicas de joyería, servicios específicos como cera perdida y algunos engastes de piedras preciosas son ocasionalmente externalizados a expertos en estos campos. Esto no solo garantiza un alto estándar de calidad y precisión en las piezas que requieren técnicas altamente especializadas, sino que también permite a la empresa manejar una mayor variedad de diseños y responder a pedidos personalizados más complejos.

En términos de marketing y ventas, la artista utiliza plataformas de redes sociales para promocionar sus productos, interactuar con los clientes y realizar ventas. Para optimizar estas tareas, emplea herramientas digitales que le permiten programar publicaciones, seguir *analytics* y gestionar comunicaciones de manera eficiente.

La organización del tiempo es crucial en este modelo de negocio unipersonal. La fundadora divide su jornada laboral en bloques dedicados a la producción, marketing, ventas y la supervisión de servicios externalizados, asegurando un equilibrio entre la creatividad y la gestión empresarial.

Para mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías en joyería y gestión de negocios, la trabajadora invierte en su desarrollo profesional a través de cursos y talleres. Este compromiso con

la capacitación continua no solo mejora la calidad de las joyas, sino que también optimiza la gestión del emprendimiento.

Este modelo organizativo demuestra cómo un emprendimiento unipersonal puede operar de manera eficiente y sostenible, adaptándose a las necesidades del mercado y los desafíos del entorno empresarial. La externalización de tareas específicas permite que Virtuosa Joyería mantenga un enfoque en la calidad y la innovación, mientras se gestiona de manera efectiva y eficiente.

7.7. ANÁLISIS FINANCIERO Y PROYECCIONES ECONÓMICAS

Para el éxito y viabilidad de Virtuosa Joyería, es fundamental realizar un análisis financiero detallado y proyectar los resultados económicos a corto y mediano plazo. Esto permite evaluar la rentabilidad esperada, identificar los costos más significativos y establecer objetivos de ventas.

7.7.1. Proyecciones de ingresos

Se estima que los ingresos iniciales provendrán de la venta de productos de joyería (aros, anillos, colgantes, pulseras). La proyección de ingresos se basa en:

1. Precio promedio de venta por producto

La definición de precios para cada tipo de joya se hace en función de los costos de producción y la Hora Hombre (HH) de la orfebre. Para esto se construyó la siguiente tabla para calcular los precios en CLP:

TABLA 1 EJEMPLO DE CÁLCULO DE PRECIO PARA UN ANILLO

Codigo producto	Costo metal				Otros materiales y servicios		Packaging	Costo produccion			Precio			
	Precio metal al día con IVA	Total grs de metal	Precio TOTAL del metal	TOTAL más merma 15%	Piedras y otros materiales	Otros servicios (laser, grabador, casting, etc)	Packaging	Horas de Orfebre (HH)	Costo HH Orfebre	Costo Total Producción	Precio neto	Precio + Iva	Margen	Precio venta
Anillo G1	\$1.300	8,0	\$10.400	\$11.960	\$2.000	\$0	\$2.420	4,0	\$8.673	\$34.691	\$51.071	\$60.775	20%	\$72.930

Los precios promedios se presentan en la siguiente tabla, estos valores consideran materiales, horas de producción y tipo de joya. En esta etapa, se ha definido que la personalización de las piezas será en base a la elección de los minerales, colores de resina y acrílico, según disponibilidad y considerando un valor extra por personalización.

TABLA 2 PRECIOS PROMEDIO DE VIRTUOSA JOYERÍA

Producto	Precio promedio (CLP)
Aros y anillos (económicos, stock)	\$25.000
Aros (premium)	\$60.000
Anillos (premium)	\$75.000
Colgantes (premium)	\$70.000
Pulseras (premium)	\$50.000

2. Cantidad estimada de ventas: La capacidad de producción de Virtuosa Joyería se ha estimado considerando el tiempo dedicado semanalmente a la confección de joyas y la inclusión de un stock fijo de productos económicos. Con 20 horas semanales disponibles para la producción artesanal y un tiempo promedio de manufactura de 4 horas por pieza, se proyecta una capacidad de producción manual de 20 piezas mensuales.

Además, se incorporará un stock fijo mensual de 10 piezas económicas (5 anillos y 5 pares de aros moldeados), diseñado para optimizar el tiempo de producción y atraer a un segmento de clientes con preferencias por productos accesibles. En total, la capacidad mensual se establece en **30 piezas**, distribuidas entre los productos premium y económicos.

Con base en esta estructura, se proyectan los ingresos mensuales y anuales como se detalla en la siguiente tabla:

TABLA 3 INGRESOS MENSUALES Y ANUALES ESTIMADOS DE VIRTUOSA JOYERÍA

Producto	Unidades Mensuales	Precio Promedio (CLP)	Ingresos Mensuales (CLP)	Unidades Anuales	Ingresos Anuales (CLP)
Aros (económicos, stock)	5	\$25.000	\$125.000	60	\$1.500.000

Anillos (económicos, stock)	5	\$25.000	\$125.000	60	\$1.500.000
Aros (premium)	6	\$60.000	\$360.000	72	\$4.320.000
Anillos (premium)	6	\$75.000	\$450.000	72	\$5.400.000
Colgantes (premium)	5	\$70.000	\$350.000	60	\$4.200.000
Pulseras (premium)	3	\$50.000	\$150.000	36	\$1.800.000
Total	30	—	\$1.560.000	360	\$18.720.000

Esta proyección refleja una producción mensual total de 30 piezas, lo que genera ingresos mensuales estimados de \$1.560.000 CLP y anuales de \$18.720.000 CLP. De estas, 10 piezas corresponden al stock fijo económico que permite un ingreso constante y una base para captar clientes sensibles al precio, mientras que las 20 piezas restantes corresponden a productos premium de mayor valor y margen.

El balance entre piezas económicas y premium asegura que Virtuosa Joyería pueda atender a un amplio rango de clientes, desde aquellos que buscan opciones accesibles hasta quienes valoran la exclusividad y el diseño artesanal. Este modelo no solo optimiza la capacidad de producción disponible, sino que también posiciona a la marca en dos segmentos complementarios del mercado, maximizando su alcance y rentabilidad.

Con esta estrategia, Virtuosa Joyería puede mantener una producción sostenible mientras se consolida en el mercado, abriendo la posibilidad de ajustes futuros en capacidad y distribución según la demanda real y el crecimiento del negocio.

3. Crecimiento anual: Virtuosa Joyería, con un modelo de producción y ventas sostenible, proyecta un crecimiento anual en función de la consolidación de su presencia en el mercado. Se considera que las estrategias de marketing digital, la participación en ferias de diseño y el aumento en el reconocimiento de marca atraerán nuevos clientes y fortalecerán

la lealtad de los existentes. Basándonos en este contexto, asumimos un **crecimiento conservador del 10% anual en ventas**, un porcentaje realista para un negocio artesanal que está en expansión.

La proyección se basa en los ingresos anuales iniciales estimados de \$18.720.000 CLP y se aplica el crecimiento anual acumulativo. En la siguiente tabla se detallan las ventas proyectadas para los próximos tres años:

TABLA 4 PROYECCIÓN DE VENTAS CON CRECIMIENTO ANUAL DEL 10%

Año	Unidades Totales	Ingresos Totales (CLP)	Crecimiento Anual (%)
Año 1	360	\$18.720.000	—
Año 2	396	\$20.592.000	10%
Año 3	436	\$22.651.200	10%
Año 4	480	\$24.916.320	10%

Se proyecta un aumento gradual en las unidades vendidas de Virtuosa Joyería, comenzando con 360 piezas en el primer año y alcanzando 480 piezas en el cuarto año, siempre que la capacidad de producción se ajuste de manera proporcional para satisfacer la creciente demanda.

Este crecimiento en el volumen de producción podría lograrse mediante la delegación de ciertas actividades, como la gestión de marketing, para liberar más tiempo destinado a la confección de joyas, o mediante la inversión en herramientas y procesos que optimicen el tiempo de manufactura por pieza.

