



UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE UN
EMPRENDIMIENTO DIGITAL DEDICADO A LA
COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS PARA
CELULAR.**

Fernanda Valentina Méndez Muñoz
INGENIERÍA COMERCIAL
Diciembre 2024

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE UN
EMPRENDIMIENTO DIGITAL DEDICADO A LA
COMERCIALIZACIÓN DE ACCESORIOS PARA
CELULAR.**

Tesis presentada por

Fernanda Valentina Méndez Muñoz

Como requisito para optar al Título de

ÍNGENIERA COMERCIAL

Director de Tesis: **Manuel Ulloa E.**

Diciembre 2024

**TITULO DE TESIS: “ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE UN
EMPRESAMIENTO DIGITAL DEDICADO A LA COMERCIALIZACIÓN DE
ACCESORIOS PARA CELULAR”**

AUTOR: FERNANDA VALENTINA MÉNDEZ MUÑOZ

TRABAJO DE TESIS, presentando en cumplimiento parcial de los requisitos para el Título de Ingeniera Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María.

OBSERVACIONES: _____

COMISIÓN DE EXAMEN DE GRADO

-Manuel Ulloa E.
Director de Tesis

-Juan Tapia G.
Correferente

Valparaíso, Diciembre 2024

Todo el contenido, análisis, conclusiones y opiniones vertidas en este estudio son de mi exclusiva responsabilidad.

Nombre: FERNANDA VALENTINA
MÉNDEZ MUÑOZ

Fecha: 09 de Diciembre de 2024

AGRADECIMIENTOS

Primero que nada, quiero agradecer enormemente el apoyo brindado siempre por mi familia, sobre todo a mi abuela (lelita) y mi mamá, que desde el día uno confiaron plenamente en mí, son mi ejemplo a seguir, siempre que necesite algo de ellas estaban para mí incondicionalmente, al igual que toda mi familia, sin duda alguna sin ellos no sería la persona que soy hoy en día.

Mi lelita, gracias por estar cuando no estaba mamá y papá, gracias por aguantarme, quererme y enseñarme todos los valores que tengo hoy en día, sin duda eres la mejor abuela que puedo tener, mi orgullo, esto es por ti y para ti siempre, gracias por celebrar mis logros como los tuyos, eres mi amiga y confidente, la persona que confío plenamente, espero poder darte lo mejor, porque lo mereces.

Mis hermanos, la pieza fundamental de todo, los que me dan ganas siempre de seguir adelante para ser un buen ejemplo para ellos, mi isidori que llegó a vivir conmigo hace dos años, me ha enseñado bastantes cosas para poner en práctica en la vida, creo que, si existieran más personas en el mundo como ella, sería todo muy distinto, gracias hermana por todo. Siempre contarán con su hermana mayor, que por sobre todo, los cuidaré, amaré y protegeré, mi mayor ejemplo de amor y comprensión.

Mis amigos, gracias a los que formaron parte de esta travesía de mi vida, que sin pensarlo pasaron muy rápido estos cinco años. Todos se ganaron un pedacito de mi corazón. Cada vez que los necesite estuvieron ahí, algunos los conocí en el camino y otros también se fueron en el camino, pero cada uno me deja una lección y experiencia.

Agradezco en especial a mis primeras amigas, cami y feña, sin ustedes el primer año de universidad hubiera sido aún más difícil, pero con ustedes fue más ameno, lo disfrute tomando cafecitos y yendo a dormir a la biblioteca en las tardes de frío, gracias por su amistad.

Igualmente, la familia, mis amigos que llegaron en el camino, todo lo que me enseñaron y aprendí con ustedes creo que no lo olvidaré nunca, siempre estaré enormemente agradecida de que me incluyeran en su grupo, que me hicieran parte de él, los partidos en la u, las onces, los carretitos, los estudios, cuando nos juntábamos a chismear, todo eso y más siempre lo llevaré como los mejores recuerdos en mí, los quiero mucho.

A las personas que se fueron en el camino, mi tata y mi tía Jessica, sé que de donde estén, me mandan fuerzas para seguir adelante y no abandonar. Espero estén orgullosos de mí, los extraño mucho.

A mi Valentín, que llegó en el camino, siempre estaré agradecida por estar en mis días de estrés, tener que soportar mi mal carácter muchas veces cuando las cosas no salían como querían, a darme el aliento las veces que sentía que no podía, gracias por la paciencia, por estar, quererme y escucharme en este proceso tan importante de mi vida, te amo infinito.

Mi querida universidad, gracias por permitirme experimentar estos últimos cinco años, donde crecí, reí, disfruté, lloré y amé, tantas experiencias vividas y aprendidas, que sin duda alguna me las llevo por siempre en mi corazón. Fue una etapa muy linda de mi vida, que todo lo que pasé estos cinco años, todos los llantos, si valieron la pena.

RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación se realizó un estudio del Análisis de Mercado y Demanda en la compra de accesorios de celulares con el fin de la implementación de un emprendimiento. El objetivo principal es la formulación de una propuesta de negocio rentable, que busque satisfacer una necesidad de adquirir un producto que asegure el cuidado de los aparatos electrónicos de uso diario en el entorno.

El comercio de accesorios de celulares es continuo y va atado con la necesidad de tener un dispositivo móvil a la mano, es por esto, que en el presente informe se encontraran elementos claves para el análisis como sus objetivos específicos, los cuales se eligen con base en las necesidades superficialmente analizadas del mercado y el sector abordado, esta información es valiosa a la hora de tomar decisiones estratégicas en el ámbito de ventas y distribución de los productos.

En Chile en lo que va del año 2024 el dispositivo más demandado es la categoría de los Smartphone seguido cerca por los notebooks, mostrando importantes tasas de crecimiento, debido a la rápida renovación de modelos de dispositivos móviles, con mejores prestaciones, lo cual hacen que las personas quieran tener lo último disponible en el mercado, motivando a los consumidores a cambiar sus equipos rápidamente. Esto logra que el mercado de los accesorios de celulares se renueve de manera más rápida que antes.

La población chilena se encuentra cautivada y guiada por los impulsos comerciales de Smartphone, por ende, la renovación de dispositivos móviles establece un rango de cambios entre seis meses y un año, en consecuencia, el mercado de los accesorios de celular representa un 30% del mercado de los accesorios en general, presentando proyecciones favorables en un futuro.

ABSTRACT

In this research, a study of Market Analysis and Demand for purchasing cell phone accessories was conducted with the aim of implementing an entrepreneurial venture. The primary objective is to formulate a profitable business proposal that seeks to meet the need for acquiring a product that ensures the protection of electronic devices used daily in the environment.

The trade of cell phone accessories is continuous and closely tied to the need to have a mobile device at hand. Therefore, this report includes key elements for analysis, such as its specific objectives, which are selected based on the superficially analyzed needs of the market and the sector addressed. This information is valuable when making strategic decisions in the sales and distribution of products.

In Chile, as of 2024, the most in-demand devices are smartphones, followed closely by notebooks, showing significant growth rates. This trend is driven by the rapid renewal of mobile device models with better features, encouraging people to acquire the latest technology available in the market. This dynamic motivates consumers to upgrade their devices quickly, leading the cell phone accessories market to renew itself more rapidly than before.

The Chilean population is captivated and influenced by the commercial trends of smartphones. Consequently, the renewal of mobile devices occurs within a range of six months to a year. As a result, the cell phone accessories market represents 30% of the general accessories market, showing favorable projections for the future.

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS.....	10
ÍNDICE DE GRÁFICOS	10
INTRODUCCIÓN	11
ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO	12
OBJETIVOS.....	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	14
ALCANCE DEL ESTUDIO.....	15
ESTADO DEL ARTE	16
MARCO TEÓRICO DEL ESTADO DEL ARTE.....	16
PROPUESTA METODOLÓGICA	23
APLICACIÓN METODOLÓGICA	29
RESULTADOS.....	47
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	100
REFERENCIAS.....	102
BIBLIOGRAFIA	102
ANEXOS	104

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Frecuencia de compra.....	55
TABLA 2. Consolidado mensual.....	56
TABLA 3. Modelos de celular.....	59
TABLA 4. Modelos de iPhone.....	60
TABLA 5. Cantidades vendidas mensual.....	85
TABLA 6. Abastecimiento.....	86
TABLA 7. Costeo.....	92
TABLA 8. Costeo mensual.....	93
TABLA 9. Ingresos mensuales.....	95
TABLA 10. Flujo de caja.....	97

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Tiempo estimado de espera.....	52
GRÁFICOS 2. Rango de edad.....	54
GRÁFICO 3. Frecuencia de compra.....	54
GRÁFICO 4. Accesorios con más frecuencia.....	74

INTRODUCCIÓN

Al pasar el tiempo la industria tecnológica se ha incrementado exponencialmente debido a una mayor accesibilidad y diversidad en cuanto a fines de uso, dando nuevas oportunidades y avances en el mercado de accesorios de aparatos, especialmente cuando se lanzó el primer aparato celular (17 Octubre de 1973), siendo esto una de las mejores invenciones, convirtiéndose en un producto necesario e indispensable en la vida cotidiana, es por esto que 26 años después parte también el mercado de los accesorios de celular el 6 de Febrero de 1999, fue el primer modelo que dio la oportunidad de cambiar la carcasa del teléfono creado por la empresa Nokia, así empezó poco a poco el proceso de estilización de las fundas para teléfonos móviles.

La comercialización de celulares se ha convertido en una de las mayores industrias del mundo, asimismo estos productos son propensos a tener daños e inconsistencias por uso, por ende, mantener el aparato protegido para daños, golpes o caídas le pueden dar más durabilidad al artículo.

El proyecto consiste en la idea de realizar estudio de prefactibilidad de un emprendimiento, el cual nace desde la oportunidad de implementar un negocio rentable, pensando cual sería el mejor rubro para poder iniciar, cual está siendo actualmente un mercado potencial para abarcar, es por esto que el presente informe mostrará los objetivos en los cuales se basó la investigación y a lo que se quería llegar con los resultados obtenidos.

El negocio de los accesorios de celular es un importante mercado potencial que está en constante crecimiento, por lo que existe un interés en hacer una investigación y análisis para validar estos supuestos, determinar cuáles son los gustos del cliente final, examinar las preferencias de marcas mayoritarias en el mercado, entre otros.

Este mercado resulta un negocio con más factibilidad a la hora de emprender debido a que los diseños de alta gama generan más ganancias y esto hace que el mercado se potencialice.

ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO

Los primeros en usar teléfonos móviles fueron empresarios, ejecutivos y personas de alto poder adquisitivo, principalmente porque el desarrollo socioeconómico de las empresas depende de una comunicación y contacto efectivo con proveedores, clientes, empleados, gobierno y organismos reguladores.

La comercialización de estos accesorios inicia a partir de la necesidad de tener un dispositivo móvil a la mano, gracias al rápido crecimiento de la industria tecnológica estos accesorios se han vuelto indispensable en el uso diario, tomando grandes posiciones en la sociedad, siendo indispensable para las acciones empresariales y cotidianas.

Hacia 1984, la compañía Nokia logro vender 900.000 teléfonos, cantidad que se estaba pensado alcanzar recién en el año 2000.

En el año 2012 comenzaron a fabricar y salir a la venta funda de celulares que resistían a martillazos, los productos fueron lanzados en la feria móvil que se desarrolla en Barcelona con el fin de proteger el celular y mejorar el rendimiento de los Smartphone.

Hoy la tecnología de aparatos tiene cambios constantes en sus productos, dando mejorías cada día, lo cual genera una gran oportunidad en el mercado de los accesorios. La inquietud nace a partir del excesivo crecimiento en el uso de celulares de alta gama, Apple Watch, iPad, entre otros.

“En Chile en la actualidad el negocio de los accesorios para dispositivos móviles representa un 30% del mercado de accesorios en general, pero en el mediano

plazo tiene una proyección de representar el 50% o 60% recalcan los expertos” (News, 2024)

Todo indica que el mercado de accesorios de celulares esta y continuará estando en fuerte crecimiento, en Chile a la fecha el número de dispositivos móviles conectados es de 28.84 millones, lo que supone que hay más de un aparato celular por persona en promedio, lo cual genera una gran demanda en servicios anexos como lo son los accesorios para celular.

La inquietud se origina a partir del explosivo crecimiento en el uso de celulares inteligentes que se ha producido en los últimos años. La implementación de este emprendimiento es una gran oportunidad por el potencial que tiene este mercado, lo que es muy probable que no esté siendo aprovechado de buena manera, por lo que la implementación de este negocio es rentable, asimismo se hará el estudio para validar estos supuestos, pulir la idea de negocio y terminar diseñando un plan de negocios para la futura implementación del desarrollo de una empresa.

Por otro lado, integrar cada vez más elementos que le brinden al usuario una experiencia de uso óptima sin importar si se emplea el aparato para asuntos laborales o entretenimiento.

El consumidor de un equipo móvil lo primero que piensa después de comprar su celular es protegerlo de golpes, un diseño adecuado a su personalidad de materiales como cuero, silicona, goma o el que más grosos tenga para darle el cuidado respectivo, en consecuencia este estudio mirará el comportamiento de la sociedad en la compra del cliente y la venta del negociador para ver cuáles son los requerimientos de las personas y de allí se buscaran las estrategias más adecuadas para la implementación del emprendimiento.

OBJETIVOS

Objetivo General

Proponer un estudio de prefactibilidad de un emprendimiento digital dedicado a la comercialización de productos tecnológicos y accesorios para aparatos, principalmente accesorios para teléfonos móviles.

Objetivos Específicos

- ✓ Análisis de mercado y demanda actual en el comportamiento de la compra y venta de accesorios para Smartphone
- ✓ Determinar la preferencia de los clientes finales estudiando el favoritismo de las marcas potenciales en el mercado, igualmente identificar los precios del mercado.
- ✓ Elaborar un plan de Marketing donde se especifiquen en primer lugar el mix de productos/servicios que se ofrecerán, con todas sus características y que permita un buen posicionamiento a través de los canales más atractivos.
- ✓ Elaborar un plan de operaciones que permita el funcionamiento deseado acorde a las necesidades.
- ✓ Realizar estudios financieros para la viabilidad del emprendimiento, garantizando la rentabilidad y sostenibilidad financiera.
- ✓ Concluir en cuanto a la factibilidad y rentabilidad de la realización del emprendimiento.

ALCANCE DEL ESTUDIO

El estudio se realizará de manera online en el país, especialmente en la región de Valparaíso, apoyado de investigaciones anteriores realizadas a nivel regional y nacional. Los alcances del proyecto llegan hasta el punto en que se deba conseguir el financiamiento para la ejecución de la de un negocio factible.

El proceso del estudio de prefactibilidad de la creación de una pyme se ira realizando paso a paso buscando definir detalladamente el negocio, así como los pasos necesarios para su creación y los recursos necesarios que se utilizarán.

En primer lugar, con la búsqueda de información, con la cual se extraerán diferentes antecedentes importantes y se investigará en profundidad todos los aspectos relacionados a la creación de una pyme para conocer la situación actual del mercado.

En segundo lugar, con un estudio de mercado, en donde se realizará la determinación del mercado objetivo en el cual trabajar, asimismo se realizará un estudio en la demanda de los accesorios, conociendo los gustos de cada persona, buscando el producto ideal e indagar los costos que busca el futuro cliente.

En tercer lugar, diseñar el plan de operaciones para poner en marcha la clasificación de proveedores y productos a comercializar, con un estudio financiero con el dinero necesario para la financiación del proyecto.

En cuarto lugar, se desarrollarán estrategias de comunicación, marketing y comercialización para asegurar su posibilidad en el mercado.

Por último, se realizará un plan financiero, para ir estructurando los posibles costos y las inversiones necesarias que se requerirán y concluir en cuanto a la conveniencia o no de su creación.

ESTADO DEL ARTE

MARCO TEÓRICO DEL ESTADO DEL ARTE

Accesorios

Los accesorios son herramientas o dispositivos que pueden complementar o ser necesarios para los aspectos superficiales como a su vez también internos de diferentes objetos, generalmente no son necesarios para el funcionamiento libre de los aparatos, pero sí para su mejoramiento sea en sus funciones básicas o especializadas, dándole un mayor alcance a su desempeño.

Los accesorios pueden agregar funcionalidad estándar que el dispositivo principal no tiene y, en muchos casos, los accesorios pueden mejorar la experiencia del usuario al facilitar tareas específicas o brindar opciones de uso adicionales. Esto puede hacer que el dispositivo sea más fácil de usar o más versátil. Los accesorios te permiten personalizar y diferenciar el dispositivo, haciéndolo único para el usuario. Esto puede ser estéticamente agradable o funcionalmente personalizado según las necesidades individuales.

Teléfono Celular

Se le define como teléfono celular a aparatos diseñados para la telecomunicación interpersonal por medio de un artefacto electrónico que utiliza ondas inalámbricas para recibir y enviar llamadas principalmente, entre estos mismo o hacia teléfonos de cable terrestre convencionales. No obstante, estos artefactos cambiaron enormemente con el paso del tiempo, incorporando nuevas funcionalidades, aumentando la autonomía y finalmente siendo cada vez más portables, se han transformado en verdaderas piezas de tecnología avanzada.

El teléfono es un objeto que nos acompaña siempre en la comunicación haciendo mucho más fácil la comunicación, ha ido tomando diferentes formas a lo largo de su historia, ha ido reduciendo su tamaño e incluso se ha hecho portátil (celular) y la forma de llamar ahora es más fácil. Es una herramienta primaria multifuncional

que impactan profundamente en la forma de vivir para la comunicación, llamadas, mensajes de textos y aplicaciones de mensajerías instantánea, además permite reproducir música, jugar juegos, leer libros electrónicos, ver videos, entre otros.

Smartphone

Son teléfonos inteligentes de la línea de celulares, es decir, inalámbricos, que por medio de desarrollos tecnológicos usando dispositivos de hardware como memorias, procesador, pantalla táctil, cámara, micrófono y batería entre otros; y softwares, que por medio de funciones aritméticas en un lenguaje de ceros y unos, son capaces de transmitir y transformar información de muchos ámbitos más allá de las simples llamadas telefónica, funciones como: multimedia de imágenes, audio, video y edición entre muchos otros.

iPhone

Es una línea de teléfonos inteligentes de alta gama diseñada y comercializada por Apple Inc desde el año 2007, ejecuta el sistema operativo móvil iOS, conocido hasta mediados del 2010 como "iPhone OS"

Tecnología

La tecnología es uno de los cuatro factores fundamentales de la producción, junto con el capital, la tierra y el trabajo, utilizada para satisfacer necesidades humanas, resolver problemas y mejorar la calidad de vida.

Investigación

Acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. Igualmente permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.

Innovación

Innovación es un término muchas veces mal utilizado y mal entendido, cuando en realidad es un proceso de mejorar o reinventar algo que ya existe, ya sea para cumplir una tarea, satisfacer una necesidad, por necesidad o por un sinnúmero de razones.

Complementos

Todo aquel elemento, objeto, individuo o fenómeno que se caracteriza por unirse a otro elemento para complementarlo y, en lo posible, mejorarlo, es la acción de llenar aquel espacio vacío o mejorar aquello que no está aún del todo completo.

Estética

Disciplina dedicada a la rama de filosofía que se dedica a estudiar y analizar el arte y su relación con la belleza. En accesorios de celular, la estética se refiere al diseño y la apariencia visual que se utilizan con los teléfonos móviles. Incluye elementos como el estilo general, los materiales utilizados, color y textura del accesorio. Los accesorios con estética complementan el diseño del dispositivo principal, lo que refleja el estilo personal del usuario, estos van desde fundas con diseños divertidos y elegantes hasta audífonos o cables con colores o materiales llamativos que transmiten una sensación de lujo o modernidad.

Instagram

Es una red social principalmente visual, donde un usuario puede publicar fotos y videos de corta duración, aplicarles efectos y también interactuar con las publicaciones de otras personas, a través de comentarios y me gusta. Asimismo un usuario puede seguir a otro para poder acompañar sus publicaciones y sus actividades dentro de la red, el número de seguidores, incluso, contribuye a la visibilidad del perfil, también se encuentran los #hashtags, que sirven como buscadores de publicaciones y, si tienes una página para tu marca, ayudan a la hora de segmentar tu audiencia.

