



ESPACIOS DEDICADOS Y ESPECIALES PARA VIDEOJUEGOS

FABIAN ARTURO GARCIA FORERO

Negocios Internacionales

LINDA DIANA BUSTOS PARRA

Docente Opción de Grado 1

OCTUBRE 2018

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)

ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

SEDE CENTRO

BOGOTÁ D.C 2018



El siguiente trabajo lleva una especial dedicación al señor Carlos Julio García Pedraza, la señora Irma forero Patarroyo, mis padres el señor José Alexander Pabón Forero, mi hermano, la señorita Paola Andrea Gaspar, que es gracias al apoyo y la ayuda que me han brindado, he logrado muchas de mis metas.



Agradecimiento especial a la Señorita Paola Andrea Gaspar y al Señor Luis Dayron Marquez, que hicieron posible con su ayuda intelectual, la correcta terminación del siguiente documento.



RESUMEN

En este trabajo se podrá observar, un análisis profundo de la creación de un modelo de negocio donde se analizará posibles variables, que ayudarán a determinar la viabilidad del mismo, mostrando así resultados favorables, que sirven de guía para llevar a cabo la idea propuesta.

TABLA DE CONTENIDO

1. JUSTIFICACION	9
2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT	
2.1 Stake Holders	10
2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)	10
2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)	11
2.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)	11
2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)	12
2.6 Mercado	13
2.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM	13
3. VALIDACION DEL MERCADO	
3.1 Formato Entrevista	15
3.2 Análisis de la información Resultados.	17
3.2.1 Validación de Identificación de las Necesidades	18
3.2.2 Validación de los Beneficios y expectativas.	19
3.2.3 Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.	20
3.3 Pentágono de Perfilación n de Clientes	
4. Prototipo	21
4.1 Descripción del Producto o servicio	21
4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.	22
5. Planeación	
Estratégica Generativa	22
5.1 IdentidadEstratégica.	22
5.2 Futuro Preferido	23
5.3.1 Objetivo General	23
5.3.2 Objetivos específicos	23
5.4 Valores corporativos.	23
6. Análisis del Macroentorno	25
6.1 PESTEL	28
6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER	30
7. Conclusiones	31
8. Bibliografía	31

INDICE FIGURAS

Figura 1: Creación de Centro de Entretenimiento	17
Figura 2: pentágono perfilación cliente	21
Figura 3: Planos	22
Figura 4: cinco fuerzas de porter	28

INDICE TABLAS

Tabla 1: clasificación de jugadores	13
Tabla 2: Encuesta	15
Tabla 3: Validación de identificación de las necesidades	18
Tabla 4: Validación de los Beneficios y Expectativas	19
Tabla 5: Validación de las limitaciones, inconformidades y frustraciones	20

INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo muestra como el mercado de los videojuegos en Colombia ha venido incrementando su consumo, donde diferentes usuarios interactúan y hacen uso de ellos por medio de sus celulares y consolas. Muchas de estas personas lo hacen en sus tiempos libres, camino a la universidad en reuniones con amigos o sencillamente desde la comodidad de su casa.

Teniendo en cuenta diversos factores como los costos altos para adquirir buenas consolas o equipos en diferentes hogares, o que en ocasiones es difícil acceder a un celular gama alta que soporte la capacidad de los diferentes videojuegos, se presentará a continuación una propuesta donde se evidenciará una solución a esta parte de la población, ubicando puntos estratégicos en la ciudad de Bogotá donde diferentes grupos de amigos o personas individuales puedan reunirse en sitios especializados en videojuegos sin entrar en grandes gastos y que así puedan participar y disfrutar de este servicio.

Este proyecto se realizó, al darnos cuenta que, en temas de video juegos, algunas personas carecen de equipos, tiempo o dinero para acceder a ellos, por tanto, se perfiló a los posibles clientes. Lo anterior permitió determinar que eran un número mayor al que se pensaba, luego se encontró una gran demanda de juegos específicos a los que este tipo de jugadores quieren acceder. Adicionalmente investigando un poco, se encontró que era necesario un sitio donde pudieran encontrar todo lo necesario para cumplir con sus expectativas y cubrir este nicho del mercado. De este modo, surgió la idea de negocio.