En cuanto a los ingresos, se espera un incremento anual constante del 10%, pasando de \$18.720.000 CLP en el primer año a \$24.916.320 CLP en el cuarto año, lo que representa un crecimiento acumulado del 33% en tres años. Este crecimiento también está vinculado a la efectividad de las estrategias de marketing digital, como la promoción en redes sociales y la participación en ferias de diseño, que no solo amplían el alcance de la marca, sino que también refuerzan su posicionamiento como una opción artesanal y de alta calidad en el mercado.

7.7.2. Costos y gastos operativos

Es fundamental detallar los costos directos e indirectos asociados a la operación de Virtuosa Joyería:

1. Costos Directos:

Materiales

La plata, piedras naturales, resina, acrílico, arcilla polimérica y otros insumos son los principales materiales utilizados en la producción. Es fundamental estimar el costo unitario de cada uno según su volumen de compra.

Plata 950: Su valor depende del mercado internacional, se estima un costo promedio de \$1.300 CLP por gramo. Con un uso promedio de 5 gramos por pieza, el costo por unidad sería de \$6.500 CLP, más un 15% adicional por merma en el proceso da un total de \$7.475 CLP.

Piedras naturales: Los costos varían según el tipo y tamaño del mineral. Una piedra de corte cabuchón de aproximadamente 1 cm de diámetro tiene un costo promedio que podría oscilar entre \$2.000 y \$6.000 CLP por pieza. En la siguiente tabla se detalla lo anterior para los minerales más usados:

TABLA 5 PRECIOS PIEDRAS CORTE TIPO CABUCHÓN

Piedra	Precio Aproximado (CLP)
Amatista	\$3.000
Cuarzo Cristal	\$2.500
Cuarzo Rosa	\$2.800
Citrino	\$3.500
Phrenita	\$4.000
Piedra Luna	\$6.000
Calcedonia	\$2.200

Resina, acrílico, arcilla polimérica: Esta categoría considera materiales artificiales, e incluye pigmentos para resinas. En la siguiente tabla se especifica el valor por unidad de los distintos materiales, y un aproximado de material necesario para un par de aros y los valores en CLP:

TABLA 6 PRECIO DE MATERIALES ARTIFICIALES USADOS POR VIRTUOSA JOYERÍA

Material	Precio Aproximado (CLP) por unidad	Material para Par de Aros	Precio para Par de Aros (CLP)
Resina Epóxica	\$4.500 (1kg)	Resina Epóxica (30g de 1kg)	\$135
Resina UV	\$6.000 (250g)	Resina UV (20g de 250g)	\$480
Acrílico	\$3.000 (1 hoja A4)	Acrílico (10x10cm de 1 hoja)	\$300
Arcilla Polimérica	\$3.500 (56g)	Arcilla Polimérica (20g de 56g)	\$1.250
Pigmentos para Resina	\$1.500 (15g)	Pigmentos (5g de 15g)	\$500

Mano de obra: Para este análisis, se considera un costo por hora (HH) de \$8.673 CLP para la orfebre. Con una capacidad de producción mensual de 20 piezas, cada una con un tiempo promedio de fabricación de 4 horas, se calcula el costo total mensual de la mano de obra en función del tiempo dedicado exclusivamente a la manufactura de las joyas.

TABLA 7 COSTOS DE MANO DE OBRA

Concepto	Valor (CLP)	Detalle
Costo por hora de orfebrería	\$8,673	Pago por hora a un orfebre
Producción mensual esperada (20 piezas a 4 horas cada una)	80	Horas totales trabajadas mensualmente
Costo total mensual de mano de obra	\$693,840	Costo total mensual (20 piezas × 4 horas × \$8.673 CLP)

Packaging: Costos de empaques sostenibles y de presentación de cada joya. En este análisis, se han considerado los costos individuales de los componentes de *packaging*, como potes de aluminio, adhesivos y saquitos de tela, para calcular el costo promedio por unidad.

TABLA 8 COSTO PACKAGING VIRTUOSA JOYERÍA

Componente	Costo por Unidad (CLP)	Uso por Pieza (Joyas Grandes)	Costo Total por Pieza (Joyas Grandes) (CLP)	Uso por Pieza (Joyas Chicas)	Costo Total por Pieza (Joyas Chicas) (CLP)
Pote aluminio 100 ml	\$800	1	\$800	0	\$0
Pote aluminio 60 ml	\$690	0	\$0	1	\$690
Adhesivos circulares 6 cm diámetro	\$200	2	\$400	2	\$400
Saquito de crea con cinta de satín 6x9 cm	\$730	1	\$730	1	\$730
Pañito de limpieza	\$90	1	\$90	1	\$90
Papel germinable con cuidados de las joyas	\$335	1	\$335	1	\$335
Bolsa de papel Kraft	\$65	1	\$65	1	\$65
Total	—	—	\$2.420	—	\$2.310

2. Gastos Operativos:

Espacio de Trabajo: Virtuosa Joyería opera desde un taller ubicado en una casa compartida que arrienda espacios a diferentes emprendimientos en la comuna de Ñuñoa. Este modelo de espacio compartido no solo resulta más accesible económicamente, sino que también fomenta un entorno colaborativo. El valor mensual del arriendo del taller es de \$140.000

CLP, y los gastos comunes que incluyen los servicios básicos (electricidad, agua e internet) ascienden a \$10.000 CLP mensuales.

TABLA 9 GASTOS DEL TALLER Y ESPACIO DE TRABAJO

Concepto	Gasto Mensual (CLP)	Gasto Anual (CLP)
Arriendo del Taller	\$140.000	\$1.680.000
Gastos Comunes	\$10.000	\$120.000
Total	\$150.000	\$1.800.000

Publicidad y Marketing: La estrategia de Virtuosa Joyería se enfoca en maximizar la visibilidad de la marca a través de plataformas clave como Instagram y Google Ads. Con un presupuesto mensual de \$100.000 CLP, se priorizarán campañas dirigidas a segmentos específicos de audiencia y la participación en eventos estratégicos para fortalecer el posicionamiento de la marca en el mercado. Además, participará en dos eventos anuales cuidadosamente seleccionados para maximizar la exposición de la marca, cada evento tiene un costo aproximado de \$50.000 CLP.

TABLA 10 GASTOS DE PUBLICIDAD Y MARKETING

Canal de Marketing	Gasto Mensual (CLP)	Gasto Anual (CLP)	Detalle
Instagram Ads	\$50,000	\$600,000	Publicaciones patrocinadas y anuncios en historias
Google Ads	\$40,000	\$480,000	Campañas de búsqueda y remarketing
Eventos y Ferias	—	\$100,000	2 eventos anuales a \$50.000 cada uno
Total	\$90,000	\$1,180,000	Suma de costos digitales y presenciales

Logística y Envíos: Los gastos de logística y envíos, serán traspasados al cliente, entregando además la opción de retiro en el taller en Ñuñoa o envío por \$3.000 CLP aproximado.

Gastos Administrativos: Esta categoría considera el servicio de contabilidad, dominio web y hosting, mantenimiento de página web y otros gastos generales. El detalle se presenta a continuación:

TABLA 11 GASTOS ADMINISTRATIVOS DE VIRTUOSA JOYERÍA

Categoría	Costo Mensual (CLP)	Costo Anual (CLP)	Detalle
Contabilidad	\$9.990	\$119.880	Contratación de contador externo
Dominio Web y Hosting	\$5.230	\$62.760	Dominio (\$12,000/anual) y hosting (\$15,000/mes)
Mantenimiento de la Página Web	\$20,000	\$240,000	Actualizaciones y soporte técnico
Otros Gastos Generales	\$5.000	\$60.000	Papelería, suscripciones, otros menores
Total	\$40.220	\$482.640	Suma de gastos administrativos

7.7.3. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio indica el volumen de ventas necesario para cubrir todos los costos y gastos, logrando que la operación sea financieramente sostenible.