Facebook

Es una red social que más usuarios tiene en el mundo, fue creada para poder mantener en contacto a personas y que estos pudieran compartir y ver información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares, es uno de los canales más conocidos, se pueden registrar todo tipo de usuarios, personas físicas, empresas o grandes marcas para estar en contacto unas con otras y así poder compartir contenido. A tenido un gran proceso de

evolución en la plataforma, se ha visto que no solo puedes compartir una imagen o un video, ahora se puede compartir un sentimiento, una emoción, decir donde están mediante su localización o que música están escuchando.

Página Web

Una página web es un documento electrónico diseñado para mostrarse en un navegador web en Internet. Es una colección de información digital que puede incluir imágenes, textos, videos, enlaces a otros documentos o páginas web y otros elementos multimedia. Los sitios web son primordiales en el mundo digital actual, ya que permiten a personas, empresas y organizaciones compartir de forma rápida y eficiente información, servicios y experiencias con usuarios de todo el mundo.

Productos Electrónicos

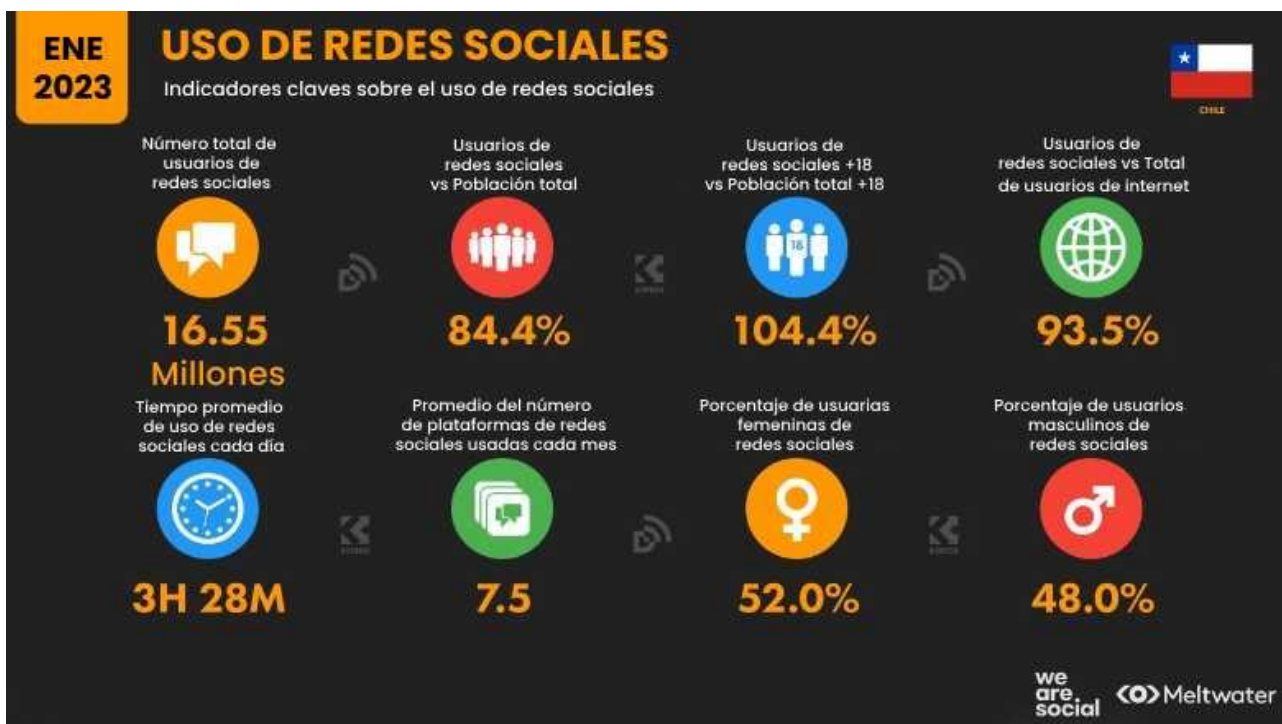
Los productos electrónicos son aparatos o dispositivos que funcionan manipulando la corriente eléctrica y generando señales eléctricas. Estos productos son una parte importante de la vida diaria y se utilizan en muchos aspectos de la vida cotidiana desde el entretenimiento hasta la comunicación. Estos aparatos van desde dispositivos simples como relojes digitales, calculadoras hasta dispositivos más complejos como electrodomésticos, televisores, computadores, teléfonos móviles y sistema de audio y video. Con el avance de la tecnología, los productos electrónicos han logrado un desarrollo significativo en funcionalidad, rendimiento y conectividad, influyendo en muchos aspectos de la vida moderna.

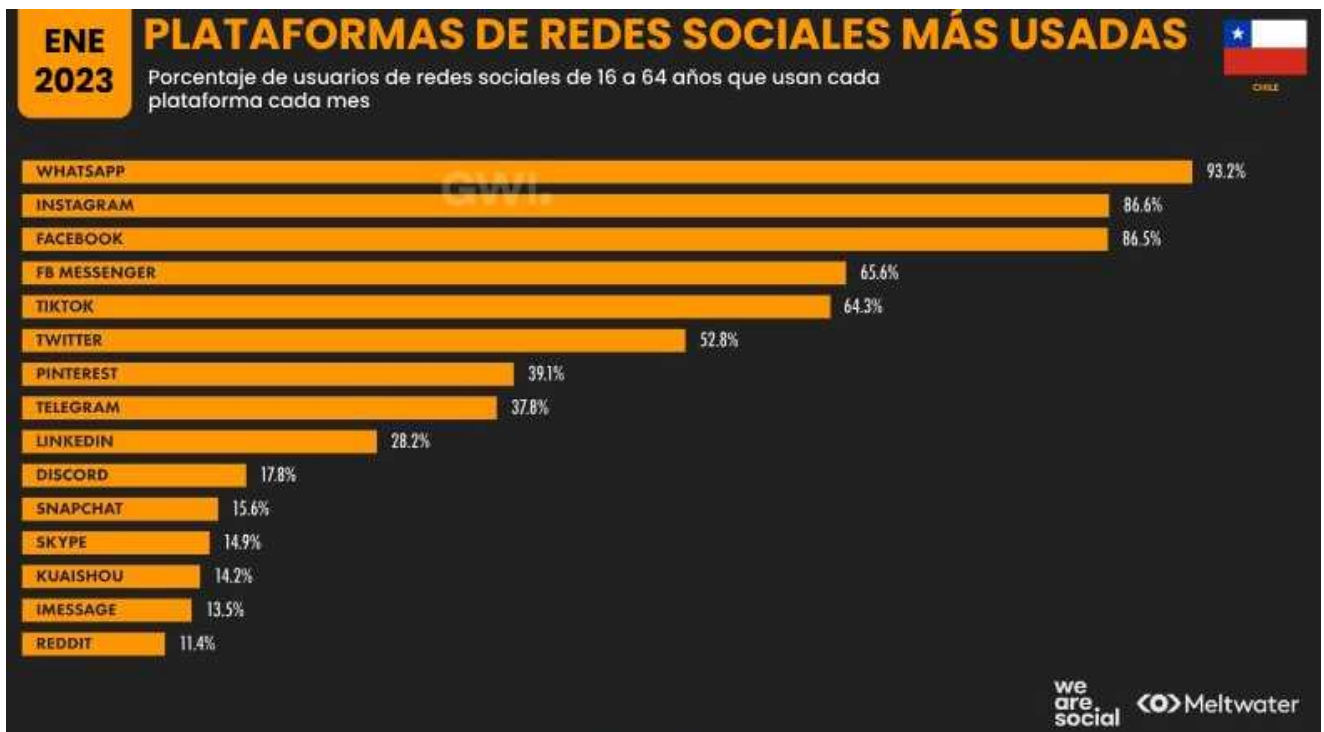
Industria Tecnológica

Sirve para las empresas para hacer de sus operaciones manufactureras actividades más productivas y eficientes, ofreciendo soluciones mecánicas y de logística mediante implementos industriales adaptados a las necesidades de las empresas y a los procesos de manufactura y distribución de los productos.

Redes Sociales

Son estructuras formadas en Internet por individuos u organizaciones conectadas por intereses o valores comunes. A través de ellos se pueden establecer relaciones rápidamente entre personas o empresas, sin jerarquías ni restricciones físicas. Son un papel fundamental en el éxito de los emprendimientos, puesto a que, permite que alcancen una audiencia global de manera instantánea y a bajo costo, es crucial para los nuevos negocios que buscan posicionarse en el mercado. De igual manera proporciona herramientas poderosas para el marketing digital, lo que permite a los emprendedores promocionar sus productos o servicios de manera dirigida y efectiva.





Accesorios de celular

Con base en los antecedentes anteriores, podemos decir que los accesorios para teléfonos inteligentes con nuevas tecnologías son innovadores según su funcionalidad y contribuyen o complementan la mejora del dispositivo. Como todos sabemos, el diseño de los teléfonos inteligentes con pantalla táctil fue creado por IBM en 1994, sin embargo, después de un tiempo, salió el primer iPhone 1 el 18 de Mayo de 2007. Pasando el tiempo a medida que los teléfonos móviles se volvieron tecnológicamente avanzados y populares, surgieron más tipos de accesorios para mejorar la experiencia de las personas y proteger sus dispositivos. El mercado de accesorios para teléfonos móviles ha crecido significativamente, ofreciendo una amplia gama de opciones desde accesorios básicos hasta productos de alta gama. Esto crea oportunidades para los fabricantes de teléfonos y terceros que se especializan en accesorios.

Telefonía en Chile

En Chile, el uso y la comercialización de la telefonía móvil comenzaron en 1989, en plena transición a la democracia, siendo controlada inicialmente por la empresa Entel. Luego se inició un proceso de privatización que generó la creación de

nuevas compañías telefónicas, lo que produjo la desincorporación de Entel y la entrada de empresas privadas como Movistar y Claro. La telefonía en Chile ha aumentado considerablemente desde sus inicios, pasando de un monopolio estatal a un mercado competitivo con múltiples operadores y tecnologías avanzadas. Los principales operadores móviles en Chile son Entel y Claro (propiedad de América Móvil) y Movistar (propiedad de Telefónica).

Chile ha adoptado ampliamente tecnologías de comunicación avanzadas, como 4G, LTE y 5G. La expansión de estas redes ha mejorado notablemente la velocidad y calidad de las conexiones móviles en el país.

En la actualidad los teléfonos móviles superan el 35% de los habitantes del país.

Antecedentes del teléfono celular

De acuerdo a la opinión de los expertos, los pioneros en el ámbito de la telefonía móvil para uso civil comenzaron a transitar su camino de desarrollo en la década de los 40, cuando en EE.UU, se vislumbraron las grandes ventajas que podían llegar a reportar el uso de este tipo de tecnología en la vida cotidiana de los ciudadanos.

No hay duda de que en los últimos años, los teléfonos móviles se han convertido en una de las tecnologías más utilizadas cada día por millones de personas en todo el mundo. Casi tres décadas de desarrollo continuo en las comunicaciones personales móviles han hecho de este dispositivo una parte fundamental de su desarrollo.

Razones para el consumo de accesorios de celular

Para proteger su integridad contra daños, caídas, rayones o golpes, mejora de la experiencia de usuario, o moda y tendencia, donde ciertos tipos de accesorios se vuelven populares debido a su aspecto estilizado o características específicas.

Los continuos avances tecnológicos y las nuevas tendencias en accesorios pueden impulsar a los usuarios a comprar productos que mejoren o complementen la funcionalidad de sus teléfonos.

Competencia del mercado de venta de accesorios para celulares

A medida que los fabricantes de teléfonos lanzan nuevos modelos con funciones y diseños avanzados, los consumidores buscan accesorios compatibles para maximizar el potencial de sus dispositivos. La expansión del mercado está impulsada por la demanda de accesorios en línea con los últimos lanzamientos de teléfonos inteligentes.

PROPUESTA METODOLÓGICA

La presente investigación busca analizar el mercado y la demanda en la compra de accesorios para celular para la implementación de un emprendimiento, para abordar los objetivos propuestos de este análisis en primer lugar:

- 1. Investigación de mercado:** Reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemáticas los datos importantes para ir conociendo el mercado que se está enfrentando, identificando todos los posibles clientes, así empezando a operar en un mercado objetivo, para esto se utilizará el modelo de las 5 Fuerzas de Porter.
 - **Poder de negociación con los clientes:** Este análisis nos permite formular estrategias destinadas a reducir su poder de negociación, y así captar un mayor número de clientes u obtener una mayor lealtad de éstos.
 - **Poder de negociación de los proveedores:** La capacidad de negociar con los proveedores se considera generalmente alta, ya sea por su grado de concentración, por las características de insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc. Este análisis nos permite formular estrategias

destinadas a reducir su poder de negociación, y así lograr mejores condiciones o un mayor control sobre ellos.

- **Amenazas de nuevos competidores:** Analizar la amenaza de entrada de nuevos competidores nos permite estar atentos a su ingreso, y así formular estrategias que nos permitan fortalecer las barreras de entradas, o hacer frente a los competidores que llegan a entrar.
- **Amenazas de productos sustitutos:** La presencia de productos sustitutos suele establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto (un precio mayor a este límite podría hacer que los consumidores opten por el producto sustituto). Es por esto que plantear estrategias destinadas a impedir el ingreso de empresas que produzcan o vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.
- **Rivalidad entre los competidores:** Este viene siendo el resultado de las 4 anteriores. El análisis nos permite comparar las ventajas competitivas de la empresa con la de otra empresa rivales, y así formular estrategias que nos permitan superarlas.

2. Análisis de la competencia: Es esencial el estudio de los actuales actores del mercado para conocer cuántas empresas hay en el rubro, que ofrecen, a que precios, a qué tipo de clientes atienden, sus fortalezas y debilidades para averiguar cómo les va. Para este estudio se realizará el método de Benchmarking.

- **Benchmarking:** Permite identificar sus prácticas, los puntos débiles en cuanto a servicio, procesos y estrategias que tienen las empresas relacionadas al mercado de accesorios de celular, para luego tomar acciones y que el emprendimiento sea más competitivo.

- 3. Determinación del mercado de celulares en Chile:** Identificar cuantos celulares inteligentes están en circulación en el mercado existente, buscar datos relevantes como crecimiento en ventas anuales, tipos de uso, favoritismo en algún dispositivo, entre otros. La recopilación de estos datos es con el fin de ir acotando e identificando el mercado objetivo que se quiere satisfacer.
- 4. Búsqueda de proveedores:** Este será de manera online, ya sea buscando recomendaciones por comentarios que dejan las personas ya sean en Marketplace en Facebook, en Mercado libre, Shein, Aliexpress, Shoope. Igualmente viendo el tiempo de espera en que lleguen los productos, cual conviene más en costos, tiempo y calidad.
- 5. Análisis de la demanda en la compra de accesorios para celular:** En lo referente al estudio a la demanda, se determinará a quien está dirigido el producto, dimensionar su tamaño, así como las características generales del consumidor esperado. Además, la información aportada ayuda a definir las marcas de smartphones predominantes en el entorno, así como el tipo de accesorios mayormente usados por los usuarios, para definir el rumbo de la estrategia que se desee implementar. Se aplicarán instrumentos como encuestas, con las que se determinen desde la demanda hasta la preferencia de los consumidores.
- 6. Selección de información del cliente:** Reconocer los gustos y favoritismo de cada persona, creando un perfil de cliente ideal, diferenciándolo según el volumen de sus comprar, la frecuencia o su grado de influencia, esto servirá para establecer prioridades en los accesorios en los que hay que focalizarse para ofrecer al cliente.
- 7. Plan de Marketing:** El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. Generar un plan de Marketing estratégico que busque crear

una imagen de marca y lograr el posicionamiento deseado en el futuro, cual es la imagen que se quiere lograr como empresa. Esto va de la mano con el plan de Marketing Táctico, en el cual se utilizan las clásicas 4 “P” del marketing, donde se definen las necesidades del cliente para lograr entregar el servicio de la mejor manera posible.

- **Producto:** Este punto es esencial para el emprendimiento, todas las acciones del marketing giran alrededor de este, puesto a que es como se presentará al mercado. Tiene como objetivo definir principales productos y servicios que se entregaran al cliente para satisfacer sus necesidades. En esta parte se presentará el catálogo inicial de productos, especificando sus características y ventajas. Se definirán los principales diseños, colores y marcas a comercializar.
- **Precio:** El precio de comercialización debe ser el adecuado para el producto, ya que un precio poco acertado disminuye las oportunidades de venta y beneficios del negocio. Este precio va a depender de las cotizaciones que se realicen con los proveedores, luego en la serie de costos en que se deberá incurrir más el margen que se desea obtener, siempre y cuando comparando los otros precios de la competencia, para ofrecer un precio competitivo del producto.
- **Plaza:** Se definió donde se comercializará el producto y sus distintas formas de distribución, como en que redes sociales está el público, almacenamiento y transporte, gastos de envíos en caso de que sea a regiones, entre otros.
- **Promoción:** Se realizan acciones para dar a conocer el producto y para poder llegar al público objetivo. Las redes sociales son hoy un buen medio de promoción, sin tener un alto presupuesto. Para esto debemos llegar abarcar algunos puntos. ¿Cuál es nuestro público

potencial?, ¿Cómo se promociona nuestra competencia?, ¿Qué estrategias del marketing se utilizarán?

8. Plan de operaciones: En esta sección se define la manera en que se hará funcionar el negocio propiamente tal.

i) Abastecimiento: Contacto directo con proveedores, garantizando transacciones financieras seguras, conocer los costos, tiempos de espera, por donde realizan los envíos, entre otros. Asimismo, definir los procesos que se utilizaran para el abastecimiento: ¿Cuánto pedir?, ¿Cada cuánto pedir?, ¿Cómo será el proceso de importación?, ¿Dónde guardar?, ¿Cómo se controlará el inventario? Etc.

ii) Servicio al cliente: Abordar la manera en la que se tratará al cliente, es decir, en la entrega de los productos, post venta y el trato después de realizada la compra si es que llegasen a presentar alguna inquietud.

iii) Garantía: Cuáles serán las políticas de devolución, como se asumirá el costo cuando un accesorio venga en malas condiciones y todos los temas relacionados con pagos seguros

iv) Temas varios: Son relacionados con la página web, implementación de medios de pago, costos de cómo serán entregados los productos y en que, entre otros.

9. Plan Financiero

El estudio financiero busca dar una idea de cómo estarán estructurados los principales costos y las inversiones necesarias que se tendrá que realizar al momento de implementar la empresa, determinando su rentabilidad y concluir en cuanto a la conveniencia o no de su posterior implementación, basados en los datos obtenidos previamente (Estudio Técnico) por lo que dichos datos deben haber sido recopilados de forma objetiva y confiable,

para que la información que se refleje en el estudio financiero sea lo más ajustada a la realidad. Es por esto que este punto final se centró en analizar los siguientes puntos:

- I. **Determinación de los costos:** Estudio de todos los costos asociados a la inversión inicial ya sea en plan de operaciones, marketing y en todo lo requerido para la viabilidad del emprendimiento.
- II. **Determinación de los gastos:** Investigación para presupuestos para promocionar al emprendimiento a través de diferentes canales, gastos en transporte en ir a dejar los pedidos a los puntos de entrega, posibles sueldos, asesorías y capacitaciones que ayuden a potenciar el negocio.
- III. **Determinación de los ingresos:** En esta parte se tomará en cuenta toda la información recabada en la investigación de mercado en cuanto al público objetivo, más la información del mercado de celulares en Chile y las posibles metas que se pretenden alcanzar.
- IV. **Elaboración de flujo de caja:** Viene siendo para ver las principales variables que influyen en la rentabilidad del emprendimiento.
- V. **Conclusiones en cuanto a la conveniencia de implementación:** Se resumen los posibles escenarios que se obtengan, detallando los niveles de riesgo que se puedan alcanzar y la conveniencia o no de realizar este emprendimiento.