1. JUSTIFICACIÓN

Actualmente en Bogotá, se ha observado un crecimiento en el índice de jugadores de medio y tiempo completo de video juegos por pc o consolas, esto gracias a la facilidad de información que se encuentra en la actualidad, gracias al internet. Adicionalmente de los planes que proporcionan las diferentes empresas de telecomunicaciones para financiar celulares gama alta o media al igual que planes de internet.

Lo anterior dado por la constante evolución tecnológica que cada día hace que más hogares se vuelvan dependientes y se convierta en una necesidad en los hogares capitalinos. Según la revista Dinero sobre un estudio que realizó Google en Colombia acerca de los jugadores en línea, indicó que la mayor parte de las personas que utilizan video juegos lo hace por medio de sus dispositivos móviles y consolas específicamente el 62.7% lo hace para pasar el tiempo.

Teniendo en cuenta que Bogotá está en constante crecimiento y cada día se vuelve más caótica por su alto nivel de contaminación auditiva, por su baja movilidad, y sus problemas sociales, el bogotano promedio busca olvidarse y escapar de su rutina. Muchos han encontrado en los videos jugos una salida para distraerse siendo esta una actividad segura y entretenida.

Siendo usuario actual de este tipo de video juegos, se quiere brindar una solución para aquellas personas que desean interactuar con juegos de un nivel de exigencia más alto, pero por razones económicas no pueden acceder a ellos desde la comunidad de sus hogares por tal razón, la idea de negocio es llegar a ese fragmento de población y poder cubrir ese nicho del mercado existente.

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT.

2.1. STAKE HOLDERS

Nuestro Stake Holder son adolescentes mayores de 14 años y adultos sin importar la edad. Es importante que tengan el gusto por los videos juegos y estén dispuestos a participar en campeonatos para saber cuáles son los mejores jugadores de la modalidad que escojan.

2.2. Identificación de las Necesidades del Stake Holders

Dentro de nuestro Stake Holders se evidencia las siguientes necesidades que se les presenta a las personas que gustan de los videos juegos, las cuales son:

1. Creemos que las personas que gustan de videojuegos y no poseen recursos económicos también deberían tener la oportunidad de un establecimiento donde puedan llevar a cabo esta actividad.
2. Creemos que las personas que no poseen un buen servicio técnico para sus consolas o pc, necesitan un lugar en específico para esto.
3. Creemos que las personas que buscan una comunidad activa en los video juegos deberían hacerlo físicamente y no solo virtualmente.
4. Creemos que las personas que no tienen acceso a estas consolas merecen un precio justo por el alquiler de una de ellas.
5. Creemos que las personas que gustan de adelantos tecnológicos deberían acceder a ellos de primera mano.

Hipótesis: se cree que las personas que tienen un gusto marcado por los video juegos, poseen un inconveniente al momento de acceder a los mismos, ya sea por especificaciones técnicas de las consolas que tienen para dichos juegos o por los elevados costos de algunos de ellos, por esta razón a muchos les he difícil acceder completamente a estos servicios.

2.3. Identificación de los Beneficios y expectativas

Teniendo en cuenta las necesidades que se les llega a presentar a las personas con este tipo de gustos por los video juegos, identifico un beneficio a cada una de las necesidades:

1. Encontrar un sitio tranquilo en la ciudad, con costos muy bajos, para practicar con los diferentes video juegos.
2. Ser asesorado por personal capacitado y con experiencia en lo que ellos están buscando y así mismo transmitan seguridad al cliente.
3. Establecer amistades nuevas y expandir su círculo social.
4. Precios asequibles por alquiler de consolas o pc, dedicados a videojuegos.
5. Encontrar los artículos o piezas específicas, al alcance de su bolsillo sin ningún tipo de intermediarios.

Hipótesis: se cree que las personas que tienen gustos en común con los video juegos y aspectos tecnológicos, al encontrar un espacio en específico para estos fines, aumentarían su círculo social, y alejaría a muchos jóvenes de caer en problemas de drogadicción u otros vicios o incluso combatiendo los últimos problemas de depresión que se vienen presentando en las nuevas generaciones.

2.4 Identificación de las Soluciones Actuales.

Después de identificar las necesidades y los beneficios por las que pasan las personas que gustan de este entorno, se logró equiparar algunas soluciones que se les presenta a continuación:

1. Café internet
2. Consolas de video juegos genéricas
3. Alquiler de consolas de video juegos
4. Ventas de pc y consolas de segunda mano
5. Juegos de baja calidad para celulares, consolas o pc

Hipótesis: se cree que estas soluciones actualmente son buenas para aquellas personas que tienen la posibilidad de acceder a ellas y de esta manera satisfacer esta necesidad.