El punto de equilibrio se calcula dividiendo los costos fijos totales por el margen de contribución unitario (precio de venta menos costos variables). Esto permite identificar cuántas unidades deben venderse para que los ingresos igualen los costos.

$$\text{Punto de Equilibrio (unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Margen de Contribución Unitario}}$$

1. Costos Fijos Totales: Los costos fijos corresponden a aquellos que no varían con el nivel de producción y que deben cubrirse independientemente del volumen de ventas. En el caso de Virtuosa Joyería, los costos fijos anuales son los siguientes:

TABLA 12 COSTOS FIJOS DE VIRTUOSA JOYERÍA ANUALES

Concepto	Monto (CLP)
Arriendo del taller	\$1.800.000
Gastos administrativos	\$482.640
Publicidad y marketing	\$1.180.000
Total	\$3.462.640

2. Costos Variables Unitarios: Los costos variables están directamente relacionados con la producción de cada unidad y se desglosan de la siguiente manera:

TABLA 13 COSTOS VARIABLES DE VIRTUOSA JOYERÍA POR UNIDAD

Concepto	Monto (CLP)
Materiales (plata, piedras, resina, etc.)	\$10.000
Mano de obra (4 horas × \$8.673 CLP/hora)	\$34.692
Packaging	\$2.420
Total	\$47.112

Precio de Venta Promedio: El precio promedio de venta de las piezas de Virtuosa Joyería es de \$63.750 CLP.

3. Margen de Contribución Unitario: Este margen se calcula restando los costos variables al precio promedio de venta.

$$\text{Margen de Contribución Unitario} = \text{Precio de Venta} - \text{Costos Variables}$$

$$\text{Margen de Contribución Unitario} = \$63.750 - \$47.112 = \$16.638 \text{ CLP}$$

4. Cálculo del Punto de Equilibrio:

$$\text{Punto de Equilibrio (unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Margen de Contribución Unitario}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (unidades)} = \frac{\$3.462.640}{\$16.638} \approx 208 \text{ unidades/año}$$

De lo anterior, se obtiene que Virtuosa Joyería necesita vender aproximadamente 208 unidades al año para cubrir todos sus costos fijos y variables. Esto asegura que la operación sea financieramente sostenible y no genere pérdidas.

7.7.4. Proyecciones de rentabilidad

A continuación, se desarrollan las proyecciones de rentabilidad para Virtuosa Joyería, considerando los ingresos proyectados, los costos directos, los gastos operativos y los impuestos aplicables:

1. Utilidad Bruta: La utilidad bruta se calcula restando los costos directos de producción de los ingresos totales proyectados.

- a. Ingresos totales proyectados: \$18.720.000 CLP anuales

- b. Costos directos de producción:

Mano de obra: \$693.840 CLP/mes $\times$ 12 meses = \$8.326.080 CLP

Materiales promedio (resina, plata, piedras, *packaging*): \$10.000 CLP por unidad $\times$ 360 unidades = \$3.600.000 CLP

Total de costos directos: \$8.326.080 + \$3.600.000 = **\$11.926.080 CLP.**

$$Utilidad\ Bruta = Ingresos\ Totales - Costos\ Directos$$

$$Utilidad\ Bruta = \$18.720.000 - \$11.926.080 = \$6.793.920\ CLP$$

2. Utilidad Operativa: La utilidad operativa se calcula restando los gastos operativos de la utilidad bruta.

- a. Gastos operativos:

Arriendo y gastos comunes: \$1.800.000 CLP anuales

Publicidad y marketing: \$1.180.000 CLP anuales

Gastos administrativos (contabilidad, hosting, etc.): \$482.640 CLP anuales

Total de gastos operativos: \$1.800.000 + \$1.180.000 + \$482.640 = **\$3.462.640 CLP**

$$Utilidad\ Operativa = Utilidad\ Bruta - Gastos\ Operativos$$

$$Utilidad\ Operativa = \$6.793.920 - \$3.462.640 = \$3.331.280\ CLP$$

3. Utilidad Neta: Se obtiene restando los impuestos aplicables de la utilidad operativa.

- a. Tasa de impuestos: Se aplica un 25% para PYMES

Impuestos: \$3.331.280 $\times$ 0,25 = \$832.820 CLP

$$Utilidad\ Neta = Utilidad\ Operativa - Impuestos$$

$$Utilidad\ Neta = \$3.331.280 - \$832.820 = \$2.498.460\ CLP$$

En base a lo anterior, la rentabilidad proyectada puede analizarse bajo diferentes escenarios: optimista, base y pesimista, para entender cómo las variaciones en las ventas o costos pueden afectar las utilidades. El análisis por escenarios se presenta a continuación:

- Escenario Base:
 - Ventas proyectadas: 360 unidades anuales.
 - Utilidad neta proyectada: \$2.498.460 CLP.

- Escenario Optimista:
 - Incremento del 10% en ventas (396 unidades anuales).
 - Nuevos ingresos: \$20.592.000 CLP.
 - Utilidad neta ajustada: Aproximadamente \$2.800.000 CLP.

- Escenario Pesimista:
 - Disminución del 10% en ventas (324 unidades anuales).
 - Nuevos ingresos: \$16.848.000 CLP.
 - Utilidad neta ajustada: Aproximadamente \$2.200.000 CLP.

TABLA 14 PROYECCIONES DE RENTABILIDAD EN DISTINTOS ESCENARIOS

Escenario	Unidades Ventas	Ingresos Totales (CLP)	Costos Directos (CLP)	Utilidad Bruta (CLP)	Gastos Operativos (CLP)	Utilidad Operativa (CLP)	Impuestos (25%) (CLP)	Utilidad Neta (CLP)
Base	360	18.720.000	11.926.080	6.793.920	3.462.640	3.331.280	832.820	2.498.460
Optimista	396	20.592.000	13.118.688	7.463.312	3.462.640	4.000.672	1.000.168	3.000.504
Pesimista	324	16.848.000	10.733.472	6.114.528	3.462.640	2.651.888	662.972	1.988.916

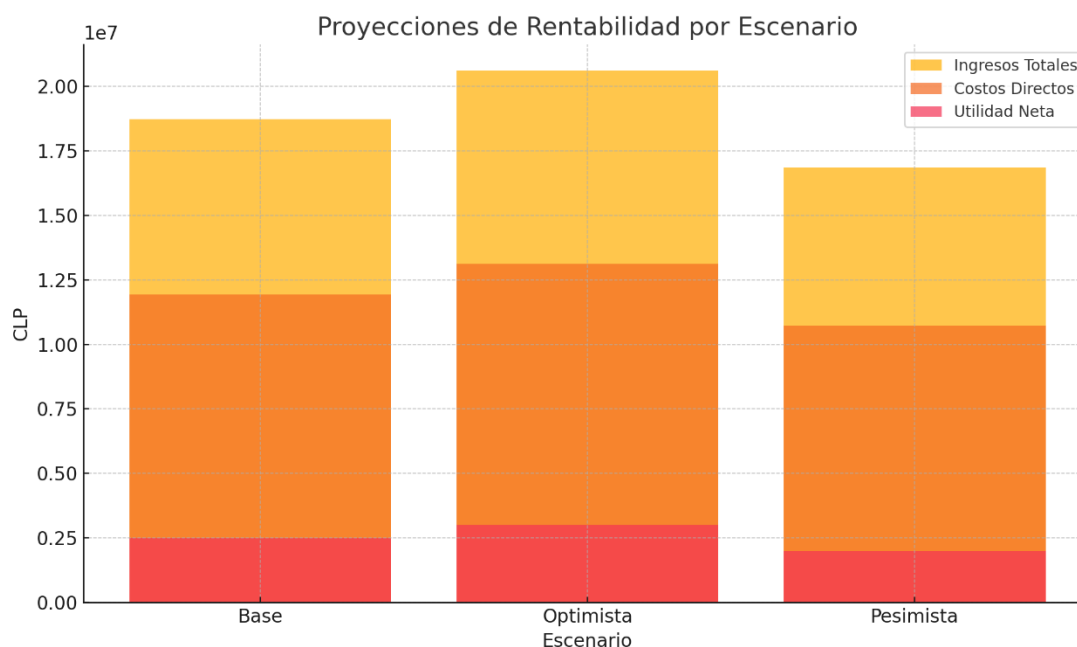


FIGURA 22 GRAFICO DE PROYECCIONES DE RENTABILIDAD POR ESCENARIO

4. Proyección a 3-5 años: Para desarrollar las proyecciones se realizarán las siguientes suposiciones:

- a. Crecimiento en ventas: Se asume un crecimiento anual estimado del 10% en unidades vendidas.
- b. Incremento en precios: Se considera un ajuste en el precio promedio de venta del 5% anual
- c. Incremento en costos variables: Los costos variables unitarios incrementan en un 5% anual debido a la inflación y otros factores.
- d. Costos fijos: Aumentan en un 3% anual para reflejar ajustes en arriendo, gastos administrativos, etc.