APLICACIÓN METODOLÓGICA

1) Investigación de mercado

El estudio de mercado es un factor categórico en el alcance de las metas de una empresa, por lo cual es importante comprender el entorno y tamaño del mercado en el que operara el negocio, para evaluar el potencial y el atractivo de este. Para conocer el análisis de esto se decidió utilizar las 5 fuerzas de Porter:

- **Poder de negociación de los clientes**

Debido a que en el mercado de accesorios para dispositivos móviles existe una gran oferta y variedad de productos, el poder de negociación de los clientes es alto, para esto se analizó variables como la diferenciación de productos, los volúmenes de compra en los clientes, las marcas favoritas, productos sustitutos, facilidad en cambiar de Smartphone y otras variables.

Estos productos no sólo están sujetos a la caducidad y evolución de los dispositivos para los que fueron creados, sino que tienen una vida útil limitada y tienden a cambiar según las preferencias de diseño del usuario. Todo esto colabora a la negociación de los clientes quienes buscan un producto cada vez más personalizado, exigiendo calidad, innovación y precios accesibles. Mientras mayor sea el poder de diferenciación de la marca y la calidad con respecto a los demás productos en el mercado, se encontrarán mayores posibilidades de negociación. Asimismo, se crearon estrategias para la fidelidad de los clientes potenciales las cuales son: Aumentar la comunicación con el cliente, ofrecer mayores y mejores garantías, aumentar las promociones de venta, ofrecer mayores servicios de postventa.

- **Poder de negociación de los proveedores**

El mercado de Smartphone son productos completamente estándar en todo el mundo esto es, que son exactamente los mismos equipos que se venden en Chile o en China, lo cual hace que los accesorios sean los mismos en todas partes, a no ser que sean productos personalizados para cada cliente. Por este motivo existen muchas empresas que comercializan accesorios para las distintas marcas de Smartphones del mercado, debido a que son productos que se pueden comercializar prácticamente en todo el mundo. Al ser productos tan estandarizados y con tan bajo nivel de diferenciación los distintos proveedores que existen no tienen muchas más opciones, además de competir entre ellos en precios, por lo que el poder de negociación de los proveedores es calificado como bajo.

Este estudio permitió generar estrategias destinadas a reducir su poder de negociación y así lograr mejores condiciones o un mayor control sobre ellos como por ejemplo, adquirir a los proveedores, Realizar alianzas estratégicas con los proveedores que permitan, reducir los costos de ambas partes.

- **Amenazas de nuevos competidores**

Este negocio no requiere de una gran inversión más que lo que significa crear un emprendimiento online. El acceso a los accesorios es fácil puesto a la gran cantidad de proveedores y medios de comercialización existentes.

El acceso a los clientes se facilita debido al alto crecimiento en el mercado de Smartphones, es por esto que hacer un análisis de entrada de nuevos competidores permite estar atentos a su ingreso, y así poder idear estrategias que permitan fortalecer las barreras de entrada o hacer frente a los competidores que llegan a entrar.

Algunas estrategias que se utilizaron fueron: Aumentar la publicidad, reducir los precios, ofrecer mejores condiciones de ventas, por ejemplo,

ofrecer un mayor financiamiento o extender las garantías, aumentar los canales de venta.

De todas formas la amenaza de nuevos competidores es media-alta, tal que, como se ha visto en el mercado durante los últimos años.

- **Amenazas de productos sustitutos.**

La amenaza de productos o servicios sustitutos es la amenaza de sustituir un producto o servicio posicionado en el mercado que satisface o cubre las mismas necesidades de todos, es por esto que se considera con un poder medio. Con esto se pudo establecer un límite de precios a cobrar por los productos y asimismo formular estrategias destinadas a competir con el ingreso de empresas que produzcan o quieran vender estos productos, las cuales fueron:

Aumentar las promociones de venta, Aumentar la calidad y marca de los productos, aumentar la publicidad, reducir los precios algunas semanas y por ultimo aumentar los canales de venta.

- **Rivalidad entre los competidores**

La rivalidad entre competidores tiende a intensificarse principalmente a medida que éstos aumentan en número y se van equiparando en tamaño y capacidad. Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores

La rivalidad determina la rentabilidad de una empresa, cuanto menos competencia tenga una industria, más rentable será en general y viceversa. La rivalidad en si entre este mercado no es tan alta, basta con observar las altas diferencias de precios para darse cuenta, esto se debe principalmente a otras variables como las bajas barreras de salida, las altísimas tasas de crecimiento de la industria y la diversidad de tipos y tamaños de los competidores, todas variables que terminan relajando de alguna forma la presión por competir y por lo tanto reduciendo finalmente la rivalidad. Por las razones recién mencionadas, la

intensidad de rivalidad entre competidores es considerada una fuerza baja.

Este análisis permitió comparar ventajas competitivas con las de otras empresas rivales, formulando estrategias para superarlas las cuales fueron: dotar de nuevas características a los productos, brindar nuevos servicios, aumentar la publicidad, aumentar las promociones de venta.

- **Conclusiones del análisis de Porter**

El rendimiento de una empresa está establecido por su entorno, el cual está ligado completamente en las estrategias a utilizar y por tanto en el resultado. A partir del estudio realizado en las 5 fuerzas de Porter se realizó un análisis final concluyendo que el atractivo de esta industria (en cuanto a su entorno, no a sus números) es más bien de carácter intermedio-alto. Es un mercado de gran tamaño, pero no es una industria fácil para ganarse la participación dentro de este y mantenerlo captivo, debido a la variedad de competidores que existen en la actualidad, es importante buscar aspectos que permitan otorgar diferenciación al servicio que se entrega, de manera de hacerlo menos imitable.

Es un mercado muy variado y amplio con una rivalidad entre los distintos actores relativamente baja debido a los distintos segmentos que abarcan, con bajo poder de negociación de los proveedores el cual permite ir desarrollando estrategias destinadas a lograr mejores acuerdos. Como se analiza más adelante los principales beneficios y ventajas del negocio vienen por parte del mercado y su crecimiento explosivo.

2) Análisis de la competencia

El mercado de accesorios para teléfonos móviles de Chile es generalmente bastante diverso, con una amplia gama de productos que incluyen fundas para teléfonos, protectores de pantalla, cargadores, audífonos, baterías externas, etc. Los accesorios para teléfonos móviles se pueden encontrar en una variedad de comercios, desde tiendas especializadas en electrónica hasta grandes cadenas minoristas, tiendas online y mercados informales. La competencia en el mercado chileno puede ser feroz, con una variedad de empresas locales y globales compitiendo por la atención de los consumidores. Las marcas de renombre internacional, así como las empresas locales, pueden ofrecer a los consumidores una amplia gama de opciones. Los consumidores chilenos también compran accesorios a través de plataformas de comercio electrónico como Mercado Libre y Linio, así como tiendas online de retail grandes como Falabella y Ripley. En cuanto a los precios pueden variar según la marca, la calidad y el tipo de productos, el cliente chileno muchas veces suele ser sensible a los precios, por lo cual algunas marcas pueden competir en función de ofrecer productos de calidad a precios competitivos. La calidad del servicio al cliente y las políticas de garantía y devolución igualmente juegan un rol relevante en las decisiones de compra de los consumidores. La rápida adopción de nuevas tecnologías y tendencias en accesorios para teléfonos móviles por parte de los chilenos, y la continua innovación de tecnología y diseño, han impulsado el lanzamiento de nuevos productos y tendencias en el mercado chileno de accesorios para teléfonos móviles.

Competidores:

- **Casesiphone_stgo:** Es un emprendimiento digital dedicado a la comercialización de todo tipo de accesorios para celular, ya sean carcasas de diseños variados, láminas de vidrio, cargadores, audífonos

normales e inalámbricos, Smart watch, fundas para AirPods, protectores de cámara, protectores de cable, entre otros.

Primeramente, este emprendimiento fue creado en junio del año 2015, el cual cuenta con más de 9 años en el rubro de los accesorios de celular, pero ellos no iniciaron vendiendo solo fundas de celular,

paralelamente en el Instagram subían fotos de ropa que igualmente vendían y en el año 2017 se empezaron a enfocar más a fondo en los accesorios de celular. Este emprendimiento cuenta con más de 50 mil seguidores en Instagram.



- Lunamical.cl:** Es un emprendimiento digital especializado en la comercialización de accesorios de celular, sean fundas de celular, correas de Apple watch, organizador de cables, fundas para Tablet y MacBook, protectores de cable, cargadores, fundas para AirPods y protectores de cámara. Inicio en junio del año 2019, con fundas 360° de mármol, las cuales en ese tiempo estaban muy de moda, incluyendo con el pasar de los meses en septiembre protectores de cable, ampliando su catálogo de productos aún más con láminas de vidrio. En comparación al otro emprendimiento, esta cuenta con un catálogo más amplio de productos, pero con menos seguidores en Instagram, tiene más de 47.000 seguidores, lo que lo hace un emprendimiento bastante competitivo con una gran cantidad de clientes.



- Sellphonecl_:** Es una empresa física y digital, dirigida a comercializar accesorios de celular, ubicada en la Región Metropolitana, exactamente en el metro Los Leones-Línea 6. Su catálogo de productos se basa en fundas para celular, AirPods y fundas para ellos, cargador completo y carga rápida. Nació en septiembre del año 2022, lo cual lo hace un competidor en comparación con los otros con menos experiencia en el mercado, pero que se encuentra posicionado de buena manera en el mercado. Primero lanzo en su Instagram fundas para AirPods del logo de Nike junto con fundas para celular de delfín, luego fue incluyendo cargadores de celular y así fue ampliando su catálogo de productos. Hoy en día cuenta con más de 14.000 seguidores en Instagram y su mejor plus es su tienda física. Se basa más en productos con diseños de marcas como Nike, The North Face o fundas de AirPos de diseño de zapatillas tipo Nike.



Análisis de los procesos y estrategia de la competencia

- **Casesiphone_stgo:** Este emprendimiento cuenta con casi una década de trayectoria en el mercado, es por esto, que lo hace uno de los mayores competidores. Caseiphone stgo se fue adaptando a las nuevas innovaciones de tecnologías y nuevos modelos de celulares. Lo que lo hizo posicionarse donde está, fue comprender las necesidades, comportamientos y deseos de sus clientes, ajustando sus estrategias a las nuevas innovaciones en el mercado.

La capacidad que tiene de diferenciarse de las otras empresas es que cada día fue mejorando la consistencia en la entrega de los productos y servicios de alta calidad, con envíos a todo el país y en la Región Metropolitana por solo \$2.990, lo que lo hace un precio accesible.

En las historias destacadas se encuentran todos sus productos disponibles desde el iPhone 6 hasta el iPhone 15 Pro Max, por tanto lo hace un perfil llamativo, directo y con todo a la mano para poder efectuar una compra.

Para demostrar confianza y lealtad en sus clientes en sus historias destacadas igualmente se visualizan todos los clientes que han quedado satisfechos con sus compras y los hacen saber mediante Instagram con una historia etiquetando al emprendimiento.

Tiene bastantes descuentos en los Cyberday o BlackFriday, también lleva tres y paga solo una, cada año va implementando nuevas promociones y descuentos, publicándolos en historias o perfil.

Para llegar a mayor alcance, le hace publicidad pagada con Instagram a sus post o videos, por consiguiente, cada día va subiendo seguidores, teniendo oportunidades de crecimiento y manteniendo una ventaja competitiva sostenible.

- **Lunamical.cl:** Este emprendimiento tiene varios años en el rubro de los accesorios de celular, lo que lo hace con bastante conocimiento y formas de adaptación a las nuevas innovaciones, la adopción oportuna a nuevas tecnologías fue un diferenciador clave para mantenerse en el mercado al igual que el otro emprendimiento.

Una de sus innovadoras estrategias fue empezar a trabajar con influencers mandándoles fundas para que ellos luego hicieran post promocionando el producto del canje. Esta es una estrategia efectiva, debido a que, ellos suelen tener bastantes seguidores que pertenecen a nichos específicos o tienen intereses particulares, por ende, permite que el emprendimiento segmente su mercado de manera más efectiva y llegar a consumidores que tienen más probabilidades de estar interesados en los productos.

Su perfil de Instagram es bastante llamativo y se visualizan en sus historias destacadas el catálogo de productos disponibles desde el iPhone 7 hasta el 15 Pro Max.

Tiene varios videos explicativos de como comprar paso a paso ya sea en su red social o sitio web, de manera que lo hace más sencillo para que el público no tenga de consultar y pueda realizar la compra independientemente.

Paralelamente tiene en sus historias destacadas los productos que les ha vendido a sus clientes y estos han quedado satisfecho con su comprar y luego lo han hecho saber en Instagram etiquetando el emprendimiento, de manera que esto genere confianza en los futuros clientes para realizar compras.

En su Instagram y pagina web se encuentran los distintos descuentos y promociones que tienen, ya sea descuentos del 15%, 2x1, lleva tres y paga 2, entre otros.

Para llegar a mayor alcance, le hace publicidad pagada con Instagram a sus post o videos, por consiguiente, cada día va subiendo seguidores,

teniendo oportunidades de crecimiento y manteniendo una ventaja competitiva sostenible.

- **Sellphonecl_:** A pesar de que el emprendimiento solo cuenta con dos años en el mercado, este se encuentra de buena manera posicionado, en vista de que cuenta con una tienda física teniendo clientes online y presencial, con un mayor alcance por lo mencionado. Las tiendas físicas brindan una experiencia de compra inmediata y tangible, que permite a los clientes ver y poder probar el producto que desean comprar. La tienda online está abierta las 24 horas del día, los 7 días de la semana, lo que permite a los clientes comprar en cualquier momento que les resulte conveniente, así ambas tiendas se complementan estratégicamente, como por ejemplo el cliente puede realizar una compra online con el retiro en la tienda física, lo cual atrae a clientes que prefieren esa opción. Igualmente, al tener estas dos tiendas, le permite al emprendimiento adaptarse de mejor manera a las preferencias cambiantes de los clientes y a las condiciones del mercado, esto agrega confianza y legitimidad ya que en la tienda física pueden visitar y ver cómo está establecida y la tienda online está bien diseñada, con buenos post y recomendaciones sobre cómo llegar a la tienda presencial, lo cual transmite profesionalidad y confianza.

Este emprendimiento se enfoca en otros diseños como los otros, en fundas de celular y AirPods pero más de marca, tipo Nike o The North Face, su perfil se ve bastante llamativo con estos diseños de fundas para celular y AirPods. En sus historias destacadas incluyen el horario de la tienda presencial, que es de Lunes a Viernes de 10:00 a 20:00 hrs, Sábados de 10:00 a 18:00 hrs, Domingo y festivos cerrado.

Al igual que tienen en sus historias destacadas una política de devolución para que el cliente la vea antes de poder efectuar una compra y también tienen en destacadas como comprar de forma presencial y online.

Para llegar a mayor alcance, le hace publicidad pagada con Instagram a sus post o videos, por ello, cada día va subiendo seguidores, teniendo oportunidades de crecimiento y manteniendo una ventaja competitiva sostenible.

Identificar fortalezas y debilidades de la competencia

- **Casesiphone_stgo:** Una de las grandes fortalezas que tiene este emprendimiento, es que su contenido en las redes sociales es bastante llamativo, de un muy buen nivel fotográfico y de innovación, a la altura que a un usuario le pudiese interesar y posteriormente realizar una compra, por este motivo es que cuenta con una cantidad considerable de seguidores en las redes sociales, llegando a unos muy buenos alcances mensuales de clientes.

Genera contenido de marketing profesional e interesante para el público, va variando cada día según la moda de los accesorios y sus videos son informativos para los productos y sus cuidados.

Una de las debilidades de este emprendimiento es que sus precios en comparación a otros negocios son más elevados, varían las fundas de celular entre 10.990 a los 15.990, los AirPods entre \$34.990 a \$39.990, los cargadores entre \$9.990 a los \$19.990, funda de AirPods entre \$8.990 a \$12.990, protector de cable entre \$4.990 a \$9.990, Smart watch entre \$30.990 a los \$44.990, entre otros.

Otra de las debilidades es que tienen una página web en su perfil de Instagram pero no se puede ingresar y dice: “El certificado de seguridad del sitio no es de confianza”, este es el link

<https://casesiphonestgo.com/>, esto lo hace que sea una debilidad, porque si se pudiera ingresar correctamente al sitio web, se podría navegar y conocer más en detalle al emprendimiento y los productos y servicios que ofrece.

En su perfil dice “NO DEVOLUCIONES”, por ello, el cliente al momento de realizar una compra tiene bastante consideración en este punto, puesto a que la garantía en los productos es fundamental para la satisfacción al cliente, porque si el producto viene con fallas y el cliente no lo puede devolver, este quedara bastante molesto e inconforme con el servicio brindado por el emprendimiento.

- **Lunamical.cl:** Si bien el emprendimiento no cuenta con tienda física, algunos de sus productos son distribuidos en algunos puntos de otros emprendimientos, se llaman puntos de venta y están en: @epacio.huellas, @happyplace.chil, @rincondematildatco, @casalynchshowroom, esto lo hace una gran fortaleza porque al tener múltiples puntos de ventas, se puede llegar a un mayor número de clientes en diferentes ubicaciones geográficas, lo cual le permite al emprendimiento aprovechar oportunidades de mercado en diversas áreas, tanto urbanas como rurales, aumentando su alcance y visibilidad. Una gran fortaleza de este emprendimiento es todos los seguidores que tiene, son más de 47.000, una amplia cantidad de seguidores puede traducirse en un mayor potencial de conversión y venta. Una base sólida de seguidores activos y comprometidos puede significar más clientes potenciales interesados en los productos y servicios. Instagram ofrece herramientas de análisis que permiten obtener información sobre la audiencia, como su edad, ubicación y comportamiento. Esto es muy beneficioso para el emprendimiento, ya que, puede ayudarle a segmentar mejor sus campañas de marketing y adaptar su estrategia para satisfacer las necesidades específicas de su público objetivo. Otra de las fortalezas de este emprendimiento es su perfil y sus variadas fotos con influencers, un considerable porcentaje del perfil se ocupa en publicaciones con influencers, puesto a la cercanía que tienen los influencers con su público, las campañas que implementan su participación tienden a generar un mayor nivel de engagement e interacción con la audiencia.

Al igual que el emprendimiento anterior, este tiene precios más accesibles que el otro, pero aun así son un poco elevados, las fundas para celular varían entre \$6.990 a \$12.990, las correas de Apple watch entre \$6.990 a los \$10.990, las fundas para Tablet entre \$15.990 a los \$20.990, protector de cable desde los \$1.500 a los \$5.000, y láminas de vidrio entre \$4.990 a \$6.990.

- **Sellphonecl_**: Este emprendimiento tiene un gran plus por su tienda presencial, lo cual lo hace una fortaleza enorme para ir creciendo en el mercado, porque como se comentó anteriormente ya se está posicionada de muy buena manera en el mercado de los accesorios de celular. Al tener tienda online y presencial el emprendimiento puede diversificar sus flujos de ingresos y reducir los riesgos que conlleva depender de un solo canal de ventas. Esto le permite adaptarse mejor a las diferentes condiciones que se presentan en el mercado y a los cambios en los hábitos de consumo de los clientes. Operar en ambos entornos le brinda la oportunidad de recopilar datos y obtener información valiosa sobre el comportamiento de compra de sus clientes en diferentes canales. Lo cual le permite adaptar sus estrategias comerciales y de marketing de forma más precisa y eficaz. Al igual que los otros emprendimientos sus precios están un poco elevados, las fundas de celular entre \$9.990 hasta los \$15.990, los cargadores arriba de \$20.000, fundas de AirPods entre los \$6.990 a los \$10.990, en base a que sus productos son replica a las originales. Una de las pequeñas debilidades que tiene es contar con pocos seguidores en Instagram, si bien el número de seguidores no es el único factor determinante, este puede generar una base sólida de clientes potenciales en sus productos o servicios y posteriormente ir a conocer la tienda presencial.