2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones

De acuerdo a las circunstancias que se le presenta a los jugadores o compradores, se analiza lo siguiente:

1. Es un gran inconveniente los horarios y las especificaciones de los computadores que hay en estos espacios, ya que, por el mal uso de otros usuarios, hay software malicioso y especificaciones muy básicas para el perfecto funcionamiento de los video juegos comparado con las que se requieren para el desarrollo de los mismos.
2. Costos elevados por el alquiler de una consola o pc que no cuenta con especificaciones adecuadas, ni necesarias para los distintos video juegos. Adicionalmente que no cuentan con la capacidad para las nuevas actualizaciones.
3. El alquiler de estas consolas se convirtió en una solución, la cual no duro mucho, ya que las mismas eran dañadas por otros usuarios. Por otro lado, el costo por reparaciones era elevado, y los prestadores de estos servicios dejaron de ejercer esta actividad por evidenciar más pérdidas que ganancias
4. Cuando se adquiere un producto de segunda mano se corre el riesgo de adquirir un artículo en mal estado, o con mejoras temporales, las cuales después terminan de dañar más el producto. Al momento de empezar este tipo de juegos, crece la expectativa, y de esta misma manera el entusiasmo de jugar cada vez uno de mejor calidad, pero dadas las especificaciones que tienen los celulares de gama media, se convierte esta en una frustración para el jugador.
5. Al momento de iniciar con este tipo de juegos, crece la expectativa y el entusiasmo de jugar cada vez un video juego de mejor calidad, pero dadas las especificaciones que tienen los celulares de gama media, se convierte esta en una frustración para el jugador.

Hipótesis: se cree que las soluciones actuales son incompletas para las personas que quieren tener un espacio de recreación, actualización y soporte tecnológico teniendo en cuenta que las que hay no llenan las expectativas, ni cuentan con el personal ni los costos reales de este tipo de cosas.

2.6 Mercado

Personas entre los 14 años en adelante que sientan un gusto determinado por los video juegos y el mundo tecnológico.

2.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM

TAM:

De acuerdo a un estudio realizado por Google en Colombia publicado el pasado 15 de mayo de 2018 por la revista DINERO reportaron que existe en la actualidad cuatro tipos de jugadores catalogados de la siguiente manera:

Tabla 1: clasificación de jugadores

TIPÓ DE JUGADOR	PENSAMIENTO	%
Casuales	Para pasar el tiempo	44%
Apasionados	Los video juegos hacen parte de su vida social y sus hobbies	11%
Reservados	Ven los video juegos como una especie de desconexión en el mundo real	24%
Mobile/Sociales	Por casualidad, de alguna pauta publicitaria	21%

Fuente: creación propia. Inspirado en artículo tendencias-de-consumo-de-videojuegos-en-Colombia de la revista Dinero.

Como se observa existe un alto mercado entre todos los tipos de jugadores que existen en la actualidad y que dediquen algún momento de su tiempo para los video juegos.

SAM:

Teniendo en cuenta la información anterior, es claro que la población a la cual se podría dirigir la idea de negocio ya que los convertiría en posibles clientes, sería a los jugadores casuales con un 44%, apasionados con un 11% y los reservados con un 24%; para un total de 79% del mercado.

TM

Finalmente, al tipo de jugadores que seguramente estarían muy interesados en la prestación del servicio y a los que se les cubriría las necesidades anteriormente planteadas sería a los apasionados, reservados y a los que juegan por mobile lo cual equivaldría a una gran población

1. Los apasionados y los reservados son los más interesados en conocer y asistir a este tipo de espacios donde podrá discutir y compartir experiencias con otros jugadores e incluso tener información de primera mano con los expertos que se encuentren en el lugar.
2. Los que juegan por mobile/Sociales tal vez lo hacen por estos equipos porque no tienen la capacidad económica de jugar en pc o consola. Adicionalmente que si tienen celulares que no cubran la capacidad que los juegos requieran no van a tener acceso a las nuevas actualizaciones. Por tanto es probable que no estén tan satisfechos y requieran un mejor servicio donde explorar, indagar y practicar en equipos más cómodos y exequibles.