En base a lo anterior, se realizan las siguientes proyecciones: ingresos totales, costos, utilidades brutas, operativas y netas para los años 1 a 5:

TABLA 15 PROYECCIÓN FINANCIERA A 5 AÑOS

Año	Unidades Vendas	Precio Promedio (CLP)	Ingresos Totales (CLP)	Costos Variables Totales (CLP)	Costos Fijos (CLP)	Utilidad Bruta (CLP)	Utilidad Operativa (CLP)	Impuestos (CLP)	Utilidad Neta (CLP)
1	360	63.750	22.950.000	16.960.320	3.462.640	5.989.680	2.527.040	631.760	1.895.280
2	396	66.937	26.524.092	18.934.368	3.566.519	7.589.724	4.023.205	1.005.801	3.017.404
3	435	70.283	30.571.905	21.123.456	3.673.514	9.448.449	5.774.935	1.443.734	4.331.201
4	478	73.797	35.157.166	23.540.160	3.783.719	11.617.006	7.833.287	1.958.322	5.874.965
5	526	77.487	40.351.775	26.198.400	3.897.231	14.153.375	10.256.144	2.564.036	7.692.108

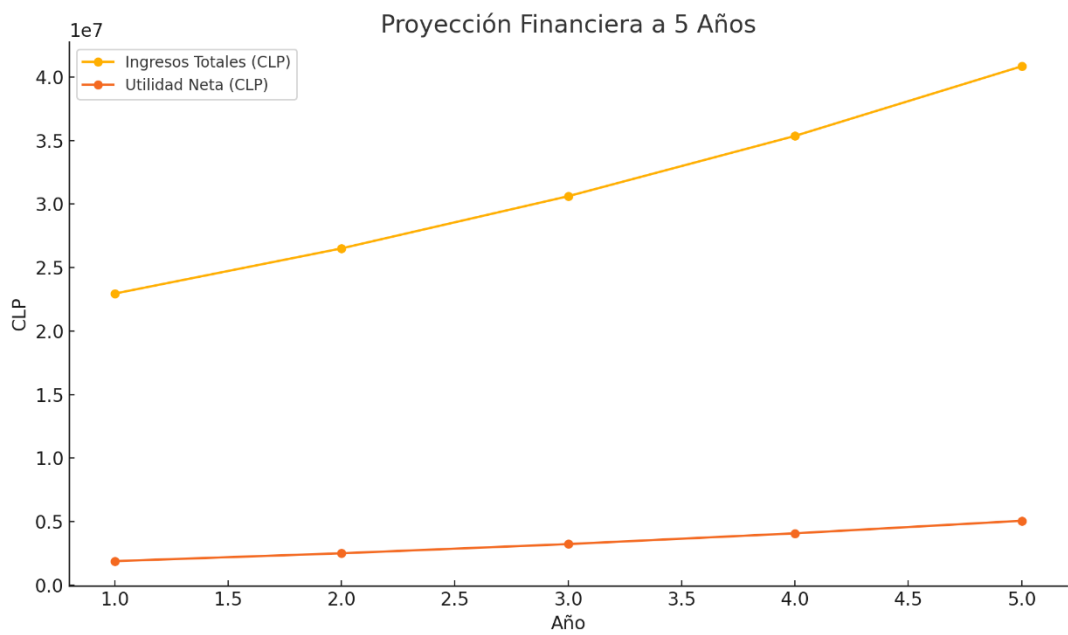


FIGURA 23 GRAFICO DE PROYECCIÓN FINANCIERA A 5 AÑOS

7.7.5. Indicadores financieros clave

Se incluirán los siguientes indicadores financieros para evaluar la salud financiera del negocio y la eficiencia en la generación de utilidades.

1. Margen de Contribución: Mide el porcentaje de cada venta que cubre los costos fijos y contribuye a las utilidades,

$$\text{Margen de Contribución (\%)} = \frac{\text{Ingresos Totales} - \text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos Totales}} \times 100$$

2. Rentabilidad sobre Ventas (ROS): Mide qué porcentaje de los ingresos se convierte en utilidad.

$$\text{ROS (\%)} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos Totales}} \times 100$$

3. Retorno sobre la Inversión (ROI): Permite medir la rentabilidad del proyecto en relación con la inversión inicial.

$$\text{ROI (\%)} = \frac{\text{Utilidad Neta Acumulable}}{\text{Inversión Inicial}} \times 100$$

4. Valor Actual Neto (VAN): Mide el valor presente de los flujos de caja futuros que genera un proyecto, descontados a una tasa de descuento. Se utiliza para determinar si un proyecto generará valor para la empresa.

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{Flujo Neto}_t}{(1+r)^t} - \text{Inversión Inicial}$$

Donde:

- t : Año del flujo de caja
 - r : Tasa de descuento
 - n : Número de años proyectados
5. Tasa Interna de Retorno (TIR): Es la tasa de descuento que iguala el VAN del proyecto a cero y representa la rentabilidad esperada de una inversión en términos porcentuales. Se calcula mediante iteraciones numéricas o herramientas como Excel, Google Sheets o un software financiero.

Para el cálculo de los indicadores financiero clave, se obtendrá el detalle de la inversión inicial se encuentra en la siguiente tabla:

TABLA 16 INVERSIÓN INICIAL DE VIRTUOSA JOYERÍA

Categoría	Detalle	Costo Estimado (CLP)
Arriendo y Acondicionamiento	Depósito de garantía	\$140.000
	Acondicionamiento del taller (mobiliario, etc.)	\$460.000
	Herramientas y maquinaria (pulidores, cortadoras)	\$1.012.450
Legalización del Negocio	Inscripción comercial y patentes	\$208.352
Inventario Inicial	Materiales para producción (plata, piedras, etc.)	\$250.000
	<i>Packaging</i> (cajas, etiquetas, bolsas)	\$100.000
Marketing y Publicidad	Desarrollo del sitio web	\$50.000
TOTAL		\$2.220.802

El análisis de los indicadores financieros claves proyectados para Virtuosa Joyería refleja un negocio en constante mejora. Los indicadores Margen de Contribución, Rentabilidad sobre Ventas (ROS), Retorno sobre la Inversión (ROI), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) muestran tendencias positivas, lo que destaca el atractivo financiero del proyecto.

En primer lugar, el **Margen de Contribución** aumenta progresivamente desde un 26.09% en el año 1 hasta un 35,08% en el año 5. Esto indica que, con el tiempo, una mayor proporción

de los ingresos estará disponible para cubrir los costos fijos y generar utilidades. Los ajustes anuales del precio promedio de las piezas (5%) superan el aumento proyectado en los costos variables, fortaleciendo la capacidad del negocio para absorber costos y mejorar su contribución neta.

Por su parte, la **Rentabilidad sobre Ventas (ROS)** también muestra una tendencia positiva, aumentando del 8,26% en el primer año al 19,07% en el quinto. Esto significa que Virtuosa Joyería será capaz de convertir ingresos en utilidades netas con el paso del tiempo. Esta mejora se debe al control efectivo de costos operativos, combinado con el crecimiento proyectado en ventas y precios promedio. El aumento constante del ROS refleja que el negocio se volverá más eficiente en la generación de utilidades.

El **Retorno sobre la Inversión (ROI)** pasa de un 85.36% en el primer año a un 1016,99% en el quinto. Esto significa que la inversión inicial de \$2.220.802 CLP se recupera, y el proyecto genera retornos acumulativos a mediano plazo. Este ROI elevado sugiere que el proyecto sería rentable con las proyecciones actuales.

El **Valor Actual Neto (VAN)**

TABLA 17 INDICADORES FINANCIEROS CLAVE

Año	Margen de Contribución (%)	Rentabilidad sobre Ventas (ROS) (%)	ROI (%)	VAN (CLP)	TIR (%)
1	26,09	8,26	85,36	-	-
2	28,60	11,38	220,89	-	-
3	30,91	14,17	415,47	-	-
4	33,05	16,71	677,69	-	-
5	35,08	19,07	1016,99	14.041.879	59

8. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

8.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El cronograma de actividades establece las tareas necesarias para la implementación del negocio Virtuosa Joyería, asegurando que cada etapa sea ejecutada en el tiempo planificado. A continuación, se detalla el calendario, en el anexo 2 se encuentra la carta Gantt con el avance a diciembre 2024.