Implementar mejoras identificadas

Se debe considerar que esto es un proceso continuo, por ello, como se vio anteriormente con los otros emprendimientos, los tres están posicionados fuertemente en el mercado, contando los dos primeros con bastantes años en el rubro, lo cual los hace competidores fuertes. Las mejoras que se pudieron identificar fueron:

- **Promociones y marketing:** Poner en práctica estrategias efectivas de marketing digital como campañas con influencers, promociones pagadas en las redes sociales y ofertas especiales para atraer y retener a clientes.
- **Tendencias de diseño y moda:** Es fundamental estar atento a las tendencias de diseño y moda, como por ejemplo brindar una alta variedad de gama de productos que se centren en el cuidado, estética, elegancia y reflejen las últimas tendencias de moda y estilo, lo que puede atraer a los consumidores interesados en la estética de sus Smartphones.
- **Educación y soporte técnico:** Entregar a los clientes recursos educativos como seminarios de web sobre el uso y cuidado de accesorios o tutoriales online, lo que puede disminuir la cantidad de devoluciones debido a malentendidos sobre los productos y puede incrementar la satisfacción del cliente.
- **Investigación de mercado:** Desarrollar investigaciones de mercado continuas para distinguir tendencias emergentes y adaptar productos para satisfacer las necesidades y preferencias cambiantes de los consumidores.

Poner en práctica estrategias de marketing digital, comprender las tendencias de diseño y moda, brindar soporte educativo, técnico y realizar investigaciones de mercado continuas son acciones claves para mantener la competitividad y la satisfacción del cliente. Este enfoque integral no sólo fortalece su posición en el mercado actual, sino que también ayuda a las nuevas empresas a prepararse y adaptarse eficazmente a las cambiantes necesidades y preferencias de los consumidores en el futuro.

3) Determinación del mercado de celulares en Chile

Con base principalmente en investigaciones existentes sobre la penetración de teléfonos inteligentes en Chile y análisis del uso de teléfonos inteligentes, se determina el volumen de mercado existente, es decir, el número aproximado total de teléfonos inteligentes en circulación, así como datos sobre crecimiento, ventas anuales, penetración, tipos, uso, etc.

En los últimos años, ha habido un aumento en la demanda de teléfonos móviles con capacidades 5G a medida que esta tecnología se ha desplegado en algunas áreas urbanas de Chile. Además, la pandemia de COVID-19 ha acelerado la adopción de tecnologías digitales y el uso de teléfonos móviles para el trabajo remoto, la educación en línea y el entretenimiento en el hogar. La demanda de teléfonos móviles ha sido históricamente fuerte en Chile y lo sigue siendo hoy. Chile tiene una de las tasas de penetración de teléfonos inteligentes más altas de América Latina, y una gran proporción de la población posee al menos un dispositivo móvil. La demanda de teléfonos móviles está influenciada por la disponibilidad de nuevas tecnologías y características, como 5G, cámaras avanzadas, pantallas de alta resolución y capacidades de almacenamiento ampliado. Muchos chilenos optan por actualizar sus teléfonos cada pocos años para obtener acceso a las últimas funciones y tecnologías, promoviendo así una demanda continua de nuevos dispositivos.

Los principales operadores móviles en Chile son Entel y Claro (propiedad de América Móvil) y Movistar (propiedad de Telefónica).

En el mercado de equipo de celulares en Chile destacan tres nombres. La número uno es la conocida marca internacional APPLE CHILE COMERCIAL LIMITADA, la cual marca tendencias y define los estándares de la industria. En segundo lugar, está la famosa empresa surcoreana SAMSUNG ELECTRONICS CHILE LTDA, esta no se queda atrás, ya que ofrece una amplia gama de equipos para satisfacer las diversas necesidades de los consumidores. Por último, se encuentra INTCOMEX SA consolidándose como una fuerza importante en el mercado local a tener en cuenta.

La Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) es la entidad encargada de regular el sector de telecomunicaciones en Chile, promoviendo la competencia y protegiendo los derechos de los usuarios.

Las conexiones 5G según la SUBTEL “Las cifras muestran que las conexiones a 5G alcanzan los 3,8 millones mostrando un crecimiento de 88,5% frente a diciembre de 2022, lo que refleja la rápida adopción de las nuevas tecnologías por parte de los usuarios chilenos. Además, las estadísticas dan cuenta que en Chile ya existen 26,7 millones de teléfonos móviles.

Los números proporcionados por Subtel también evidencian un crecimiento sostenido en las conexiones satelitales residenciales, las que crecieron 88,4% en los últimos 12 meses y 163% en lo que va de Gobierno. En el caso de las conexiones a Internet fijo, estas crecieron 1,4% alcanzando las 4,5 millones de conexiones” (Chile, SUBTEL, 2024)

Según Telefónica Chile los diez equipos más vendidos en el 2023 fueron:

- iPhone 13 128GB.
- Motorola Moto G54 5G.
- Xiaomi Redmi 12 5G.
- Samsung Galaxy A14 5G.
- iPhone 15 Pro Max.
- Motorola Edge 40.
- Samsung Galaxy A34 5G.

- vivo Y27 5G.
- Honor X8A 5G.
- Xiaomi Redmi 12C.

Apple puso fin a la racha de 12 años de Samsung Electronics como principal vendedor de teléfonos inteligentes del mundo después de alcanzar una participación de mercado del 20% en 2023, según datos de Data Corp. La apertura de nuevas tiendas para Smartphone en el país crea oportunidades más lucrativas para el crecimiento del mercado chileno de teléfonos inteligentes.

En octubre del 2023 Apple abrió una nueva tienda online en Chile para mejorar las opciones de compra de los clientes. En la tienda, los clientes pueden obtener una amplia variedad de productos y planes de financiamiento flexibles. Al igual que proporciona expertos para ayudar a los clientes a comprender cómo activar nuevos dispositivos y transferir datos desde teléfonos antiguos.

En enero del 2024 en un esfuerzo por ampliar su presencia en la región, Samsung inauguró una nueva tienda en el centro comercial Arauco en Chillán, Chile. La tienda brinda a los clientes nuevas oportunidades para explorar los últimos productos de la marca, incluidos teléfonos inteligentes y tablets.

En general, la demanda de teléfonos móviles en Chile sigue siendo alta, y se espera que continúe creciendo y expandiéndose. El auge de las importaciones de teléfonos móviles chilenos está destinado a continuar, brindando a los consumidores una gama cada vez más amplia de opciones innovadoras y tecnológicamente avanzadas. Pese a que persisten desafíos como la brecha digital en zonas rurales y remotas, donde la cobertura puede ser limitada. De igual modo se trabaja arduamente para mejorar la calidad del servicio, singularmente en términos de velocidad y estabilidad de la conexión, especialmente en áreas densamente pobladas.

RESULTADOS

4) Búsqueda de proveedores

Al hacer la búsqueda de proveedores se tuvieron en cuenta varios factores al momento explorar, como la confiabilidad de los proveedores en el cumplimiento de los tiempos de entrega, las cantidades requeridas y los términos del contrato es fundamental para evitar interrupciones en la producción y satisfacer la demanda del mercado. Los proveedores innovadores pueden aportar nuevas ideas y tecnologías que permitan mejorar los productos o servicios y que el emprendimiento se diferencie en el mercado. Construir relaciones sólidas y confiables con proveedores puede traer beneficios adicionales, como acceso prioritario a nuevos productos, condiciones de pago flexible e incluso colaboraciones estratégicas.

Luego lo que se tuvo en cuenta fue si los productos se agotaban, el cliente cuanto tiempo estaría dispuesto a esperar para recibir el producto encargado, así se fue viendo cual era la preferencia del cliente, lo cual se realizó mediante una encuesta para conocer la preferencia de cada persona donde se observó el comportamiento de 253 personas desde los 14 años hasta más de 55 años.

La pregunta fue: Si el producto no está disponible para entrega inmediata, ¿Cuánto es el tiempo estimado que esperarías para encargar?

Las opciones eran entre 5 a 10 días, entre 10 a 15 días y entre 15 a 20 días.

Un 52,6% lo cual representa a un gran porcentaje de las personas encuestadas votaron que prefieren esperar por un producto para encargo entre 5 a 10 días, 37,9% esperaría entre 10 a 15 días por el producto y un 9,5% de los encuestados esperaría entre 15 a 20 días por el producto.

Los clientes que están dispuestos a esperar demuestran una relación de confianza con el emprendimiento, lo que puede generar una mayor lealtad porque están más dispuestos a esperar por el producto en lugar de buscar alternativas de la competencia. Esta disposición a esperar puede indicar una demanda estable y predecible de ciertos productos. Esto le permite adaptar mejor sus estrategias de marketing y ventas para maximizar el rendimiento.

Durante el tiempo de espera de los clientes se puede mostrar productos relacionados o complementarios, incrementando el valor de cada transacción y mejorando la experiencia general de cada cliente. Si los clientes están dispuestos a esperar, se alivia la presión de mantener grandes inventarios para satisfacer toda la demanda de inmediato. Esto puede contribuir para gestionar mejor los costos asociados con el almacenamiento y la gestión de inventario.

Este análisis facilitó el proceso de compra de los accesorios y a que proveedores comprar primero, es por esto que se buscaron proveedores nacionales, tanto por Facebook e Instagram, enfocándose en la reputación de cada uno de ellos, buscando reseñas, testimonios de otros clientes, calidad de productos y servicios, entre otros. Luego de esto se empezó a solicitar cotizaciones detalladas que incluyeran los precios, términos de pago, tiempos de entrega y condiciones de venta. Posteriormente no solo se limitó, al precio, si no, como a otros aspectos como la flexibilidad en los términos de pagos, la posibilidad de obtener descuentos por volumen, garantías y la capacidad de respuesta ante cambios en los pedidos defectuosos, dando un gran resultado, encontrando una variedad muy amplia dentro del país, con precios muy competitivos entre ellos.

No solo se eligió un proveedor local puesto a que, tener múltiples fuentes de contactos puede mitigar riesgos como problemas de calidad, interrupciones en el suministro o fluctuaciones de precio.

En primer lugar, se eligió a un proveedor local de la Región Metropolitana llamado "lo quiero Yuli" el cual contaba con muchas recomendaciones y reseñas de otros emprendimientos, este fue encontrado en Facebook, específicamente en Marketplace, se dedica a la venta de todo tipo de accesorios de celular, ya sean fundas para celular, láminas de vidrio, cargadores completos, baterías externas, adaptadores, protector de cable y cámara, entre otros.

Los productos que serán comprados a este proveedor son:

- **Carcasas lisas de un solo color:** Su valor es de \$2.000 c/u.
- **Carcasas lisas con manzanita tipo Apple:** Su precio es de \$2.500 c/u
- **Cargadores completos:** Tienen un precio de \$8.500 c/u.
- **Láminas de vidrio:** Su precio es de \$1.000 c/u.
- **Cable usb tipo C:** Su valor es de \$5.000 c/u.
- **Adaptador carga rápida:** Tienen un precio de \$6.500 c/u.
- **Protector de cámara:** Su precio es de \$900 c/u.

Este proveedor nacional fue elegido igualmente por su atractivo en el precio de los envíos, al ser un pedido de más de 150.000 en accesorios, los envíos quedan completamente gratis, por ende, es algo muy beneficioso para el emprendimiento, puesto a que, se estaría ahorrando en pagar envíos constantemente por pedidos y se puede invertir ese dinero en otros productos.

Como un gran porcentaje de personas encuestadas están dispuestas a esperar en un rango de 5 a 20 días se optó por encargar carcasas mediante plataformas internacionales, como Shein y Shopee.

Temu y Aliexpress no se quiso encargar puesto a que sus precios son más elevados y tienen un poco más de tiempo de espera, por lo cual fueron descartados, pensando en las mejores estrategias para el emprendimiento.

Se hicieron estudios de las plataformas para ver los posibles costos de importación de los productos, encontrándonos que Shein es la única plataforma internacional que empezó este año a cobrar tasa de tramitación arriba de \$39.990, empieza desde los \$4.990 y por cada \$10.000 pesos más de compra se van subiendo \$1.000 la tasa de tramitación.

Esta plataforma incorporó la tasa de tramitación este año, a causa de que, en la aduana empezaron a retener bastantes pedidos que realizaban los usuarios de esta plataforma, teniendo muchísimos reclamos a nivel nacional, es por esto que la tasa de tramitación se basa en que cuando se importan productos a un

país, estos deben pasar por procedimientos de despacho de aduana. El proceso incluye la presentación de la documentación necesaria, la evaluación y pago de derechos e impuestos aplicables, y otras formalidades aduaneras, de manera que la tasa de tramitación puede cubrir los costos administrativos asociados con los agentes de aduanas o la propia aduana que realiza estas actividades. Aparte de los costos específicos del despacho de aduana, las tasas también pueden cubrir otros costos administrativos asociados con la importación, como la gestión del almacenamiento temporal de mercancías en depósitos aduaneros o la coordinación de inspecciones de mercancías cuando sea necesario.

Los envíos de Shein son gratis arriba de \$19.990 lo que es algo bastante bueno para ahorrar.

En esta plataforma se comprarán los siguientes accesorios:

- ***Carcasas con diseño variado:*** Tienen un valor de \$2.000 c/u.
- ***Carcasas de dibujos animados:*** Tienen un valor de \$2.200 c/u.

Shein ofrece ventajas atractivas como una amplia gama de productos a precios competitivos y una rápida disponibilidad de las últimas tendencias de la moda. No obstante, es importante considerar la calidad variable del producto, tiempos de envío potencialmente largos y cuestiones éticas de sostenibilidad asociadas con ciertas prácticas de la empresa. Tomar una decisión informada requiere sopesar estos factores con sus necesidades y valores personales antes de realizar una compra en esta plataforma.

La plataforma de comercio electrónico “Shopee” no tienen ninguna tasa de tramitación y los envíos el 90% son todos gratis, es por esto, que se eligió para comprar otros productos para incluir en el emprendimiento, debido a que cuenta con una amplia variedad de fundas de marca, con precios bastante accesible, lo cual hay un nicho de personas que prefieren los productos de marca como, Adidas, Nike, Converse, Vans, Christian Dior, entre otros, por ello, esta plataforma tiene un catálogo amplio de estos productos.

En esta plataforma se compraran accesorios como:

- **Carcasas de marcas:** Sus precios son de \$3.500 c/u.

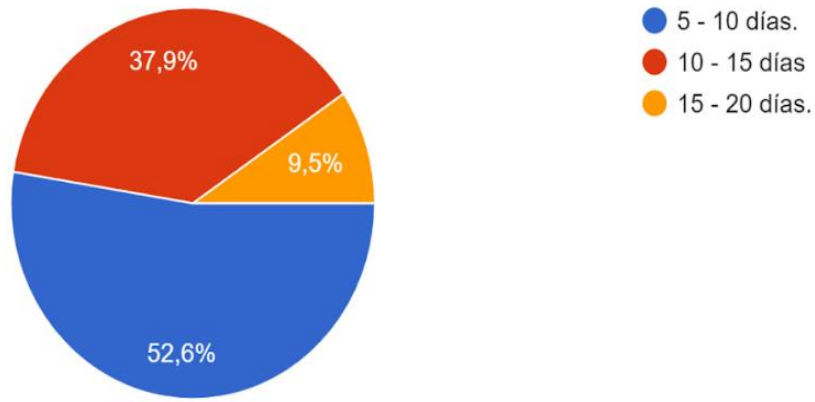
Shopee proporciona a los consumidores una experiencia cómoda y diversa. Con una amplia gama de productos, precios competitivos, fácil navegación y medidas de protección al comprador. Shopee se posiciona como una plataforma atractiva que satisface diversas necesidades de compra. Más aun las promociones frecuentes y la posibilidad de leer las opiniones de los usuarios aportan confianza y transparencia en las decisiones de compra. Ahora bien, es prudente comprobar siempre la reputación del vendedor y comprender las políticas de compra y devolución para garantizar una experiencia positiva y satisfactoria.

Invertir tiempo y recursos para seleccionar cuidadosamente a los proveedores puede marcar significativamente la diferencia entre el éxito y las dificultades que se pueden presentar al inicio del emprendimiento, dado que, elegir a un buen proveedor al iniciar un emprendimiento es una decisión estratégica fundamental que tiene un impacto significativo en varios aspectos claves en el negocio. Los proveedores confiables y eficientes fortalecen las operaciones y la reputación de la marca, además construir relaciones sólidas con proveedores adecuados optimiza la cadena de suministros, sienta las bases para el crecimiento y la expansión futura del emprendimiento.

Grafico 1: Tiempo estimado de espera.

Si el producto no está disponible para entrega inmediata, ¿Cuánto es el tiempo estimado que esperarías para encargar?

253 respuestas



Fuentes: Creación propia según datos recopilados de Google Forms.

5) Análisis de la demanda en la compra de accesorios para celular

Una vez considerado el entorno económico y los factores externos que en el futuro pueden afectar la marcha del emprendimiento, el paso siguiente consiste en analizar la situación y perspectivas del sector concreto en el que la empresa se desarrollará, donde compra el cliente, con qué frecuencia y por qué. Es importante resaltar los motivos por los que el mercado objetivo seleccionado esta mejor dispuesto a comprar el producto que otros mercados.

El mercado de accesorios para teléfonos móviles en Chile se divide en diferentes categorías de productos. Esto abarca fundas, protectores de pantalla, cargadores, cables, auriculares, parlantes bluetooth, soportes para automóvil, baterías externas y otros dispositivos relacionados.

La incorporación de nuevas tecnologías y funciones en accesorios como cargadores rápidos, carcasas para mejorar la protección contra caídas o audífonos con cancelación de ruido, puede impulsar la demanda de productos más avanzados. La demanda de accesorios suele ir de la mano de la popularidad de los últimos modelos de teléfonos móviles, cuando se hacen

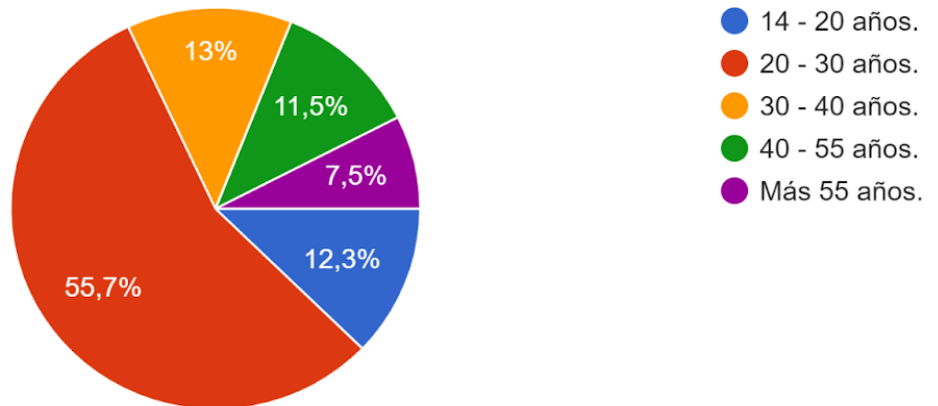
lanzamientos de nuevos modelos, la demanda de fundas, láminas de vidrio, cargadores y otros accesorios relacionados tienden a aumentar. Similarmente la demanda de accesorios varía según las marcas y modelos de teléfonos móviles más populares del país. Por ejemplo, los accesorios diseñados específicamente para los modelos de iPhone tienden a tener una gran demanda debido a la base de usuarios leales de Apple. Lo mismo ocurre con marcas populares de teléfonos Android como Samsung y Huawei. Como en muchos otros lugares, los consumidores en Chile buscan accesorios que no solo sean funcionales, si no, estéticamente llamativos, atractivos y que reflejen su estilo personal. La venta de accesorios para telefonía móvil en Chile se realiza tanto en tiendas físicas como online. La disponibilidad y variedad de productos en estos canales afecta la demanda, puesto a que los consumidores valoran la conveniencia, la accesibilidad, los precios competitivos y las ofertas promocionales, los cuales influyen significativamente en las decisiones de compra de los consumidores. Los canales de distribución físicos y en línea son determinantes de la accesibilidad y las opciones de compra del consumidor. La competencia entre marcas y estrategias de marketing es feroz, lo que destaca la importancia de estrategias innovadoras para atraer y retener la atención del consumidor. Enfocarse en satisfacer las necesidades específicas de estos grupos no sólo maximiza el uso eficiente de los recursos limitados de una nueva empresa, sino que también aumenta sus posibilidades de éxito al brindar productos que resuelven problemas específicos y son relevantes para estos consumidores activos y dinámicos. Donde se observó el comportamiento de 253 personas desde los 14 años hasta más de 55 años. Según la encuesta 6 personas no compran accesorios de celular, lo que es un 2,4% de las personas encuestadas, asimismo, 151 personas casi no compran accesorios de celular, por ello, es un porcentaje del 59,7% del total de personas encuestadas. Por otra parte, en la encuesta 96 personas votaron que compran accesorios de celular al menos 1 vez al mes,

semana por medio o cada semana, por consiguiente, es el 38% del total de personas encuestadas.