TABLA 18 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE VIRTUOSA JOYERÍA

Actividad	Responsable	Inicio	Fin
Acondicionamiento del taller	Propietaria	01-10-2024	31-10-2024
Compra de herramientas y materiales	Propietaria	01-10-2024	15-11-2024
Creación de inventario inicial	Propietaria	01-10-2024	31-03-2025
Diseño del sitio web y branding	Diseñador web	01-02-2025	28-02-2025
Estrategia de marketing digital	Propietaria	01-03-2025	31-03-2025
Lanzamiento en redes sociales	Propietaria	01-04-2025	30-04-2025
Participación en ferias locales Día de la Mamá	Propietaria	02-05-2025	10-05-2025
Participación en ferias locales Navidad	Propietaria	01-12-2025	23-12-2025

8.2. PRESUPUESTO Y RECURSOS NECESARIOS

El presupuesto contempla todos los recursos financieros, materiales y humanos requeridos para la implementación del negocio.

TABLA 19 PRESUPUESTO Y RECURSOS NECESARIOS DE VIRTUOSA JOYERÍA

Categoría	Detalle	Costo Estimado (CLP)
Arriendo y Acondicionamiento	Depósito de garantía, mobiliario, herramientas	\$1.612.450
Inventario Inicial	Materiales para producción, <i>packaging</i>	\$350.000
Legalización del Negocio	Inscripción comercial, patentes	\$208.352
Marketing y Publicidad	Desarrollo de branding, campañas digitales	\$300.000
Reserva para contingencias	Fondo para imprevistos	\$100.000
Total		\$2.570.802

8.3. ESTRATEGIAS DE LANZAMIENTO Y PROMOCIÓN

1. Lanzamiento en Redes Sociales:

- a. Crear y publicar contenido visual sobre las piezas de joyería, durante el proceso de producción y el día a día de la orfebre.
- b. Lanzar campañas dirigidas en Instagram y TikTok para audiencias en Santiago de Chile.

2. Participación en Ferias y Eventos:

- a. Mostrar las joyas en ferias artesanales locales y en fechas claves como Navidad y el Día de la Madre.

3. Colaboraciones con *Influencers*:

- a. Trabajar con creadores de contenido en Instagram y TikTok que compartan los valores de la marca para aumentar la visibilidad.

4. Promociones de Lanzamiento:

- a. Ofrecer descuentos del 15% en las primeras compras y envío gratuito durante el primer mes.

5. Marketing de Contenidos:

- a. Publicar artículos y videos que exploren la historia y propiedades de los minerales utilizados en las joyas.

8.4. PLAN DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

El seguimiento y control asegurará que el negocio avance según lo planificado, permitiendo ajustes si es necesario.

1. Indicadores Clave de Desempeño (KPI):

- a. Ventas mensuales.

- b. Tráfico en redes sociales y sitio web.
 - c. Conversiones de seguidores a compradores.
 - d. Feedback de clientes sobre productos y servicios.
- 2. Revisión Mensual de Evaluación:
 - a. Revisar avances respecto al cronograma y objetivos financieros.
 - b. Analizar los resultados de las estrategias de marketing.
- 3. Encuestas a Clientes:
 - a. Recopilar opiniones sobre la experiencia de compra y la calidad de las piezas para realizar mejoras continuas.
- 4. Revisión de Proveedores y Materiales:
 - a. Evaluar la calidad y disponibilidad de materiales críticos, buscando optimizaciones en los costos si es necesario.

9. CONCLUSIONES

9.1. RESUMEN DE HALLAZGOS

Virtuosa Joyería se ha propuesto como un emprendimiento que fusiona la ciencia de la geología con el arte de la joyería, creando piezas únicas que no solo destacan por su belleza, sino también por su conexión profunda con la ciencia y la sostenibilidad. A lo largo de esta tesis, se han explorado diversos aspectos fundamentales para el éxito del negocio, desde la identidad de marca y las preferencias del mercado objetivo hasta las estrategias de distribución y venta.

El uso de herramientas como el análisis FODA, PESTA y las cinco fuerzas de Porter destacó fortalezas como el conocimiento especializado en geología de la fundadora, el diseño exclusivo y la atención al detalle en la confección de las piezas. Estas ventajas permiten abordar las debilidades, como la

limitada capacidad de inversión inicial, y aprovechar las oportunidades de mercado relacionadas con la sostenibilidad y la preferencia por productos de autor.

El análisis del mercado reveló varios hallazgos clave, en primer lugar, se identificó que existe una creciente demanda por joyería de autor que refleje autenticidad, personalización y respeto por el medioambiente. Los consumidores de hoy valoran cada vez más los productos artesanales y únicos, aquellos que cuentan una historia y transmiten un sentido de exclusividad y cuidado por el entorno. Este cambio en las tendencias de consumo respalda la propuesta de Virtuosa Joyería, que utiliza materiales de calidad y técnicas artesanales para satisfacer a un público cada vez más consciente y exigente.

El estudio de las características más valoradas en las joyas arrojó que el diseño y la originalidad son factores cruciales, con un alto porcentaje de encuestados calificándolos como “muy importantes”. Este resultado subraya la importancia de crear piezas que destaquen en el mercado y se alineen con la identidad de Virtuosa Joyería. Aunque el precio sigue siendo un factor relevante, el valor percibido de las piezas artesanales y su calidad permiten a Virtuosa Joyería establecer un rango de precios que refleje la exclusividad de sus productos.

Además, la personalización fue también un factor destacado, y refuerza el enfoque de la marca en ofrecer opciones personalizables que permitan a cada cliente expresar su individualidad. Virtuosa Joyería ofrecerá opciones limitadas que se centrarán en la selección de minerales, así como en la elección de colores de resina y acrílico, en función de la disponibilidad de estos materiales. Esto permitirá a los clientes reflejar su estilo personal y preferencias estéticas, y se aplicará un valor adicional por este servicio. Sin embargo, el diseño completamente personalizado, si bien es valorado por los consumidores, no se incluirá en la oferta de Virtuosa Joyería debido a la limitación de horas de trabajo disponibles, lo que asegura que la producción se mantenga eficiente y de alta calidad en sus procesos actuales.

La investigación también evidenció que los materiales preferidos por los consumidores son la plata y el oro, lo cual coincide con el material base de Virtuosa Joyería: Plata 950. Esta elección no solo asegura la durabilidad de las piezas, sino que también conecta con las expectativas de calidad y prestigio que los clientes asocian con estos metales. Asimismo, el uso de piedras naturales y la

posibilidad de combinarlas con elementos de resina o acrílico en algunos diseños permite a la marca ofrecer una diversidad visual que atrae a distintos perfiles de clientes.

En cuanto a los canales de distribución y venta, se observó que los consumidores prefieren realizar sus compras en tiendas físicas y ferias de diseño, aunque las tiendas online también tienen una gran aceptación. Esto indica que una estrategia omnicanal sería efectiva para Virtuosa Joyería, combinando la venta en línea con la participación en ferias y eventos de diseño para maximizar la visibilidad de la marca. También se identificó la importancia de ofrecer una experiencia de compra personalizada y un servicio postventa de calidad, lo cual contribuye a fortalecer la lealtad del cliente y la confianza en la marca.

La estrategia de marketing y posicionamiento será iterativa, permitiendo que Virtuosa Joyería se adapte de manera ágil a las oportunidades y desafíos del mercado. Esto garantizará que las acciones implementadas sean efectivas y que la marca evolucione en línea con las expectativas de sus clientes y los objetivos del negocio.

Los resultados del análisis financiero proyectan un negocio con una estructura de costos eficiente, una estrategia de precios adecuada y un crecimiento sostenido en rentabilidad. Sin embargo, es importante tener en cuenta ciertos riesgos potenciales, como aumentos inesperados en los costos de los materiales o un crecimiento en ventas inferior al proyectado, los cuales podrían impactar los márgenes de utilidad. A pesar de estos posibles desafíos, los indicadores financieros clave muestran que Virtuosa Joyería está bien posicionada para lograr un éxito financiero sostenible en el mediano plazo.

El desarrollo del plan de negocios para Virtuosa Joyería permitió identificar un nicho de mercado con un alto potencial de crecimiento, compuesto por mujeres de entre 25 y 45 años que buscan joyas personalizadas, exclusivas y de alta calidad, con un fuerte enfoque en la sustentabilidad y el valor simbólico de los materiales utilizados. El análisis del entorno competitivo y las tendencias del mercado reveló una creciente valoración por productos hechos a mano que combinan artesanía y diseño innovador, lo que posiciona a Virtuosa Joyería como una propuesta única y diferenciada en el mercado chileno.

9.2. CONTRIBUCIÓN AL CAMPO DE ESTUDIO

Esta investigación aporta al campo de los planes de negocio y al sector de la joyería artesanal al proporcionar un modelo estructurado que combina el arte y la ciencia para crear productos con significado cultural y espiritual. Al destacar el valor de la integración de la geología en el diseño de joyas, el estudio abre nuevas oportunidades para la innovación en el sector artesanal y fomenta la importancia de la sostenibilidad como factor diferenciador en la industria de bienes de lujo.

Asimismo, este trabajo subraya la relevancia de los enfoques interdisciplinarios y su aplicación en modelos de negocio que buscan equilibrar creatividad, ciencia y responsabilidad ambiental. Este plan de negocios podría servir como referencia para otros emprendimientos que deseen integrar principios similares en su modelo.

9.3. PROYECCIÓN FUTURA Y RECOMENDACIONES

Virtuosa Joyería cuenta con un alto potencial de crecimiento al consolidar su marca en el mercado chileno y explorar oportunidades en mercados internacionales. Para lograrlo, se recomienda:

- Ampliar la presencia digital: Incrementar la inversión en marketing digital, enfocándose en plataformas como Instagram y TikTok para alcanzar una audiencia más amplia.
- Participar en ferias y eventos internacionales: Esto permitirá aumentar la visibilidad de la marca y establecer redes comerciales.
- Innovación constante: Explorar nuevos diseños, materiales y tecnologías que refuercen el valor artesanal y la sostenibilidad.
- Fortalecer la logística: Implementar estrategias para optimizar la distribución y el cumplimiento de pedidos, especialmente con la futura implementación de un *e-commerce*.

9.4. LIMITACIONES Y ÁREAS DE FUTURA INVESTIGACIÓN

Entre las limitaciones del presente trabajo se encuentra la dependencia de datos de encuestas realizadas en línea, que, si bien son representativas, podrían complementarse con estudios de campo más detallados. Además, el análisis financiero podría ser enriquecido con la simulación de escenarios económicos variados y un monitoreo continuo de los costos de materiales.

Futuras investigaciones podrían explorar:

- El impacto de la narrativa cultural y espiritual en las decisiones de compra de joyería.
- La viabilidad de incorporar materiales completamente reciclados o alternativos en el diseño de joyas.
- Estrategias de escalabilidad para negocios de artesanía que buscan mantener la calidad y la personalización.

10.BIBLIOGRAFÍA

- Casabó, J. (2010). Joyería. Editorial Albatros.
- Cruz, P. Diseño en joyería. Universidad Autónoma del Estado de México. Obtenido de http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/108722/secme-28808_1.pdf?sequence=1
- Jiménez, E. (2018). Joyería necesidad o lujo. Foro Alfa. Obtenido de <http://foroalfa.org/articulos/joyeria-necesidad-o-lujo>
- Mercado de Joyería en Chile, Informe, Análisis 2024-2032. (s/f). Informesdeexpertos.com. Recuperado el 14 de agosto de 2024, de <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-joyeria-en-chile>
- Nisperuza De Hoyos, N. (2023). Plan de negocios para la creación de la empresa Natalia joyería artesanal SAS. Obtenido de <https://repositorio.unicordoba.edu.co/server/api/core/bitstreams/beb70a6e-6f71-47a7-8fe3-351605313a0e/content>
- Ravasio, N. (2023). Joyería hecha a mano vs la joyería industrial. Nicola Joyería. Obtenido de <https://www.nicolajoyeria.com/blogs/joyeria/joyeria-hecha-a-mano-vs-la-joyeria-industrializada>
- Yolanda Domínguez Joyeros. (2017). Creación de joyas artesanales y piezas únicas con piedras preciosas y minerales. Obtenido de <https://www.yolandadominguezjoyeros.com/blog/post/como-crean-joyas-artesanales>

ANEXO 1. Encuesta realizada y resultados

Encuesta Joyería - Estudio de Mercado

¡Hola!

Te agradezco por tomar el tiempo de participar en esta encuesta :)

Esta encuesta forma parte de un estudio de mercado realizado como parte de mi tesis de Ingeniería Comercial en la Universidad Técnica Federico Santa María (USM). El objetivo de este estudio es conocer las preferencias y comportamientos de compra en el mercado de joyería hecha a mano en Chile.

Tu participación me ayudará a analizar y comprender las tendencias actuales, así como las expectativas de los consumidores en esta industria. La información que proporcionas es anónima y será utilizada exclusivamente para fines académicos.

La encuesta está compuesta por preguntas relacionadas con tus preferencias de compra, hábitos y percepciones sobre la joyería artesanal, y toma aproximadamente 5-10 minutos en completarse.

¡Gracias por tu colaboración!

Pía Toledo Zárate
Estudiante de Ingeniería Comercial
Universidad Técnica Federico Santa María

* Indicates required question

1. La mayoría de las veces que compras joyas: *

Mark only one oval.

- ☐ Son para uso personal
- ☐ Son para regalo
- ☐ No compro joyas

Información general

2. Eres: *

Mark only one oval.

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre
- ☐ Otro

3. ¿En que región vives? *

⌵ Dropdown

Mark only one oval.

- ☐ Arica y Parinacota
- ☐ Tarapacá
- ☐ Antofagasta
- ☐ Atacama
- ☐ Coquimbo
- ☐ Valparaíso
- ☐ Metropolitana
- ☐ O'Higgins
- ☐ Maule
- ☐ Ñuble
- ☐ Bío Bío
- ☐ Araucanía
- ☐ Los Ríos
- ☐ Los Lagos
- ☐ Aysén
- ☐ Magallanes

4. ¿Cuál es tu edad? *

Mark only one oval.

- ☐ Menor de 20 años
- ☐ 20-25 años
- ☐ 26-35 años
- ☐ 36-45 años
- ☐ 46-55 años
- ☐ Mayor de 55 años

5. ¿Cuál es tu nivel de ingresos mensuales? *

Mark only one oval.

- ☐ Menos de \$500.000 CLP
- ☐ Entre \$500.000 y \$1.000.000 CLP
- ☐ Entre \$1.000.000 y \$2.000.000 CLP
- ☐ Más de \$2.000.000 CLP

Skip to question 6

Preferencias Joyería

6. ¿Qué tipos de joyas compras/usas? (Selecciona todas las que apliquen) *

Check all that apply.

- ☐ Aros
- ☐ Anillos
- ☐ Colgantes
- ☐ Pulseras
- ☐ Broches
- ☐ Other: _____

7. ¿De qué materiales compras la mayoría de las joyas? **(Selecciona 1 o 2 alternativas)** *

Check all that apply.

- ☐ Plata
☐ Fantasía
☐ Oro
☐ Cobre
☐ Acero
☐ Other: _____

8. Indica cuanto valoras las siguientes características en una joya *

Mark only one oval per row.

	Poco Importante	Indiferente	Algo importante	Muy importante
Precio	☐	☐	☐	☐
Diseño y originalidad	☐	☐	☐	☐
Marca	☐	☐	☐	☐
Acabado y detalles	☐	☐	☐	☐
Personalización	☐	☐	☐	☐
Comodidad	☐	☐	☐	☐

Comportamiento de la compra

9. ¿Con qué frecuencia compras joyería? *

Mark only one oval.

- ☐ Mensualmente
- ☐ Cada 2-3 meses
- ☐ Dos veces al año
- ☐ Rara vez

10. ¿Dónde prefieres comprar joyas? (Selecciona 1 o 2 alternativas) *

Check all that apply.