Grafico 2: Rango de edad

¿Cuál es tu rango edad?

253 respuestas

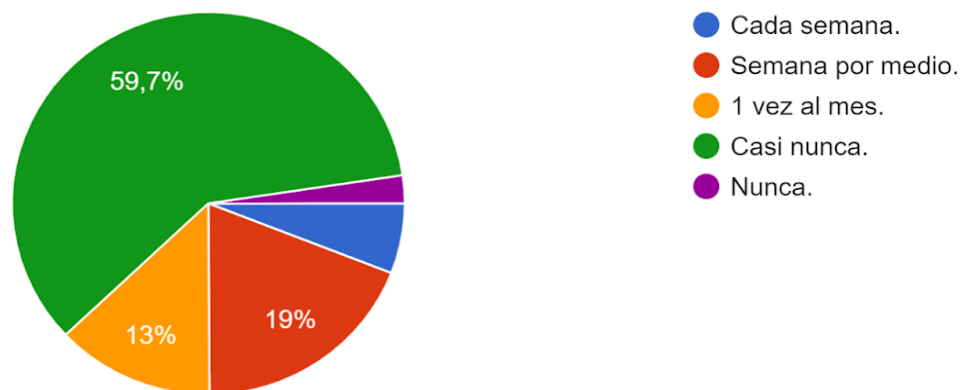


Fuentes: Creación propia según datos recopilados de Google Forms.

Grafico 3: Frecuencia de compra.

¿Con qué frecuencia compras accesorios de celular?

253 respuestas



Fuentes: Creación propia según datos recopilados de Google Forms.

Luego de tener estos datos, se hizo una tabla dinámica para segmentar los datos a las personas que, Si consumen con frecuencia accesorios de celular al menos 1 vez al mes, semana por medio o cada semana.

Como se mencionó anteriormente son 96 personas que, si compran accesorios de celular al menos 1 vez al mes, cada semana o semana por medio, lo cual, se fue viendo por categorías y la frecuencia de compra en la siguiente tabla.

Tabla 1: Frecuencia de compra.

FRECUENCIA DE COMPRA				
	1 vez al mes.	Cada semana.	Semana por medio.	TOTAL
CARCASAS	31	13	45	89
ADAPTADOR	10	8	36	54
CARGADOR COMPLETO	11	13	38	62
PROTECTOR DE CÁMARA	8	5	18	31
LÁMINAS PARA PANTALLA	23	7	41	71
CABLE TIPO C	14	2	8	24
CABLE USB	9	0	3	12

Fuente: *Elaboración propia.*

Como se ve reflejado 89 personas compran carcasas de las 96 que votaron que si consumen accesorios de celular. Luego sigue las láminas de vidrio que cuenta con 71 personas que consumen el producto, posteriormente sigue el cargador completo, que es un accesorio muy útil en la vida cotidiana con 62 votos, seguidamente está el adaptador con 54 votos, después sigue el protector de cámara con 31 votos, luego el cable tipo c con 24 votos y por

último el cable usb (antiguo), por esta razón este último no será incluido en las ventas de emprendimiento por su poca votación.

Ahora bien, si nos damos cuenta, en la frecuencia de compra, las personas compran al menos una vez al mes, semana por medio y cada semana, por ello, para hacer un consolidado mensual en la frecuencia de compra de las personas que compran semana por medio el resultado se debe multiplicar por dos para que sea la frecuencia del mes, luego los que compran cada semana se debe multiplicar por cuatro, ya que el mes tiene 4 semanas y así se refleja la frecuencia de compra del mes. Los resultados que dieron según la encuesta fueron que al mes los encuestados compran 173 carcacas, cargadores completos 139 unidades, láminas para la pantalla 133 unidades adaptadores 114 unidades, protector de cámara 64 unidades, cable tipo C 38 unidades y como fue mencionado anteriormente el cable usb (antiguo) no será incluido en el emprendimiento por su poca votación.

Tabla 2: Consolidado mensual.

CONSOLIDADO MENSUAL	-> 1 ENCUESTADO COMPRA 1 PRODUCTO VOTADO			TOTAL
	1 vez al mes.	Cada semana.	Semana por medio.	
	MENSUAL			
CARCASAS	31	52	90	173
ADAPTADOR	10	32	72	114
CARGADOR COMPLETO	11	52	76	139
PROTECTOR DE CÁMARA	8	20	36	64
LÁMINAS PARA PANTALLA	23	28	82	133
CABLE TIPO C	14	8	16	38
CABLE USB	9	0	6	15

Fuente: Elaboración propia.

6) Selección de información del cliente

Las empresas de la nueva creación cuentan con recursos limitados, especialmente en las primeras etapas, reconocer claramente quienes son los clientes objetivos permite centrar sus esfuerzos de marketing, ventas, y desarrollo de productos en aquellos con mayor probabilidad de comprar los productos o servicios, lo cual maximiza el uso eficiente de los recursos. Al comprender a los clientes objetivos, se puede entender de mejor manera sus necesidades, deseos y problemas. Esto facilita para poder adaptar el producto o servicio para satisfacer las necesidades de manera más efectiva. Cuando los productos resuelven un problema específico para un grupo bien definido de personas, las posibilidades de éxito en el emprendimiento son mayores. La segmentación puede ayudar a competir de forma más eficaz dentro del mercado, esto puede crear una posición única frente a la competencia atendiendo a un segmento de mercado específico que esta desatendido o tiene una necesidad particular que se puede satisfacer mejor que otros. Para poder entender al cliente objetivo primero se deben conocer los siguientes aspectos: Saber qué teléfonos dominan, podrá planificar mejor el inventario. Esto incluye la cantidad de cada accesorio que se debe tener a mano para evitar excesos o carencias que podrían afectar las ventas y capacidad para satisfacer la demanda. Esto favorece para evitar invertir en productos que no son populares o que son incompatibles con teléfonos demandados. Conocer los modelos de teléfono favorece para ajustar las estrategias de marketing y comunicación. Puede resaltar la compatibilidad de los productos con los modelos específicos más utilizados, lo que puede ser un punto de venta importante para los clientes. Asimismo, puede brindar información sobre los competidores directos, por ende, se puede analizar los accesorios que ofrecen y cómo poder diferenciarse o mejorar el producto para captar la atención de los consumidores.

Para conocer que Smartphone tiene los usuarios, 253 personas fueron encuestadas, encontrándonos que de todos ellos 181 personas ocupan

iPhone, por consiguiente, es un 71,5% de las personas encuestadas en comparación con otros modelos de celular Android que 72 personas votaron que tienen este tipo de modelo, por ello, es un 28,5% de las personas encuestadas. Por esta razón el enfoque para iniciar el emprendimiento será para accesorios netamente de iPhone, debido a los datos de la encuesta y por las siguientes razones: Los usuarios de iPhone acostumbran a invertir en accesorios de calidad para sus dispositivos porque perciben que el producto tiene una buena relación calidad-precio. Esto crea una base de clientes que esta acondicionado a gastar más en accesorios de calidad. Los accesorios para iPhone tienden a costar más en comparación con los dispositivos Android u otras marcas. Esto puede resultar en mayores márgenes de beneficio por unidad vendida.

Al limitar el enfoque a un solo tipo de dispositivo, puede reducir la complejidad del inventario y optimizar los procesos de marketing y ventas. Esto permite operaciones más eficientes y menos costosas.

Apple tiene una base de usuarios grande y leal que actualiza periódicamente sus dispositivos. Esto proporciona cierta estabilidad y previsibilidad a la demanda de accesorios para iPhone en comparación con los mercados más volátiles de otros dispositivos.

Luego cuando el emprendimiento ya este estabilizado, se estudiarán los otros modelos de celular para ver si es rentable incluir accesorios de esos modelos de celular.

De igual manera, en la encuesta se vio reflejado cual es el modelo de iPhone que tienen los usuarios. El modelo que más predomina es el iPhone 11, con 65 votos, lo que equivale a un 35,91% de las 181 personas que ocupan iPhone, luego sigue el iPhone 13, con 39 votos, lo que equivale al 21,55% de las personas que consumen iPhone, del mismo modo sigue el iPhone 14, que tiene las mismas dimensiones que el 13, por lo cual, las fundas son las mismas, 15 personas votaron que tienen ese modelo, por lo tanto, equivale al 8,29% de las personas que tienen iPhone.

Más del 50% de las personas que tienen iPhone se dividen entre el iPhone 11, 13 y 14.

Ambos modelos logran un buen equilibrio entre precio y características. El iPhone 11 lanzado en 2019 sigue siendo atractivo por su precio relativamente bajo en comparación con los modelos más nuevos, mientras que el iPhone 13 lanzado en 2021 ofrece funciones más nuevas a un precio más asequible que los modelos Pro, seguido por el iPhone 14 lanzado en 2022, con casi las mismas características que el iPhone 13. Ambos modelos cuentan con cámaras de alta calidad que te permiten tomar fotografías y vídeos impresionantes. El iPhone 13 en particular ha mejorado significativamente el rendimiento de la cámara y nuevas funciones como el Modo Película.

El iPhone 11 como el iPhone 13 son potentes en términos de rendimiento y vienen con procesadores rápidos (A13 Bionic en el iPhone 11 y A15 Bionic en el iPhone 13). Esto garantiza una experiencia fluida con la mayoría de las aplicaciones y juegos actuales. Los accesorios para modelos populares como el iPhone 11 y 13 suelen tener buenos valores de reventa y permanecer en el mercado por más tiempo. Esto permite que el producto siga siendo relevante y buscado incluso después del lanzamiento de nuevos modelos. Centrarse en accesorios para modelos específicos como iPhone 11 y 13 posibilita crear una estrategia de marketing más específica y eficaz. Se puede dirigir los esfuerzos de marketing directamente a los usuarios de estos modelos aprovechando su lealtad a la marca y su voluntad de invertir en accesorios de calidad.

Tabla 3: Modelo de celular.

MODELOS DE CELULAR	CANTIDAD	%
iPhone	181	71,5%
Android	72	28,5%
TOTAL ENCUESTADOS	253	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Modelos de iPhone.

MODELO DE IPHONE	CANTIDAD	%
iPhone 6s	1	0,55%
iPhone 8 plus	1	0,55%
iPhone SE 2020	2	1,10%
iPhone X/xs	3	1,66%
iPhone Xr	5	2,76%
iPhone 11	65	35,91%
iPhone 12	11	6,08%
iPhone 12 mini	4	2,21%
iPhone 12 pro max	3	1,66%
iPhone 13	39	21,55%
iPhone 13 pro	5	2,76%
iPhone 13 mini	1	0,55%
iPhone 13 pro max	3	1,66%
iPhone 14	15	8,29%
iPhone 14 pro max	4	2,21%
iPhone 15	7	3,87%
iPhone 15 pro	5	2,76%
iPhone sin especificar	7	3,87%
TOTAL	181	100%

Fuente: Elaboración propia.

Con el objetivo de estudiar el perfil de clientes que compran habitualmente productos similares a los que se están proponiendo, así como analizar cuáles son los principales servicios/productos solicitados por ellos, se realizó un estudio mediante una encuesta. Los datos que se recogieron de las 96 personas que consumen accesorios de celular son que el segmento entre los 14 a las 20 años 18 personas compran accesorios de celular, el segmento de 20 a 30 años

59 personas votaron que consumen accesorios de celular, el segmento de 30 a 40 años 12 personas votaron que compran accesorios, el segmento de 40 a 55 años 6 personas votaron que consumen accesorios de celular y el segmento de más de 55 años solo una persona voto que compra accesorios de celular. Por esta razón nuestro foco estará mayormente en los segmentos entre 14 a 40 años, lo que es un 92% de las 96 personas que votaron que, si compran accesorios de celular, este será nuestro público objetivo que se centrará en los grupos etarios de adolescencia, juventud y adultez.

Este grupo tiende a tener mayores niveles de consumo y poder adquisitivo, suelen encontrarse en la etapa de exploración y formación de hábitos de consumo, lo que consigue hacerlos receptivos a nuevas marcas y productos. Este grupo suele ser uno de los primeros en adoptar nuevas tendencias, tecnologías y productos innovadores. Enfocarse en este grupo puede impulsar la penetración en el mercado y generar un boca a boca positivo si el producto o servicio tiene repercusión en ellos. Los jóvenes y los adultos permanecen altamente conectados a través de redes sociales y plataformas en línea, esto simplifica la difusión viral de mensajes de marketing y la comunicación directa, lo cual es crucial para la visibilidad y la construcción de marca en los círculos sociales.

Pero de igual manera no hay que dejar de lado el segmento de los adultos mayores, cada vez más personas mayores utilizan teléfonos inteligentes y otros dispositivos móviles. Están interesados en accesorios que les faciliten el uso de sus dispositivos, como estuches fáciles de operar, soportes fáciles de ver y más. Suelen tener un poder adquisitivo estable y en muchos casos es más alto que el de los más jóvenes. Ignorar este segmento significaría perder importantes oportunidades de mercado. Dado que es posible que muchos competidores solo se centren en los jóvenes, tener algunos productos dirigidos específicamente a las personas mayores puede hacer que el emprendimiento se destaque y se forje un nicho menos explorado pero rentable. Un emprendimiento inclusivo demuestra sensibilidad hacia todos los grupos demográficos. Demostrar que la marca considera las necesidades de

los adultos mayores no solo fortalece la imagen del emprendimiento, sino que también fomenta la inclusión y la diversidad en el mercado.

Al comprender y atender con precisión a los clientes objetivo dentro de estos grupos demográficos clave, las nuevas empresas pueden posicionarse estratégicamente para competir de manera efectiva en el mercado y sentar una base sólida para el crecimiento y la expansión futuros.

7) Plan de marketing

Un plan de marketing bien realizado al inicio del emprendimiento puede facilitarle un itinerario estratégico y táctico para guiarlo en la construcción y promoción de la marca, maximizando las posibilidades de éxito en el mercado.

Lo hace un material esencial para construir una base sólida y competitiva desde el principio. De igual manera, un adecuado plan puede ayudar a identificar y segmentar a la audiencia en función de sus necesidades, preferencias y comportamiento de compra. Esto permite adaptar sus mensajes y su estrategia para maximizar el impacto. El marketing de igual manera implica monitorear constantemente las tendencias del mercado y ajustar su estrategia según sea necesario. Esto ayuda a mantenerse relevante y responder rápidamente a los cambios en las preferencias de los consumidores o el entorno competitivo.

El mercado potencial para este emprendimiento corresponde a todos los usuarios de Smartphones, es un segmento extremadamente amplio para la sociedad debido a la alta tasa de penetración de estos equipos en el país, y que como se vio, se espera que en el corto plazo éstas continúen aumentando llegando a cubrir a la gran mayoría de la población. El estudio realizado no descarta a ningún segmento etario, ni de algún sexo, el perfil de las personas que parece decidida a comprar los productos se concentra en los segmentos desde los 14 años hasta los 40, lo cual la personalidad del negocio será dirigida de mayor manera hacia ese segmento.

El enfoque principal de este negocio es brindar un servicio de calidad, generando una ventaja competitiva, con precios accesibles y productos

llamativos para el cliente. Es por esto que si bien se pretenden lograr precios justos, el foco está sin dudas en la diferenciación, dando un servicio que sea mucho más satisfactorio con respecto a la competencia.

- **Producto**

Para empezar es importante que todos los detalles del producto estén presentes en la descripción, específicamente un producto tangible, una serie de aspectos como el tamaño, el color, las medidas o materiales y el embalaje, pueden ser determinantes para que un comprador termine viendo tu producto como algo imprescindible, por lo cual es muy relevante el mantener siempre una buena gama de productos atractivos, llenando la red social de publicaciones, promociones, historias, entre otros, motivando al cliente a visitar el perfil y vitrinear.

- **Carcasas:** Las fundas para Smartphone permite a los usuarios personalizar su teléfono para adaptarlo a su estilo y personalidad. Con una variedad de opciones de diseño, desde colores sólidos hasta estampados y texturas, los usuarios pueden elegir una funda que refleje su gusto personal. Además de proteger el teléfono contra caídas y golpes, algunas fundas están diseñadas con materiales duraderos para resistir el desgaste diario. Esto ayuda a prolongar la vida útil de su teléfono al reducir el riesgo de daños por el uso regular. Un porcentaje de fundas están elaboradas para ofrecer funciones adicionales, como soporte integrado para ver videos, batería adicional para una vida útil más larga e incluso resistencia al agua y al polvo.

Según la encuesta, el producto que más compran son carcasas para celular, con un 59,3% de, de tal forma que, lo hace un producto potencial en el que se debe enfocar para atraer a la mayoría de clientela, de tal forma que se incluirán 5 líneas de carcasas. La

variedad de fundas que se implementaran en el emprendimiento son en base a la encuesta realizada, las que son:

- **Carcasas lisas con manzanita tipo Apple:** Las fundas estilo Apple suelen estar fabricadas con materiales de alta calidad, como policarbonato, silicona de alta calidad o materiales compuestos para mayor durabilidad y protección. El diseño es generalmente limpio, minimalista y

hermoso, siguiendo las líneas de diseño características de Apple. Esto puede incluir acabados mates o brillantes, colores sobrios y detalles cuidadosamente integrados. La funda del teléfono tipo

Apple presenta el logotipo de Apple en la parte posterior, lo que no sólo añade un toque de realismo,

sino que también capta la atención visual del usuario. A pesar de sus diseños delgados y livianos, las fundas estilo Apple generalmente ofrecen una protección adecuada contra golpes, caídas y rayones. Pueden tener refuerzos en las esquinas o tecnología específica para absorber impactos.



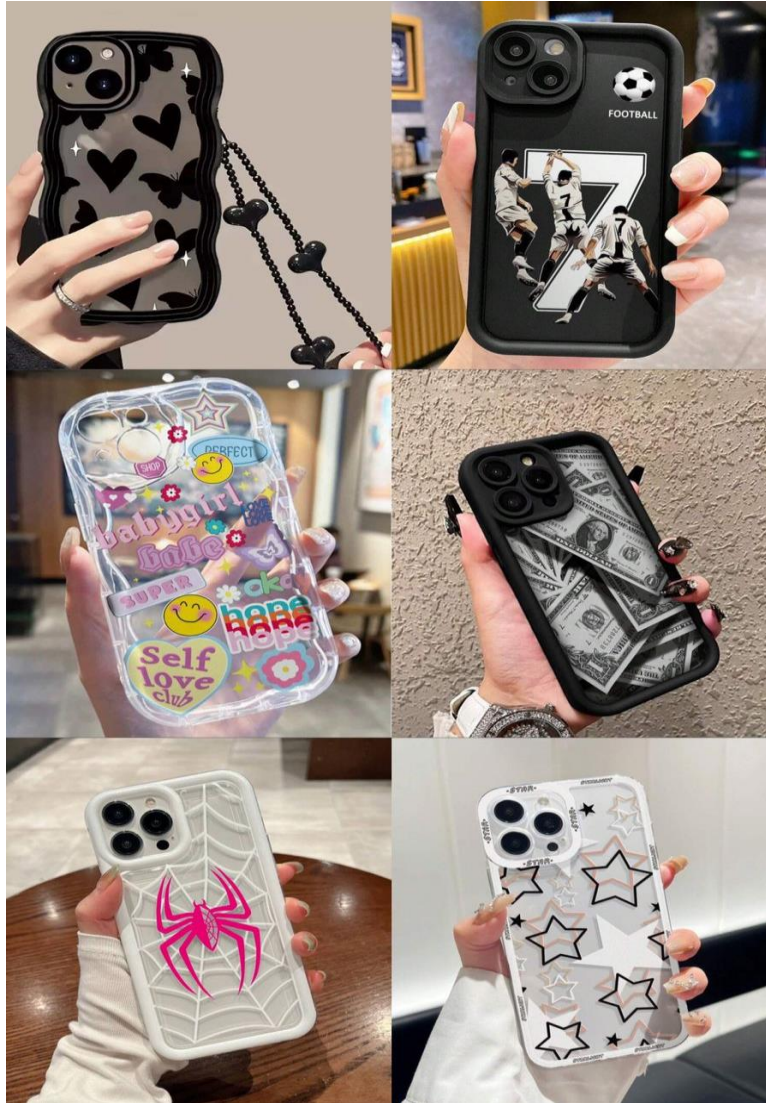
- **Carcasas lisas de un solo color:** Las fundas monocromáticas para teléfonos son muy populares y hay muchas razones por las que la gente prefiere este tipo de fundas. Por lo general, tienen un aspecto limpio y sencillo que muchas personas consideran elegante y sofisticado.