- ☐ Tiendas físicas
- ☐ Tiendas online
- ☐ Ferias y mercados de diseño
- ☐ Redes sociales
- ☐ Other: _____

11. ¿Cuál es tu rango de gasto típico en una pieza de joyería? *

Mark only one oval.

- ☐ Menos de \$20.000 CLP
- ☐ Entre \$20.000 y \$35.000 CLP
- ☐ Entre \$36.000 y \$50.000 CLP
- ☐ Más de \$50.000 CLP

12. ¿Qué tipo de promociones o incentivos te motivan a realizar una compra de joyería? **(Selecciona todas las que apliquen)** *

Check all that apply.

- ☐ Descuentos
- ☐ Envío gratis
- ☐ Regalos con la compra
- ☐ Ofertas por compras múltiples
- ☐ Garantía extendida
- ☐ Recomendaciones de personas de confianza
- ☐ No me motivan las promociones o incentivos

13. ¿Cuál es tu principal preocupación al comprar joyería en línea? **(Selecciona máximo 3 alternativas)** *

Check all that apply.

- ☐ Calidad del producto
- ☐ Confianza en el vendedor
- ☐ Política de devoluciones
- ☐ Seguridad del pago
- ☐ Costos de envío
- ☐ Descripción y fotos del producto
- ☐ Opciones de pago con tarjeta o en cuotas
- ☐ No compro joyería en línea

14. En general ¿Cuánto tiempo dedicas a investigar y comparar opciones antes de tomar una decisión de compra de joyería? *

Mark only one oval.

- ☐ Menos de una hora
- ☐ Entre 1 y 3 horas
- ☐ Entre 3 y 5 horas
- ☐ Mas de 5 horas
- ☐ No investigo, compro de forma impulsiva

15. ¿Pagarías más por joyería que sea hecha a mano en lugar de joyería producida en masa? *

Mark only one oval.

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Tal vez *Skip to question 16*

16. Si respondiste "tal vez" en la pregunta anterior: ¿De qué depende que pagues más por joyería que sea hecha a mano en lugar de joyería producida en masa? *

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

RESULTADOS ENCUESTA

Encuesta Joyería - Estudio de Mercado

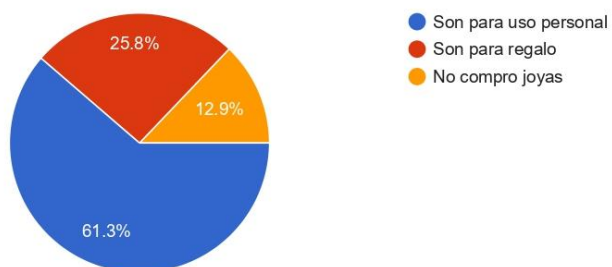
256 responses

[Publish analytics](#)

La mayoría de las veces que compras joyas:

 Copy

256 responses

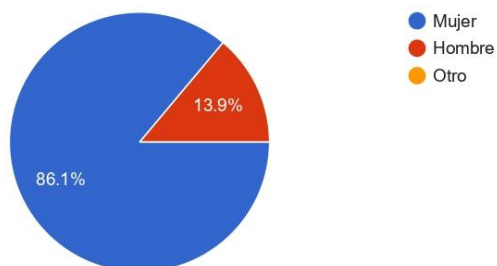


Información general

Eres:

 Copy

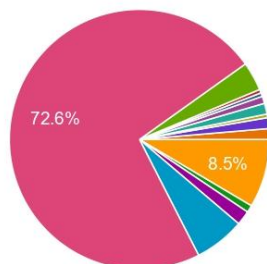
223 responses



¿En que región vives?

 Copy

223 responses



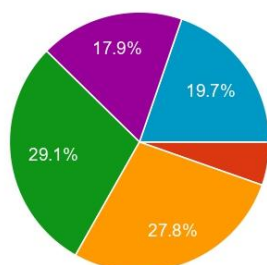
- Arica y Parinacota
- Tarapacá
- Antofagasta
- Atacama
- Coquimbo
- Valparaíso
- Metropolitana
- O'Higgins

▲ 1/2 ▼

¿Cuál es tu edad?

 Copy

223 responses

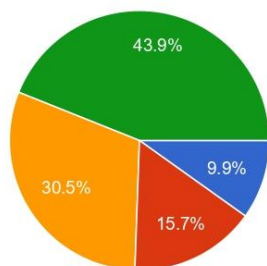


- Menor de 20 años
- 20-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46-55 años
- Mayor de 55 años

¿Cuál es tu nivel de ingresos mensuales?

 Copy

223 responses



- Menos de \$500.000 CLP
- Entre \$500.000 y \$1.000.000 CLP
- Entre \$1.000.000 y \$2.000.000 CLP
- Más de \$2.000.000 CLP

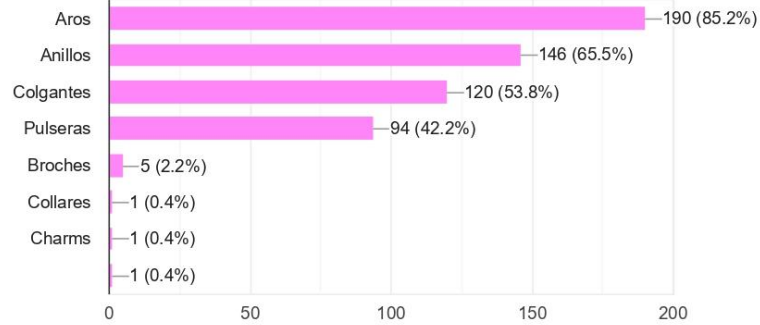
Preferencias Joyería



¿Qué tipos de joyas compras/usas? **(Selecciona todas las que apliquen)**

 Copy

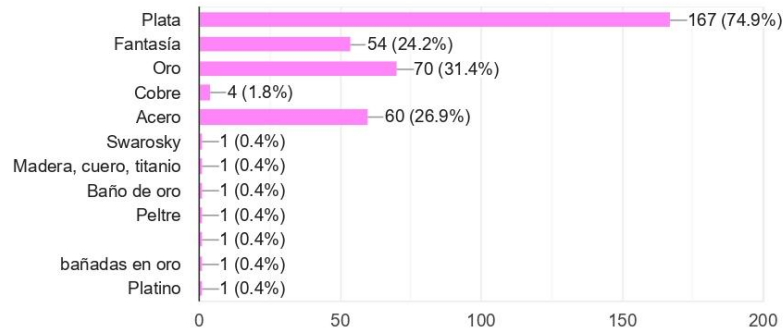
223 responses



¿De qué materiales compras la mayoría de las joyas? **(Selecciona 1 o 2 alternativas)**

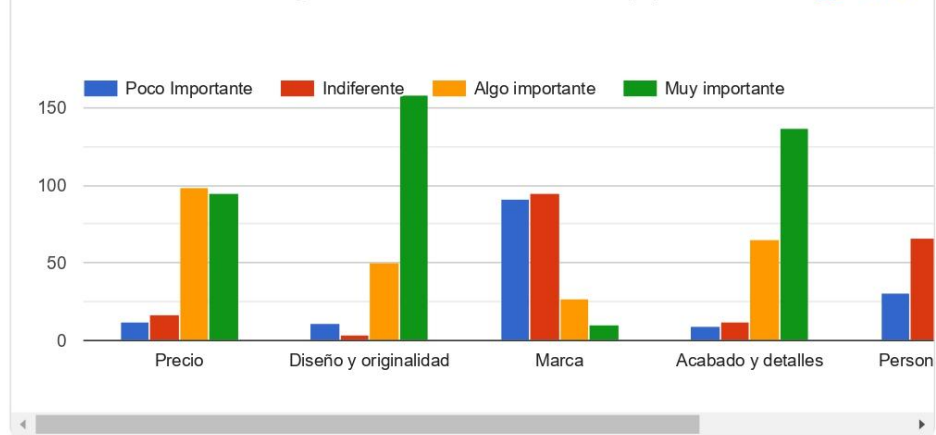
 Copy

223 responses



Indica cuanto valoras las siguientes características en una joya

 Copy

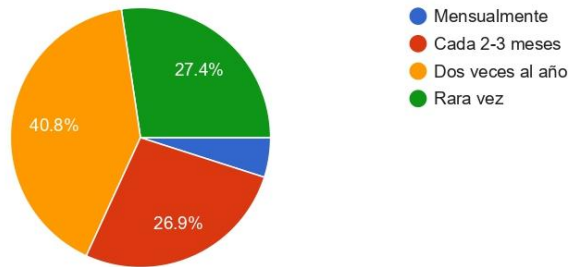


Comportamiento de la compra

¿Con qué frecuencia compras joyería?