Para un entorno profesional, una funda de color liso puede parecer más apropiado y serio que una carcasa con patrones o dibujos animados. Los colores neutros sólidos combinan fácilmente con cualquier vestimenta y



estilo, lo que los hace perfectos para el uso diario. Los colores sólidos son menos susceptibles al desgaste visual que los diseños detallados, lo que permite que el estuche se mantenga como nuevo por más tiempo. Algunas personas simplemente prefieren un estilo más sobrio y minimalista, y eso es lo que ofrecen las fundas monocromáticas para teléfonos. Las fundas de colores lisos suelen ser más baratas que aquellas con diseños elegantes o personajes con licencia.

- **Carcasas con diseño variados:** Las fundas protectoras diseñadas para mejora la apariencia del teléfono, convirtiéndolo en un accesorio elegante. Esto es especialmente importante para quienes ven su teléfono como una extensión de su estilo personal. La amplia gama de



opciones permite que las personas se sientan únicas al elegir diseños inusuales. Algunos buscan diseños limitados o personalizados para destacar. Así mismo, son populares como regalos y objetos de colección. A algunas personas les

gusta cambiar sus fundas con frecuencia según la ocasión, el estado de ánimo o la estación. Las redes sociales y los influencers tienen una fuerte influencia en las tendencias de moda y diseño. Ver influencers usando ciertos diseños puede aumentar la popularidad. Además del diseño, muchas fundas ofrecen características adicionales, como una mejor protección, soportes integrados o compartimentos para tarjetas, lo que los hace aún más atractivos.

- **Carcasas de dibujos animados:** Las fundas para teléfonos móviles con diseños de dibujos animados suelen ser de colores brillantes,

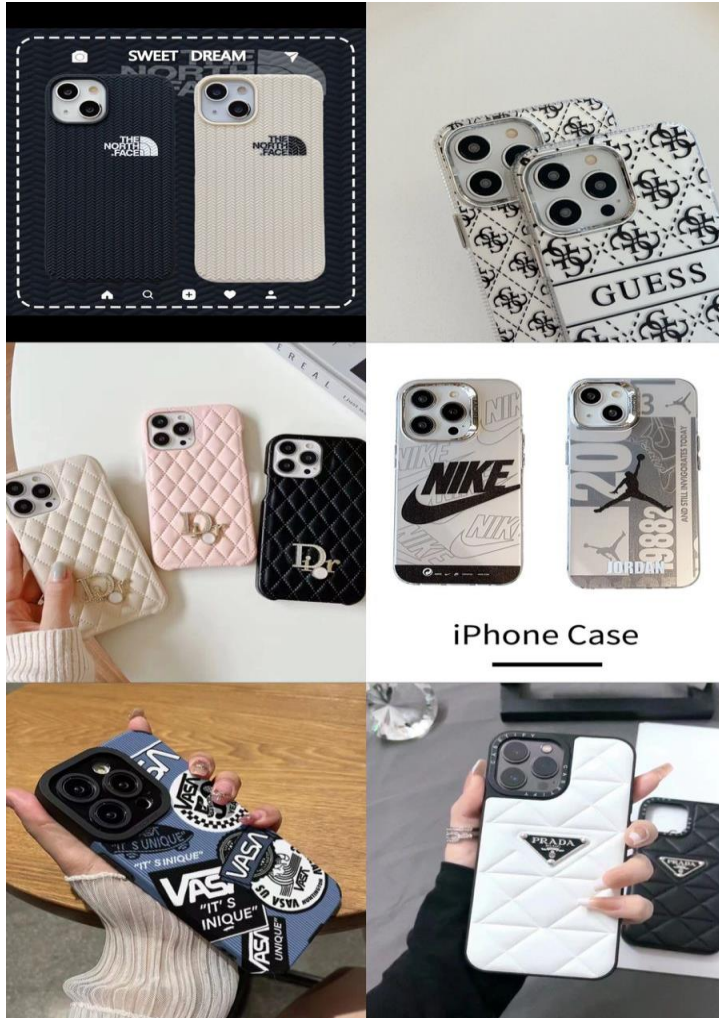


visualmente impactantes, llamativos y agradables a la vista. Los personajes de dibujos animados pueden ser icónicos y fácilmente identificables, lo que hace que las personas se sientan parte de una comunidad de fans. Algunos dibujos animados o personajes se

ponen de moda y tener una funda con tal diseño puede verse como algo moderno y con estilo. Son un regalo popular, especialmente para niños y adolescentes, porque combinan funcionalidad con un diseño divertido. Al igual que el atractivo visual, las fundas protegen su dispositivo de golpes y caídas. Los dibujos animados suelen formar parte de una estrategia de marketing más amplia que incluye una variedad de productos, incluidos estuches, para motivar a los fans a comprar.

- **Carcasas de marcas:** Las marcas de renombre a menudo invierten en materiales de mayor calidad y procesos de fabricación más rigurosos, lo que da como resultado fundas más resistentes y duraderas, a

menudo están diseñados específicamente para un modelo de teléfono específico, lo que garantiza un ajuste perfecto y acceso completo a todos los puertos y botones. Normalmente ofrecen diseños únicos y atractivos que pueden reflejar su estilo o preferencias



iPhone Case

personales. Estos estuches pueden tener logotipos o patrones únicos para que se destaquen. Es posible que se experimente una sensación de identificación o afinidad con la marca, especialmente si la persona es fanático de sus productos en otras áreas como el deporte o la moda.

Dependiendo de la marca, algunas fundas pueden incluir tecnología avanzada, como materiales especiales que absorben los golpes o características adicionales, como soportes magnéticos para automóviles.

- **Láminas de vidrio:** El segundo foco principal según la encuesta realizada está en las láminas de vidrio o protector de pantalla. De las 96 personas que votaron que consumen accesorios de celular 41



personas compran semana por medio, 23 personas compran al menos una vez al mes y 7 personas compran cada semana. La lámina de vidrio actúa como una barrera física entre la pantalla del celular y el entorno externo, protegiéndola de arañazos, golpes y

roturas accidentales. Esto ayuda a prolongar la vida útil del teléfono y a mantener su aspecto como nuevo por más tiempo. La mayoría de las láminas de vidrio vienen con kits de instalación que facilitan su aplicación en la pantalla de su teléfono sin dejar burbujas ni residuos. Además, si la lámina se daña o desgasta con el tiempo, se puede reemplazar fácilmente sin afectar la pantalla original del dispositivo. Este producto es bastante bueno para complementar con las fundas de celular, por lo cual, se pueden hacer promociones de estos dos productos para incentivar su compra.

- **Cargadores:** Los cargadores son un accesorio imprescindible para los teléfonos móviles y la demanda de estos productos es constante. Los usuarios necesitan cargadores para mantener sus dispositivos alimentados y funcionando correctamente, y son un complemento natural para otros accesorios del Smartphone como fundas, laminas para la pantalla, audífonos, etc. Lo que significa que existe un mercado estable para este tipo de productos. Una vez que un cliente compra un teléfono u otro accesorio, es posible que también necesite cargadores adicionales o de



reemplazo. Ofrecer una gama completa de accesorios, incluidos los cargadores, puede aumentar la comodidad del cliente y fortalecer la marca del emprendimiento. Un cargador de calidad y un buen servicio al cliente pueden mejorar la experiencia general del cliente. Ofrecer una garantía, una política de devolución flexible y un servicio al cliente receptivo genera confianza en la marca y ayuda a construir una sólida reputación en el mercado.

Según los datos recogidos de la encuesta, este es el tercer producto más votado, con 66 votos de personas que consumen accesorios de celular, 11 de ellas compran al menos una vez al mes cargador completo, 13 personas compran cada semana y 38 personas compran semana por medio. Lo que lo hace que sea un buen

producto para incluir en el emprendimiento y complementar con accesorios que utilizan más a menudo los usuarios.

- **Cable USB tipo C:** Los cables USB tipo C son populares como estándar ampliamente adoptado en dispositivos modernos, incluidos los teléfonos inteligentes. Proporcionan una conexión más fuerte y reversible, lo que facilita la conexión sin preocuparse por la orientación del conector. Generalmente admiten velocidades de transferencia de datos más rápidas que sus predecesores. Esto es esencial para sincronizar eficazmente archivos grandes, como fotos, vídeos y documentos, entre los teléfonos y otros dispositivos, como computadoras o unidades de almacenamiento externas. Muchos cables USB tipo C están diseñados para admitir tecnologías de carga rápida como Power Delivery (PD) o Quick Charge, lo que le permite cargar la batería de su teléfono a



velocidades más altas que los cables más antiguos. Esto es especialmente útil cuando se necesita cargar rápidamente el dispositivo en caso de emergencia o mientras se realiza un viaje.

Según la encuesta una gran mayoría de usuarios compra estos cables, por las razones mencionadas pues ha mejorado significativamente la experiencia del usuario al ofrecer mayor velocidad, durabilidad, eficiencia energética y versatilidad en comparación con los cables USB más antiguos, asimismo prepara al Smartphone para integrarse mejor con otros dispositivos y tecnologías modernas, por lo cual incluirlo en el emprendimiento

puede ser beneficioso por la demanda y popularidad, puede aumentar las ventas totales, puesto a que muchos usuarios prefieren comprar cables adicionales para usarlos en el trabajo, el auto o el hogar, esto representa una gran oportunidad adicional de ingresos para el emprendimiento, pudiendo contribuir positivamente a la imagen de la marca y a las ventas generales de los productos electrónicos.

- **Adaptador carga rápida:** Con un adaptador de carga, puedes cargar tu teléfono en cualquier lugar donde haya un tomacorriente, lo cual es crucial para mantener el dispositivo conectado y funcional en todo momento. Un adaptador de carga adecuado garantiza que el teléfono reciba la cantidad acertada de energía y se cargue de manera eficiente. Esto es fundamental para mantener la vida útil de la batería y evitar daños por sobrecarga o carga insuficiente.

Proporcionar

adaptadores de carga de calidad puede hacer que la marca se destaque en un mercado competitivo.

Conforme a la encuesta ejecutada este es un producto complementario que de igual manera tiene una gran demanda a nivel nacional, es por

esto que proporcionar este adaptador para la venta, se está añadiendo valor percibido al paquete de accesorios ofrecidos, brindando accesorios útiles y de alto rendimiento para



complementar los principales productos, lo cual genera una oferta mucho más atractiva para los clientes, particularmente si se brinda un adaptador de buena calidad, con garantía y está diseñado para ser funcional y duradero.

- **Protector de cámara:** La cámara de un teléfono es una de las partes más frágiles y expuestas, cualquier daño en la lente de la cámara afectará la calidad de las fotos y videos que se capturen. Un



protector de cámara evita rayones, golpes y grietas que pueden dañar permanentemente la lente o el sensor, este producto mantiene la lente en óptimas condiciones para obtener imágenes claras y nítidas.

Algunos protectores

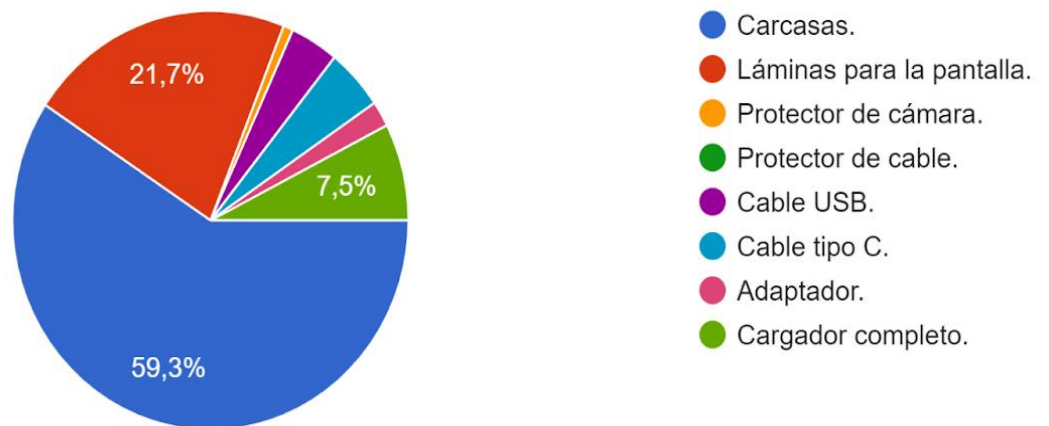
están diseñados estéticamente para complementar el diseño general del teléfono sin comprometer la funcionalidad. A medida que aumenta el uso de los teléfonos móviles y las personas dependen cada vez más de las cámaras para capturar momentos importantes, la demanda de protectores de cámara sigue aumentando, debido a la importancia de mantener en buen estado las lentes de la cámaras, para la calidad de las fotografías o videos, los usuarios son más conscientes de la necesidad de proteger los lentes. Por lo cual como se vio en los datos reflejados de la encuesta, los teléfonos móviles

que más se repitieron que usan los usuarios es de la marca Apple, específicamente desde el iPhone 11 hacia arriba, en consecuencia, estos dispositivos cuentan con más de una cámara, igualmente un % compra protectores de cámara, por lo que incluir este producto en el emprendimiento permite aprovechar una tendencia creciente, diversificar la línea de productos de tal forma que, permita ofrecer soluciones de protección específicas que complementen otros accesorios como fundas, protectores de pantalla y cargadores.

Grafico 4: Accesorios con más frecuencia.

¿Cuál es el accesorio que compras con más frecuencia?

253 respuestas



Fuentes: Creación propia según datos recopilados de Google Forms

- **Precio**

Al ser casi el 100% de los productos que se ofrecen artículos importados para determinar los precios se partió de la base del valor venta de cada producto vendido en el territorio nacional o en las páginas web, ya sea Shein y Shopee, en base a eso también en el valor del envío y si es que hay que cancelar una tasa de tramitación.

La estrategia a utilizar para diferenciarse de la competencia es que el emprendimiento se introduzca en el mercado con precios más bajos que ellos, al ofrecer esto, puede atraer a clientes potenciales que sean sensibles a los precios y estén dispuestos a cambiar de proveedor si descubren una mejor oferta. Los precios más bajos a menudo incentivan a los clientes a comprar con más frecuencia o en mayores cantidades, lo que puede incrementar las ventas y el valor de vida del cliente. Este mercado está en constante crecimiento al igual que está un poco saturado, por lo tanto, brindar valores más bajos puede distinguir al emprendimiento de su competencia, convirtiéndolo en una opción atractiva para que los consumidores comparen precios.

Los precios serán:

PRECIO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS	
Lisas de un solo color	\$ 6.000
Lisas con manzanita	\$ 7.000
Con diseños variados	\$ 6.000
De dibujos animados	\$ 6.000
De marcas	\$ 7.990
Laminas de vidrio	\$ 3.500
Cargador completo	\$ 15.000
Cable usb tipo c	\$ 9.000
Adaptador	\$ 12.000
Protector de cámara	\$ 3.500

Fuente: *Elaboración propia.*

No obstante, es fundamental abordar esta estrategia con cautela y tener en cuenta algunos riesgos potenciales, como por ejemplo la necesidad de grandes volúmenes para equilibrar los precios bajos, la disminución de los márgenes de beneficio y la posibilidad de que se generen percepciones negativas de la calidad si los precios son demasiados bajos en relación con el precio del mercado.

- **Plaza**

La plaza principal para un negocio de solo venta online son los canales digitales, es importante diseñar una estrategia de distribución efectiva que se alinee con los objetivos del negocio y las necesidades de los clientes.

Inicialmente se creará un Instagram para el emprendimiento, en el cual se encontrará toda la información relevante sobre los productos e historias destacadas con los servicios que se ofrecerá, así el cliente puede obtener toda la información necesaria para luego efectuar la compra. Posteriormente se hará un Facebook con el mismo nombre que en Instagram para publicar la misma información relevante para el público objetivo de la red social e igualmente publicarlas en Marketplace, debido a que este tiene gran ventajas de expansión porque tiene infraestructuras establecidas que permitirá al emprendimiento a tener un gran alcance a nivel nacional, sin necesidad de tener lugares físicos en diversos lugares.

Se harán publicaciones en historias y en el feed constantemente para mantener activo el perfil y mantener a la gente con información, no solo de los productos, si no, de sus cuidados, consultas y garantías.

Paralelamente se considerará realizar alianzas estratégicas con influencers, ellos suelen tener un gran número de seguidores en las redes sociales y muchos de sus seguidores tienden a creer en sus opiniones, lo que puede aumentar de forma rápida y eficaz la visibilidad del emprendimiento. Son expertos en crear contenido

original, atractivo y relevante, dependiendo del tipo de influencer, se puede llegar a nichos de mercado específicos que puedan estar interesados en los productos, aumentando las posibilidades de conversión.

De igual modo, se contemplará realizar publicidad pagada con la red social Instagram, en vista de que tiene una base de usuarios amplio y diverso, lo que permite llegar a audiencias específicas según sus comportamientos, intereses y datos demográficos. Puede incrementar la visibilidad del emprendimiento, aumentando así la credibilidad y el reconocimiento de la marca. Dado que Instagram es propiedad de Facebook, los anuncios de ambas plataformas se pueden gestionar desde una única herramienta (Ads Manager), simplificando la gestión de campañas.

- **Entregas:** Las entregas son fundamentales para el emprendimiento, puesto a que entregar productos o brindar servicios de calidad a tiempo aumenta la satisfacción del cliente, lo cual genera recomendaciones positivas y fidelidad con ellos, cada entrega es una oportunidad para recopilar comentarios de los clientes y aprender de la experiencia, esta retroalimentación es invaluable para guiar la entrega y mejoras futuras de productos o servicios, así poder adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado. Es fundamental tener un plan claro sobre lo que desea entregar y cuándo. Esto incluye dividir el trabajo en tareas más pequeñas y manejables, establecer plazos realistas y asignar los recursos adecuados.

Lugar de entregas:

- **Viña del Mar:** Las entregas serán efectuadas los días lunes, miércoles y viernes en el centro de Viña del Mar y

en el Mall Marina Arauco. Los horarios de las entregas serán confirmados el día anterior, acomodándose al horario del cliente igualmente.

- **Valparaíso:** Las entregas serán los días lunes, miércoles y viernes en el Congreso de Valparaíso y en la plaza Sotomayor. Los horarios de las entregas serán confirmados el día anterior, acomodándose al horario del cliente igualmente.
- **San Felipe:** Las entregas se realizarán los fines de semanas el día sábado en el centro de San Felipe y el terminal de buses. Los horarios de las entregas serán confirmados el día anterior, acomodándose al horario del cliente.
- **Putendo:** Las entregas se realizarán los fines de semanas los días sábado y domingo, en el centro de Putaendo y en el Hospital. Los horarios de las entregas serán confirmados el día anterior, acomodándose al horario del cliente.

En definitiva, las entregas son un proceso continuo y multidimensional que requiere planificación, comunicación efectiva, enfoque en la calidad y capacidad de adaptación. Al centrarse en las entregas regulares y en el valor para el cliente, los emprendimientos pueden aumentar sus posibilidades de éxito a largo plazo.

- **Envíos:** Los envíos a regiones pueden ser demasiado importantes para el crecimiento del emprendimiento por varias razones, puede llegar a futuros clientes potenciales que están fuera del alcance geográfico, cuantas más personas tengan

acceso a los productos o servicios a través de envíos a regiones, mayor será el potencial de generación de ingresos. Centrarse únicamente en los mercados locales puede resultar arriesgado. Expandirse a otras regiones a través de envíos por las agencias nacionales (Starken, CorreosChile, BlueExpress, Chilexpress) puede diversificar el riesgo en lugar de depender únicamente de las condiciones económicas o sociales de una única zona geográfica. Igualmente puede ayudar a construir relaciones sólidas con los clientes y futuros clientes, mostrándoles que el emprendimiento valora su negocio y está dispuesto en hacer un esfuerzo adicional para poder satisfacer las necesidades de todos. Los envíos a regiones son esencial para mantenerse al día con la competencia, es por esto que son un papel crucial en el crecimiento y el éxito continuo del emprendimiento. Los envíos a regiones serán por pagar y se realizaran los días lunes y viernes de cada semana, serán enviados por la sucursal que le acomode al cliente.

Precio de los envíos:

- **BlueExpress:** A todo Chile por pagar a \$3.690 aprox, con una demora entre 4-5 días hábiles app.
- **Starken:** Santiago-zona urbana por pagar a \$4.590 aprox, con una demora entre 24 a 72 hábiles hrs.
- **Starken:** A regiones por pagar a \$4.990 aprox, con una demora entre 1 a 3 días hábiles app.
- **Chilexpress:** A regiones por pagar a \$6.990 aprox, con una demora entre 24 a 48 hrs hábiles app.

- **CorreosChile:** A regiones por pagar a \$4.990 aprox, con una demora entre 1 a 4 días hábiles app.

Días de envíos:

- **Lunes:** Se realizarán los días lunes de cada semana, se esperarán pagos hasta el mediodía para poder realizar el envío ese mismo día, si no, queda para el siguiente día de envíos acordado. Si cae un día lunes feriado, los envíos quedan para el día martes. Los envíos serán en todas las agencias dependiendo la elección del cliente.
 - **Viernes:** Se realizarán los días viernes de cada semana, se esperarán pagos hasta el mediodía para poder realizar el envío ese mismo día, si no, queda para el siguiente día de envío acordado. Si cae un día viernes feriado, los envíos quedaran para el día sábado si es que este no cae feriado igualmente, si es así, quedan para el lunes de la semana que viene. Los envíos serán en todas las agencias dependiendo la elección del cliente.
- **Promoción**

La promoción es fundamental en un mercado en pleno crecimiento como este, no solo para atraer a los clientes actuales y destacar la marca por encima de la competencia, sino también para expandir el mercado y dar a conocer nuevas opciones a los consumidores

El marketing a través de las redes sociales tiene la ventaja de que se puede interactuar dinámicamente con el usuario, por lo cual es un medio ideal para comenzar, además es un excelente método de difusión, de mejoramiento de la imagen de marca y finalmente una buena fuente de información acerca del público objetivo.

- **Campañas en redes sociales:** Las actividades que se realizarán inicialmente serán mediante Instagram, debido a que es la red social más utilizada últimamente junto con Tik Tok. Lo que se hará es publicidad pagada a Instagram para promocionar las post subidos al perfil, esto se realizará para tener mayor alcance de personas dentro de todo el país y así el negocio lo vayan conociendo e interactuando más futuros clientes. Posteriormente se realizarán reels entretenidos para subir al perfil de Instagram y sean más llamativos para las personas, no solo subir los productos, si no, explicar el producto en sí, su composición, durabilidad e ir dando a conocer las nuevas opciones al consumidor, un consumidor que está recién conociendo las nuevas posibilidades que se están generando. Como se observó en el estudio realizado en la encuesta la preferencia por las carcasas lisas de un solo color es más del 70%, es por esto, que se harán diversas promociones con este tipo de carcasas. Al brindar un incentivo inicial para que los clientes prueben el producto o servicio, puede comenzar a construir una base de clientes leales, muchos consumidores pueden dudar en comprar cosas nuevas, un descuento inicial puede ayudar a superar el obstáculo inicial y animarlos a realizar su primera compra. De igual modo las ofertas por tiempo limitado o de edición limitada pueden crear una sensación de urgencia para los clientes potenciales. Esto puede motivarlos a actuar rápidamente antes de perder la oportunidad de obtener un buen precio. Los clientes que reciben un buen descuento o promoción pueden compartir su experiencia positiva con amigos y familiares, lo que puede generar un buen boca a boca y aumentar su base de clientes.
- **Campañas tradicionales:** Siempre es bueno tener publicidad física, aunque hayan pasado de moda y el centro de atención este en internet, el boca a boca, los afiches, las tarjetas de información,

siguen siendo útil para ampliar el mercado y puede ser muy efectiva cuando se combinan con estrategias digitales y otras formas de marketing, por lo que dejar en negocios tarjetas informativas con un código QR, con toda la información del emprendimiento, para que posteriormente las personas ingresen a la red social y asimismo que les salga el catálogo con los productos a ofrecer.





8) Plan de operaciones

I. Abastecimiento

Un plan de suministro bien estructurado posibilita gestionar eficazmente los recursos financieros del emprendimiento, esto abarca la compra o adquisición de materias primas, productos terminados o servicios necesarios para la operación. Al planificar estratégicamente las compras se logra negociar mejores precios y condiciones con los proveedores, esto ayuda directamente a reducir los costos operativos y mejorar los márgenes de beneficios del emprendimiento. Una buena planificación del suministro garantiza que haya suficientes productos o materias primas disponibles en el momento y cantidad apropiada para satisfacer la demanda del mercado, esto previene exceso de

inventario, problemas de escasos lo que ayuda a optimizar la gestión del stock disponible.

La encuesta realizada a 253 personas nos contribuyó para poder gestionar ¿Cuánto pedir?, ¿Cada cuánto pedir?, para poder satisfacer de la mejor manera a los clientes.

Se compra el mes anterior, es decir, se compra en enero lo que se vende en febrero. Esto se sacó en base a los datos consolidados que se hicieron en el punto 5, según la variación de algunos meses con variación del 10%, algunos meses sin variación y algunos meses con -10% de variación. El mes base fue junio, puesto a que, fue el mes que se realizó la encuesta estructurada para poder realizar el análisis.

Estas variaciones dependen de varios factores, por ejemplo en el mes de julio empiezan las vacaciones escolares en el país, por ende, muchas personas aprovechan de realizar compras especialmente en áreas como viajes, entretenimiento y tecnología, lo cual, los consumidores buscan productos que se puedan llevar a los viajes para proteger o personalizar sus aparatos, esto generará mayor demanda, por esto, sería un mes que se podría esperar una variación del 10%. Al igual que en noviembre, ya que, hay Cyberday o Blackfriday, que es lo más esperado del año para los consumidores. En Diciembre lo mismo, es un mes que salen los jóvenes de vacaciones y siempre quieren andar a la moda y personalizar sus aparatos en caso de que salgan de viaje. Marzo se podría esperar que sea un mes bajo en ventas, a causa de que, es un mes donde la mayoría entra a estudiar o trabajar, por ende, los consumidores dedican su sueldo en cosas más útiles, como por ejemplo los uniformes del colegio, cuadernos, libros, entre otros.

Tabla 5: Cantidades vendidas mensualmente.

MES	sin variación	sin variación	-10%	sin variación	sin variación	MES BASE	10%	sin variación	sin variación	sin variación	10%	10%	TOTAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Cantidad	661	661	595	661	661	661	727	661	661	661	727	727	8.063
Lisas de un solo color	29	29	26	29	29	29	32	29	29	29	32	32	354
Lisas con manzanita	28	28	25	28	28	28	31	28	28	28	31	31	342
Con diseños variados	43	43	39	43	43	43	47	43	43	43	47	47	525
De dibujos animados	18	18	16	18	18	18	20	18	18	18	20	20	220
De marcas	55	55	49	55	55	55	60	55	55	55	60	60	670
Laminas de vidrio	133	133	120	133	133	133	146	133	133	133	146	146	1.623
Cargador completo	139	139	125	139	139	139	153	139	139	139	153	153	1.696
Cable usb tipo c	38	38	34	38	38	38	42	38	38	38	42	42	464
Adaptador	114	114	103	114	114	114	125	114	114	114	125	125	1.391
Protector de cámara	64	64	58	64	64	64	70	64	64	64	70	70	781

Fuente: Elaboración propia

Dado a que como se explicó anteriormente en la tabla, se visualiza los productos que se pueden vender en el mes, en vista de eso, las cantidades a pedir serán en enero 661, febrero 595, marzo 661, abril 661, junio 727, junio 661, julio 661, agosto 661, septiembre 661, octubre 727, noviembre 727 y diciembre 661. Se compra el mes anterior, es decir, se compra en enero lo que se vende en febrero.

Tabla 6: Abastecimiento.

CANTIDADES A PEDIR

ABASTECIMIENTO	-> se compra el mes anterior, es decir, se compra en enero lo que se vende en febrero.											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Cantidad	661	595	661	661	661	727	661	661	661	727	727	661
Lisas de un solo color	30	27	30	30	30	33	30	30	30	33	33	30
Lisas con manzanita	30	27	30	30	30	33	30	30	30	33	33	30
Con diseños variados	39	35	39	39	39	43	39	39	39	43	43	39
De dibujos animados	17	15	17	17	17	19	17	17	17	19	19	17
De marcas	56	50	56	56	56	61	56	56	56	61	61	56
Laminas de vidrio	133	120	133	133	133	146	133	133	133	146	146	133
Cargador completo	139	125	139	139	139	153	139	139	139	153	153	139
Cable usb tipo c	38	34	38	38	38	42	38	38	38	42	42	38
Adaptador	114	103	114	114	114	125	114	114	114	125	125	114
Protector de cámara	64	58	64	64	64	70	64	64	64	70	70	64

Fuente: Elaboración propia

II. Servicio al cliente

Para lograr que se cumpla con todos los estándares de atención deseados y poder ofrecer un servicio estandarizado, se definirán políticas a realizar:

- **Servicio post venta:** No olvidar a los clientes luego de realizada su compra, orientarlos en el cuidado de los accesorios, si es que requieren instalación y comentarles cuales productos tienen garantía y cuáles no, para confirmar de que estén satisfechos y felices con sus compras.
- **Canal de comunicación abierto:** Permitir a los clientes la comunicación por redes sociales, responder rápidamente las

preguntas, los comentarios o preocupaciones que realizan para evidenciar que importa su opinión.

- **Atención personalizada:** Realizando las dos políticas anteriores, los usuarios se sentirán valorados y escuchados, es por esto que responder cuando escriben en redes sociales con amabilidad y educación y ser empáticos es un factor clave para poder ser capaz de responder las necesidades específicas de cada cliente.
- **Feed back y mejora continua:** Cada semana regularmente se pueden realizar encuestas o cajas de preguntas en redes sociales para que cada persona de su opinión sobre los productos y servicios brindados. Utilizar esta información para mejorar continuamente, logrando que el emprendimiento se vea comprometido con la excelencia en el servicio al cliente.

III. Garantía

Ofrecer una garantía sólida demuestra confianza en la calidad del producto, esto ayuda a construir relaciones de confianza con los clientes, generando así lealtad a la marca y aumentando las recomendaciones de boca en boca, por esto los clientes se sentirán más seguros al comprar un producto si saben que tiene garantía. Esto reduce el riesgo percibido de la compra y puede impulsar las ventas, también puede ser un factor decisivo cuando los clientes eligen entre diferentes opciones y puede ayudar a generar confianza, reducir el riesgo percibido, diferenciarse de la competencia y aumentar la rentabilidad del emprendimiento.

- **Productos sin garantías pero con soluciones:** Carcasas, protectores de cable, láminas de vidrio, protectores de cámara no tendrán garantía, solamente en caso de que el producto venga dañado desde proveedor, ahí claramente se cambiará por uno en buen estado, si no se encuentra el producto en stock puede cambiarlo por otro accesorio de la tienda, en caso de que al cliente no le guste ningún accesorio para el cambio existen dos opciones, primera opción: esperar a que llegue stock del producto y en su próxima compra obtendrá un 20% de descuento por las molestias causadas y el tiempo esperado, segunda opción: se le hará la devolución de su dinero para no presentar mayores inconvenientes y el cliente quede satisfecho y vuelva a comprar más adelante.

- **Productos con garantía:** Cable USB, Cable tipo C, Adaptador, Cargador completo contarán con un mes de garantía por fallas, los días empiezan a contar desde el día que recibe el producto el cliente. Muchos productos tecnológicos pueden tener defectos de fabricación que no son evidentes al principio. La garantía cubre estos problemas y permite que el producto sea reemplazado sin coste adicional para el cliente.

Los cambios o devoluciones se efectúan en base a las políticas definidas por la empresa y no al juicio de quien está atendiendo, de manera de estandarizar el servicio.

IV. Temas varios

- **Redes sociales:** Las redes sociales proporcionan una plataforma para llegar a audiencias globales de forma rápida y eficiente. Permiten que las nuevas empresas digitales se conecten con clientes potenciales de todo el mundo y

aumenten su visibilidad en línea, son una herramienta poderosa para compartir contenido relevante y atractivo relacionado con el emprendimiento, por ejemplo, publicaciones de reels, videos, infografías, imágenes, historias, etc. Esto ayuda a generar interés en la marca y atraer nuevos clientes. De igual manera se puede compartir la historia, los valores, la misión y la visión de la marca con una audiencia más amplia, lo que ayuda a construir una conexión emocional con los clientes.

- **Métodos de pago:** Los métodos de pago brindan a los clientes una forma cómoda y rápida de realizar compras. Al ofrecer múltiples opciones de pago, como efectivo, transferencia bancaria, pagos móviles y más, aumenta la accesibilidad y la conveniencia para los clientes, lo que se traduce en mayores ventas.

Se establecerá una cuenta bancaria para el negocio, los pagos pueden ser por depósito, transferencia o efectivo, pero siempre se le dará prioridad a la persona que transfiere o deposita por su producto así lo deja reservad@ para él/ella y no se pierde la oportunidad de vender y dejar a un cliente sin su producto. Al momento de enviar los datos del pago, se procederá a esperar un máximo de una hora para que la persona haga el pago del o los productos, posteriormente si este no es efectuado, se procederá a liberar el accesorio para otra persona interesada, esto es por lo mencionado anteriormente de perder la oportunidad de venta a otra persona interesada.

- **Packaging:** Lo primero que ven los clientes potenciales cuando ven el producto es su embalaje, es por esto que cuando un emprendimiento está iniciando es su primera

oportunidad de causar una buena impresión y captar la atención de los consumidores. Además de ser estéticamente agradable, el empaque debe proteger el producto durante el transporte y almacenamiento. Un buen empaque garantiza que el producto llegue al cliente en las mejores condiciones. El packaging debe proporcionar información importante, no solo tiene que ser visualmente atractivo, sino que también informativo. Invertir en un empaque apropiado desde el comienzo puede tener un impacto relevante en el crecimiento y aceptación de los productos en el mercado.

Por esta razón, el packaging será:

- ***Bolsas de papel con mango:*** Tienen un valor de \$20 c/u.



- ***Mandar a estampar el logo del emprendimiento:*** Su precio es de \$60 cada unidad estampada.
- ***Tarjetas pequeñas con el QR informativo del emprendimiento:*** Su valor es de \$25 cada unidad.

9) Plan Financiero

Un plan financiero establece objetivos claros, realistas y ayuda a guiar a la empresa hacia metas específicas y mensurables. Asimismo, ayuda a identificar riesgos financieros potenciales y desarrollar estrategias para mitigarlos, aumentando así la probabilidad de éxito a largo plazo. Ayuda a optimizar el uso de los recursos financieros, evitar gastos innecesarios y maximizar el retorno de la inversión, ayudando así a controlar y monitorear el desempeño financiero de la empresa para que las estrategias puedan ajustarse en función de los resultados reales para mantener el negocio en el camino correcto. De igual manera, permite evaluar la viabilidad del negocio, identificar los recursos necesarios y pronosticar ingresos y gastos. Esto ayuda a determinar si el negocio es financieramente sostenible. Es una herramienta importante para cualquier emprendimiento y empresas grandes, porque proporciona una base sólida para la expansión, oportunidades de inversión y para tomar decisiones estratégicas informadas necesarias para aprovecharlas, aumentando las posibilidades de éxito y sostenibilidad del negocio.

- I. **Determinación de los costos:** Comprender los costos permite planificar el presupuesto correctamente y evitar sorpresas financieras. Es importante saber cuánto dinero se necesitará inicialmente y para qué se utilizará. Ayuda a establecer un precio de venta adecuado para un producto o servicio. Esto garantiza que los precios no sólo cubran los costos sino que también generen una ganancia razonable. Conocer todos los costos es clave para calcular la rentabilidad de una empresa. Esto ayuda a evaluar si el emprendimiento es viable en el largo plazo. Tener una comprensión clara de los costos facilita el seguimiento y control de las finanzas empresariales. Permite identificar áreas donde puede reducir gastos y aumentar la eficiencia. Si una empresa requiere financiación externa o pretende obtener subvenciones o ayudas, es

necesario un análisis detallado de los costes para proponer un plan sólido a inversores o entidades financieras.

Los costos que tiene el emprendimiento van desde: Fundas lisas de un solo color, lisas con manzana tipo Apple, con diseños variados, de dibujos animados, de marcas. Los otros productos son láminas de vidrio, cargadores completos, cable USB tipo C, adaptador y protector de cámara, estos precios están adjuntados en la tabla de abajo. Del mismo modo, los costos también van asociados al packaging, el cual incluirá:

- **Bolsa de papel con mango:** Tiene un valor de \$20 cada unidad.
- **Mandar a imprimir el logo:** Tiene un precio de \$60 cada unidad.
- **Tarjetas pequeñas con el logo del emprendimiento y código QR para el catálogo:** Tienen un valor de \$25 cada unidad.

De igual manera el precio de compra de cada producto que se va a ofrecer sería un costo, que se adjunta en la siguiente tabla.

Tabla 7: Costeo.

COSTEO	PRECIO DE COMPRA	PACKAGING	TOTAL
Lisas de un solo color	2000	105	2105
Lisas con manzanita	2500	105	2605
Con diseños variados	2000	105	2105
De dibujos animados	2200	105	2305
De marcas	3000	105	3105
Láminas de vidrio	1000	105	1105
Cargador completo	8500	105	8605
Cable usb tipo c	5000	105	5105
Adaptador	6500	105	6605
Protector de cámara	900	105	1005

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8: Costeo mensual

MENSUAL

COSTOS													
MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
TOTAL	2.791.105	2.791.105	2.511.538	2.791.105	2.791.105	2.790.597	3.069.657	2.791.105	2.791.105	2.791.105	3.069.657	3.069.657	34.048.842
Lisas de un solo color	61.045	61.045	54.941	61.045	61.045	61.045	67.150	61.045	61.045	61.045	67.150	67.150	744.749
Lisas con manzanita	72.940	72.940	65.646	72.940	72.940	72.940	80.234	72.940	72.940	72.940	80.234	80.234	889.868
Con diseños variados	90.515	90.515	81.566	90.515	90.515	90.629	99.692	90.515	90.515	90.515	99.692	99.692	1.104.877
De dibujos animados	41.490	41.490	37.350	41.490	41.490	41.500	45.650	41.490	41.490	41.490	45.650	45.650	506.232
De marcas	170.775	170.775	153.128	170.775	170.775	170.143	187.157	170.775	170.775	170.775	187.157	187.157	2.080.167
Laminas de vidrio	146.965	146.965	132.269	146.965	146.965	146.965	161.662	146.965	146.965	146.965	161.662	161.662	1.792.973
Cargador completo	1.196.095	1.196.095	1.076.486	1.196.095	1.196.095	1.196.095	1.315.705	1.196.095	1.196.095	1.196.095	1.315.705	1.315.705	14.592.359
Cable usb tipo c	193.990	193.990	174.591	193.990	193.990	193.990	213.389	193.990	193.990	193.990	213.389	213.389	2.366.678
Adaptador	752.970	752.970	677.673	752.970	752.970	752.970	828.267	752.970	752.970	752.970	828.267	828.267	9.186.234
Protector de cámara	64.320	64.320	57.888	64.320	64.320	64.320	70.752	64.320	64.320	64.320	70.752	70.752	784.704

Fuente: Elaboración propia.