 Copy

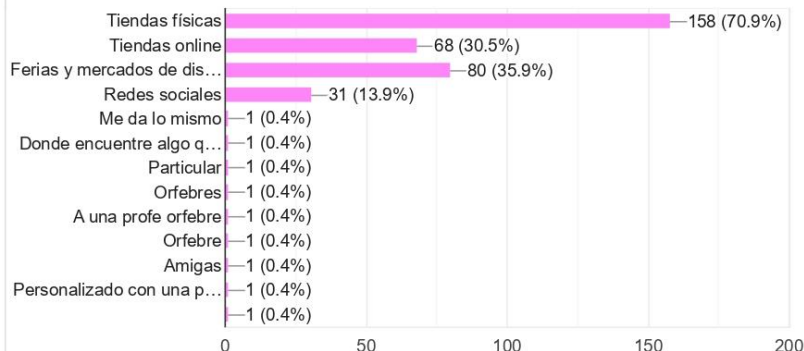
223 responses



¿Dónde prefieres comprar joyas? (Selecciona 1 o 2 alternativas)

Copy

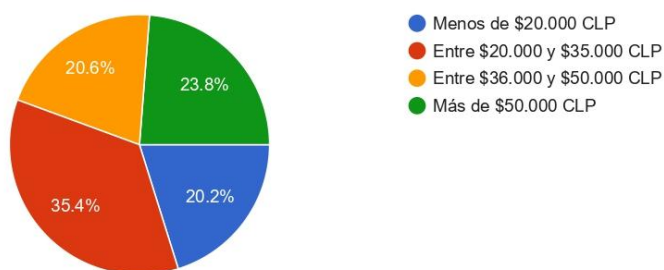
223 responses



¿Cuál es tu rango de gasto típico en una pieza de joyería?

Copy

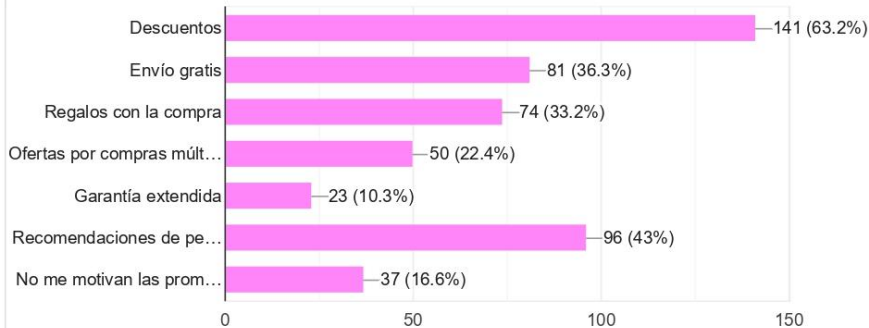
223 responses



¿Qué tipo de promociones o incentivos te motivan a realizar una compra de joyería? (Selecciona todas las que apliquen)

Copy

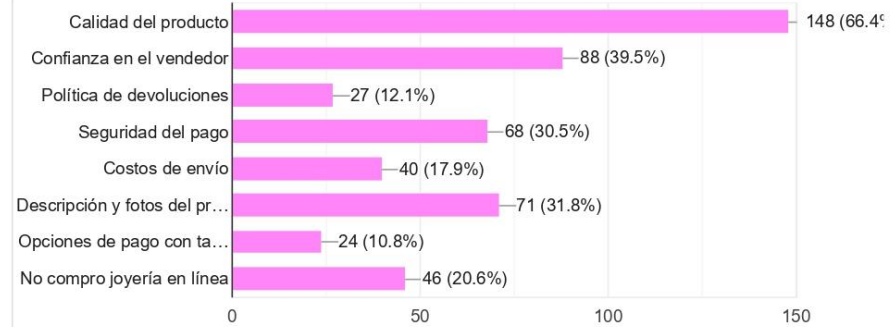
223 responses



¿Cuál es tu principal preocupación al comprar joyería en línea?
(Selecciona máximo 3 alternativas)

 Copy

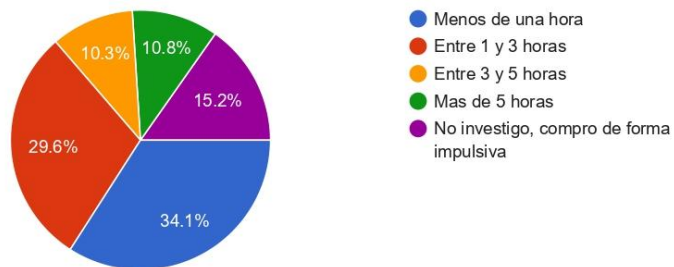
223 responses



En general ¿Cuánto tiempo dedicas a investigar y comparar opciones antes de tomar una decisión de compra de joyería?

 Copy

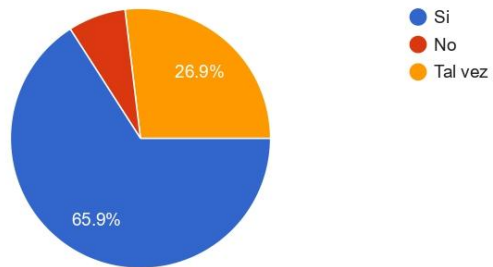
223 responses



¿Pagarías más por joyería que sea hecha a mano en lugar de joyería producida en masa?



223 responses



Si respondiste "tal vez" en la pregunta anterior: ¿De qué depende que pagues más por joyería que sea hecha a mano en lugar de joyería producida en masa?

60 responses

Diseño y calidad

De cuanto más es el precio

si es algo original, pero de buena calidad

Calidad de la pieza

Que me guste más que la otra

De q me guste

Si el producto es realmente original y vale la pena la diferencia

Calidad

Que las terminaciones sean perfectas

quizas la posibilidad de que sea personalizada (anillo de compromiso x ejemplo)

Diseño

Si me gusta la joya

Del costo principalmente. Si es mucho más cara, probablemente no la compraría

Diseño de la joya

De la calidad del acabado y de la pieza en general

Del diseño y piezas unicas

Del diseño, que me identifique

De tener la plata 😊 pero si la tengo y amo la joya sí.

Si es buena, bonita y comoda



Porque las joyas para mi no es una prioridad como la ropa

Que sea único

Que la joya me guste más que la de tienda

Del diseño y comodidad

Si me gusta, la atención, la calidad,

Dependiendo del precio

La relación precio calidad y belleza.

Del diseño

Por la originalidad de la pieza

Diseño, calidad de terminaciones y materiales

De la calidad

Depende del estilo de joya, generalmente a mano es mas artesanal

Si el diseño y los materiales lo ameritan

Del diseño y calidad del producto

Si es que me gustan los modelos hechos a mano

Exclusividad

De lo que esté buscando

Si me gusta la compraría por esa razón es tal vez

De si me gusta como se ve

Diseño originalidad exclusividad

Del monto, no pagaría más de un 20% de diferencia

Si realmente aporta originalidad pagaría más



Si me gusta o no

De la tendencia

Si es bonita o si tiene valor agregado

Si tiene un valor sentimental. Como la refacción de una joya familiar.

Originalidad.

De la calidad y diseño

De la exclusividad y diseño

De la calidad, diseño y valor

De la calidad y lo innovador del diseño.

Calidad y diseño

Del acabado, material y confianza quee dé quien vende

Personalización

Los materiales y calidad de fabricación.

De su confeccion y exclusividad

La pieza que voya comprar

personalización y diseños exclusivos que sean de mi interés

De la originalidad de la pieza y el costo de esta.

De la personalizacion y la pedreria

This content is neither created nor endorsed by Google. - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#).

Does this form look suspicious? [Report](#)

Google Forms



ANEXO 2. Carta Gantt