II. Determinación de los gastos

- **Gastos en publicidad:** Se hará publicaciones pagadas con la red social Instagram todos los meses por 5 días a la semana con un precio de \$15.000 cada mes. Instagram tiene una base de usuarios muy amplia y posibilita segmentar con precisión la audiencia según intereses, edad, ubicación, género, comportamiento y más. Esto garantiza que los anuncios lleguen a las personas más relevantes para el emprendimiento, lo que aumenta el conocimiento de la marca y ayuda a atraer nuevos clientes potenciales que tal vez no conozcan el negocio.
- **Gasto en capacitaciones:** Se harán capacitaciones 3 meses en el año, estos serán en Marzo, Julio y Octubre, teniendo un costo de \$50.000 cada capacitación. La formación mejora la productividad y la calidad, lo

que se traduce en una mayor satisfacción del cliente y mayores ingresos. Ayudan a inculcar la visión, la misión y los valores de la empresa desde el principio, creando una cultura empresarial sólida. Promueven un entorno que valora las nuevas ideas y las soluciones creativas, lo cual es fundamental para el crecimiento empresarial y la competitividad.

- **Gasto en transporte:** Los gastos en transporte son app \$10.000. Los gastos de transporte pueden representar una gran parte de los costos operativos totales, especialmente si el negocio implica entregas de productos o movimiento frecuente de mercancías. La gestión eficaz de los costos de transporte puede mejorar la logística, acortar los tiempos de entrega y aumentar la satisfacción del cliente. Optimizar rutas y elegir modos de transporte más sostenibles puede reducir el impacto ambiental y mejorar la imagen de una empresa en términos de responsabilidad social corporativa.
- **Gasto de puesta en marcha:** “El pago inicial es de 1 Unidad Tributaria Mensual (UTM) y el pago final asciende a 2 UTM por cada clase solicitada. En consecuencia, el costo total de registrar una marca en Chile, por concepto de derechos o tasas, asciende a 3 UTM totales por cada clase solicitada”. (INAPI, 2018) Por lo cual 3 UTM son \$195.545.

III. Determinación de los ingresos

Comprender los ingresos proyectados es fundamental para una planificación financiera eficaz, ya que permite gestionar el flujo de caja y garantizar la sostenibilidad del negocio. Esta información facilita evaluar la rentabilidad, desarrollar estrategias de precios competitivas, analizar la demanda, optimizar la gestión de inventario y las decisiones estratégicas. Además, unas previsiones claras de ingresos son clave para atraer inversores u obtener financiación externa y pueden mostrar

el potencial del negocio para generar beneficios y cumplir compromisos financieros.

En base a la determinación de los costos y los gastos se hizo el cálculo de los ingresos que darían mes a mes, según los productos que se deben comprar igualmente mes a mes, algunos meses con variación del 10%, algunos meses sin variación y algunos meses con -10% de variación.

Tabla 9: Ingresos mensuales.

INGRESOS													
MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
TOTAL	5.659.950	5.659.950	5.092.808	5.659.950	5.659.950	5.659.950	6.224.544	5.659.950	5.659.950	5.659.950	6.224.544	6.224.544	69.046.039
Lisas de un solo color	174.000	174.000	156.600	174.000	174.000	174.000	191.400	174.000	174.000	174.000	191.400	191.400	2.122.800
Lisas con manzanita	196.000	196.000	176.400	196.000	196.000	196.000	215.600	196.000	196.000	196.000	215.600	215.600	2.391.200
Con diseños variados	258.000	258.000	232.493	258.000	258.000	258.000	284.158	258.000	258.000	258.000	284.158	284.158	3.148.968
De dibujos animados	108.000	108.000	97.224	108.000	108.000	108.000	118.830	108.000	108.000	108.000	118.830	118.830	1.317.714
De marcas	439.450	439.450	394.041	439.450	439.450	439.450	481.605	439.450	439.450	439.450	481.605	481.605	5.354.457
Laminas de vidrio	465.500	465.500	418.950	465.500	465.500	465.500	512.050	465.500	465.500	465.500	512.050	512.050	5.679.100
Cargador completo	2.085.000	2.085.000	1.876.500	2.085.000	2.085.000	2.085.000	2.293.500	2.085.000	2.085.000	2.085.000	2.293.500	2.293.500	25.437.000
Cable usb tipo c	342.000	342.000	307.800	342.000	342.000	342.000	376.200	342.000	342.000	342.000	376.200	376.200	4.172.400
Adaptador	1.368.000	1.368.000	1.231.200	1.368.000	1.368.000	1.368.000	1.504.800	1.368.000	1.368.000	1.368.000	1.504.800	1.504.800	16.689.600
Protector de cámara	224.000	224.000	201.600	224.000	224.000	224.000	246.400	224.000	224.000	224.000	246.400	246.400	2.732.800

Fuente: Elaboración propia.

IV. Elaboración de flujo de caja

El flujo de caja es una herramienta importante para el éxito y la estabilidad de un emprendimiento, especialmente en las primeras etapas. Proporciona a los negocios controles de liquidez detallados, lo que les permite gestionar eficazmente los recursos y tomar decisiones financieras estratégicas. Al monitorear continuamente el flujo de caja se pueden anticipar posibles dificultades financieras, optimizar el uso de los recursos disponibles y evitar el sobre endeudamiento. El flujo de caja no sólo es clave para las operaciones diarias de una empresa, sino que también desempeña un papel vital en la construcción de relaciones con inversores, bancos y otros actores financieros, ya que garantiza la transparencia financiera y aumenta la confianza en la empresa. De esta manera, el flujo de caja contribuye a la sostenibilidad a corto plazo y al crecimiento a largo plazo de una empresa, convirtiéndose en la columna vertebral de la toma de decisiones informada y planificación eficaz.

- *Rentabilidad del negocio:* El flujo de caja proyecta ingresos totales de \$77.224.797 y costos totales de \$34.049.349 lo que genera un resultado de explotación de \$43.175.447. Esto demuestra un margen de ganancia robusto, indicando un modelo de negocio viable con un margen bruto aproximado de más del 50%.
- *Estructura de gastos adicionales:* Se consideran inversiones clave en publicidad (\$180.000), capacitación (\$150.000), transporte (\$120.000) y puesta en marcha (\$195.545). Estas inversiones están orientadas a consolidar la operación inicial y el posicionamiento del negocio.
- *Ganancias netas:* El resultado neto mensual oscila entre \$2.506.271 (marzo) y \$3.129.886 (julio y diciembre), lo que refleja estabilidad operativa después de absorber los gastos adicionales.

- *Estacionalidad positiva en ventas:* En los meses de julio, noviembre y diciembre se observan picos en ingresos, alcanzando hasta \$6.224.544. Esto podría estar relacionado con temporadas altas (como vacaciones y fin de año), lo que es clave para planificar inventarios y estrategias de marketing.
- *Viabilidad Financiera y Recuperación de Inversión:* Con un flujo de efectivo neto positivo desde el primer mes, el negocio tiene potencial para recuperar la inversión inicial rápidamente, lo que disminuye el riesgo financiero del emprendedor.

Tabla 10: Flujo de caja.

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Ingresos por venta	5.659.950	5.659.950	5.092.808	5.659.950	5.659.950	5.659.950	6.224.544	5.659.950	5.659.950	5.659.950	6.224.544	6.224.544	69.046.039
Costos	2.791.105	2.791.105	2.511.538	2.791.105	2.791.105	2.790.597	3.069.657	2.791.105	2.791.105	2.791.105	3.069.657	3.069.657	34.048.842
Resultado de Explotación	2.868.845	2.868.845	2.581.271	2.868.845	2.868.845	2.869.353	3.154.886	2.868.845	2.868.845	2.868.845	3.154.886	3.154.886	34.997.197
Gastos en publicidad	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	180.000
Gasto en capacitación	-	-	50.000	-	-	-	50.000	-	-	50.000	-	-	150.000
Gasto de transporte	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	120.000
Gasto de puesta en marcha	195.545	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	195.545
EBIT o Resultado Neto	2.648.300	2.843.845	2.506.271	2.843.845	2.843.845	2.844.353	3.079.886	2.843.845	2.843.845	2.793.845	3.129.886	3.129.886	34.351.652
Resultado neto	2.648.300	2.843.845	2.506.271	2.843.845	2.843.845	2.844.353	3.079.886	2.843.845	2.843.845	2.793.845	3.129.886	3.129.886	34.351.652

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

El presente estudio de prefactibilidad ha permitido analizar de manera exhaustiva los aspectos estratégicos, operativos y financieros necesarios para implementar un emprendimiento digital dedicado a la comercialización de accesorios para celulares en Chile. Los resultados obtenidos han confirmado tanto la viabilidad como la rentabilidad de esta iniciativa, posicionándola como una alternativa prometedora dentro de un mercado en constante expansión.

El análisis del entorno y las tendencias del mercado ha revelado un aumento significativo en la adopción de dispositivos móviles en el país, con más de 28 millones de teléfonos móviles en uso y una creciente penetración de tecnologías avanzadas como el 5G. Este crecimiento, combinado con la rápida renovación de dispositivos móviles, ha generado una demanda constante de accesorios, especialmente aquellos que combinan funcionalidad, diseño y personalización. El comportamiento del consumidor analizado a través de encuestas muestra una predisposición a adquirir productos innovadores y estéticamente atractivos, priorizando la calidad y los precios competitivos.

En el ámbito competitivo, se realizó un benchmarking detallado que permitió identificar fortalezas y debilidades de emprendimientos similares en el mercado. Casos de éxito como **Casesiphone_stgo**, **Lunamical.cl** y **Sellphonecl_** destacaron la importancia de estrategias como el uso intensivo de redes sociales, la colaboración con influencers y la implementación de tiendas físicas y digitales. Estas prácticas no solo consolidan la presencia de marca, sino que también aumentan la confianza del consumidor. Sin embargo, también se identificaron áreas críticas, como la gestión de garantías y la seguridad en plataformas digitales, que deben ser abordadas en el emprendimiento propuesto.

El estudio financiero confirmó la viabilidad económica del proyecto, destacando que una adecuada gestión de costos, negociaciones con proveedores confiables y

una estrategia de precios competitivos son elementos esenciales para garantizar su sostenibilidad. Se logró identificar proveedores nacionales e internacionales que cumplen con los estándares de calidad y tiempos de entrega, lo que asegura un suministro constante de productos. Además, se realizó un análisis de costos de importación que permitió optimizar la selección de plataformas como **Shein** y **Shopee**, asegurando precios accesibles y tiempos de entrega adecuados para los consumidores.

En términos de marketing, la propuesta incluye un plan integral que combina estrategias tradicionales y digitales, destacando el uso de redes sociales como Instagram y Facebook para la promoción y el alcance. Este enfoque, junto con campañas de fidelización y promociones atractivas, busca captar y retener una base sólida de clientes, maximizando el impacto del negocio en su etapa inicial.

Finalmente, desde una perspectiva estratégica, el análisis de las cinco fuerzas de Porter reveló que, si bien el mercado de accesorios para celulares presenta ciertas barreras de entrada y una rivalidad moderada entre competidores, las oportunidades de diferenciación a través de la calidad, el diseño y el servicio al cliente son significativas. Esto refuerza la necesidad de implementar estrategias innovadoras y centradas en las necesidades cambiantes del consumidor.

En conclusión, el presente proyecto no solo valida la factibilidad económica del emprendimiento, sino que también proporciona un marco detallado para su planificación y ejecución. Este estudio establece las bases para un negocio sostenible y adaptable a las dinámicas del mercado chileno, contribuyendo a la oferta de productos de calidad en el creciente sector de accesorios para celulares. La implementación de esta propuesta representa una oportunidad no solo para generar ingresos, sino también para aportar valor a un mercado en constante evolución.

RECOMENDACIONES

- **Identifica Tendencias:** Los accesorios de celulares cambian rápidamente. Mantenerse al tanto de las tendencias actuales, como cargadores inalámbricos, fundas ecológicas, o gadgets innovadores.
- **Diversificar el Catálogo:** Ofrecer productos únicos o personalizados (por ejemplo, fundas con diseños exclusivos) para destacar.
- **Control de Calidad:** Trabajar con proveedores confiables para garantizar la durabilidad y funcionalidad de los accesorios.
- **Ofertas y Promociones:** Implementar descuentos, combos o programas de fidelidad para incentivar las compras recurrentes.
- **Puntos de ventas físicos específicos:** Participar en ferias o showrooms es una estrategia clave para los emprendimientos, ya que ofrece múltiples beneficios tanto en términos de visibilidad como de crecimiento, Permite que la marca se exponga a un público más amplio y diverso, aumentando su notoriedad. Se puede medir la aceptación del producto antes de escalar la producción o distribución. Muchas ferias son frecuentadas por inversores en busca de ideas prometedoras.
- **Invertir en Publicidad Digital:** Utilizar campañas en Google Ads y redes sociales para llegar al público objetivo. Segmentar por edad, ubicación e intereses.
- **Colabora con Influencers:** Trabajar con influencers tecnológicos o de estilo de vida que puedan promocionar los productos a una audiencia relevante.

- **Contenido Educativo:** Crear tutoriales o reseñas en Instagram, TikTok o Youtube, sobre el uso de tus accesorios para atraer clientes y construir confianza.
- **Lanzar Nuevos Productos Regularmente:** Introducir accesorios innovadores o ediciones limitadas para captar la atención de los clientes.
- **Accesorios Ecológicos:** Considerar incluir productos biodegradables o fabricados con materiales reciclados para atraer a consumidores más conscientes del medio ambiente.
- **Feedback del Cliente:** Recoger opiniones de los clientes y adaptarse rápidamente a sus necesidades.
- **Flexibilidad Ante la Competencia:** Ajustar los precios y estrategias ante movimientos de la competencia.

REFERENCIAS

- Revista Channel News - ACCESORIOS > Accesorios para equipos móviles, El gran negocio unido a la revolución de la movilidad. (s/f). Emb.cl.
<https://www.emb.cl/channelnews/articulo.mvc?xid=2128&ni=accesorios-gt-introduccion-accesorios-para-equipos-moviles-el-gran-negocio-unido-a-la-revolucion-de-la-movilidad>
- Marcas. (s/f). Inapi.cl. de <https://www.inapi.cl/preguntas-frecuentes/marcas>
- Chile es digital: 5G roza los 4 millones de dispositivos y conexiones satelitales al hogar crecieron un 88% en un año. (2024, abril 17). Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile.
<https://www.subtel.gob.cl/chile-es-digital-5g-roza-los-4-millones-de-dispositivos-y-conexiones-satelitales-al-hogar-crecieron-un-88-en-un-ano/>

BIBLIOGRAFIA

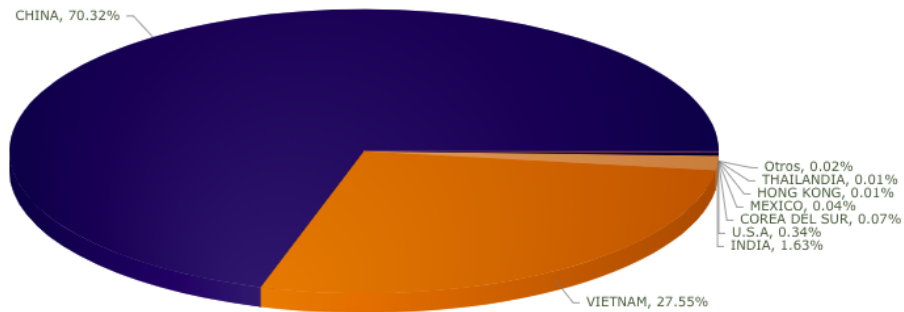
- <https://sdindustrial.com.mx/blog/tecnologia-industrial/>
- <https://www.timetoast.com/timelines/historia-de-las-carcasas>
- <https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2023/04/18/a-50-anos-de-la-primera-llamada-la-historia-y-evolucion-de-la-telefoniamovil-en-el-pais/>

- https://es.semrush.com/blog/las-4-p-del-marketing/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_ES&label=dsa_pa_gefeed&Network=g&Device=c&utm_content=678247162488&kwid=dsa-2232567167261&cmpid=19249322807&agpid=152775993977&BU=Core&extid=109459437259&adpos=&gad_source=1&qclid=CjwKCAjwoPOwBhAeEiwAJuXRh_kiPVsR4jeaNlbAtCFGJtKndCeQ3SEYC0oUOYDRrt2JILYfsllcURoC0KoQAvD_BwE
- <https://www.gsmpro.cl/blogs/noticias/iphone-supero-en-ventas-a-samsung-en-2023-despues-de-12-anos-de-liderazgo>
- <https://www.datasur.com/importaciones-de-celulares-en-chile/>
- <https://listoweb.com.mx/que-es-una-pagina-web/>
- https://chocale.cl/2023/04/la-telefonía-movil-cumplió-50-años-desde-la-primera-llamada/#google_vignette
- <https://telefonica.cl/conoce-los-10-celulares-mas-vendidos-de-2023/>
- <https://www.gtd.cl/es/w/novedades/telefonía-que-esta-pasando>
- <https://enciclopedia.net/celular/>
- <https://www.way2net.com/2023/09/estadísticas-de-redes-sociales-en-chile-2023/#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20dispositivos%20m%C3%B3viles,90.2%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20total>
- <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-smartphones-en-chile>

ANEXOS

Anexo 1. Resultado para importación de Chile categorizado por país de origen.

Resultados para importación de Chile
por arancel/descripción, periodo 01/2023 - 08/2023
categorizado por país de origen (fuente datasur.com)

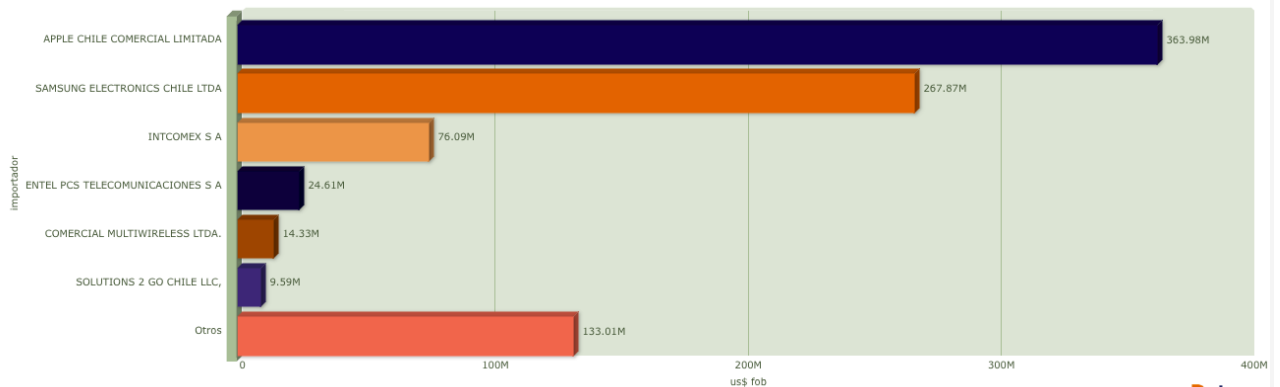


Datasur

Fuente: Datasur.

Anexo 2. Resultado para importación de Chile categorizado por importador.

Resultados para importación de Chile
por arancel/descripción, periodo 01/2023 - 08/2023
categorizado por importador (fuente datasur.com)



Datasur

Fuente: Datasur.