3. VALIDACION DEL MECARDO

3.1 Formato entrevista

PERSONAS MAYORES DE 14 AÑOS, CON UN GUSTO MARCADO POR LOS VIDEO JUEGOS Y EL AMBIENTE TECNOLÓGICO

En la siguiente encuesta se validará las opiniones que considera los usuarios de video juegos, importantes para el cambio de la situación actual en este medio; Con el fin académico del Proyecto de Opción de grado 1 donde se determinará las dificultades y analizar las posibles soluciones en el sector.

Tabla 2: encuesta



PERSONAS MAYORES DE 14 AÑOS, CON UN GUSTO MARCADO POR LOS VIDEO JUEGOS Y EL AMBIENTE TECNOLÓGICO	
En la siguiente encuesta se validará las opiniones que considera usted como usuario de video juegos, importantes para el cambio de la situación actual en este medio; Con el fin académico del Proyecto de Opción de grado 1 donde se determinar las dificultades y buscar así las posibles soluciones en el sector.	
¿Cómo se siente usted actualmente con los centros de entretenimiento tecnológico que hay en la ciudad?	
¿Tiene acceso a una consola de juegos o un computador que sirva para juegos?	

<p>¿Qué tipo de juegos le gustan para jugar en pc, consola o móvil?</p>	
<p>¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por el alquiler de una consola o computador para juegos?</p>	
<p>¿Con cuantas personas está dispuesto a compartir un espacio dedicado a los video juegos?</p>	
<p>¿Qué cantidad de tiempo dedica o dedicaría a los video juegos?</p>	
<p>¿Qué distancia estaría dispuesto a recorrer para acceder a una consola o computador de ultima tecnología?</p>	
<p>¿Qué esperaría encontrar en un espacio dedicado a los video juegos y el mejoramiento tecnológico?</p>	

Fuente: creación propia

3.2 Análisis de la información del mercado

De las encuestas realizadas se determinó que los clientes ubicados en la ciudad de Bogotá hace falta centros de Entretenimiento que tengan todos los componentes necesarios para este mercado presentando diferentes inconformidades como:

- no hay centros de entretenimiento
- equipos de baja calidad y no aptos
- esperar encontrar todo en un solo lugar

Adicionalmente varias personas estuvieron de acuerdo con implementar este proyecto en la ciudad ya que consideran que es una buena idea e innovadora que mejoraría la cobertura en esta área.

Por tanto, se concluye que la idea de negocio cubriría un nicho del mercado que actualmente tiene el sector de los video juegos, logrando mejorar varios aspectos.

Figura 1: creación de centro de entretenimiento



Fuente: Creación propia

3.2.1 Validación de Identificación de las necesidades

De acuerdo a las siguientes preguntas se validó y se pudo identificar las necesidades que presentan las personas mayores de 14 años que gustan de video juegos y entretenimiento tecnológico; respecto a las preguntas propuestas deducimos:

Tabla 3: validación de identificación de las necesidades

Hipótesis	Análisis
Dificultades para encontrar un buen establecimiento para suplir la necesidad de video juegos.	Actualmente en Bogotá muchos de los encuestados no conocen en la ciudad centros de entretenimiento con estas características, teniendo en cuenta que en la ciudad de Bogotá solo existe un solo centro de videojuegos.
¿Qué cantidad y de que calidad conoce centros de mantenimiento para consolas o pc?	Para este tipo de mercado encontramos unos costos elevados en materia de mantenimiento a los cuales no todos tienen acceso, esto ya que la demanda es muy grande y la oferta muy baja.
Es difícil para este tipo de personas entablar una amistad o relacionarse con distintas personas en la vida real y no solo en un mundo virtual.	Encontramos que hay una gran expectativa el entablar una gran cantidad de nuevas amistades y ampliar el círculo social con personas con los mismos gustos

Fuente: Creación propia

3.2.2 Validación de los beneficios y expectativas

De acuerdo a las siguientes preguntas se validó los beneficios y expectativas que presentan las personas mayores de 14 años que gustan de video juegos y entretenimiento tecnológico; respecto a las preguntas propuestas deducimos:

Tabla 4: Validación de los beneficios y expectativas

Hipótesis	Análisis
Las dificultades para Encontrar un sitio adecuado para realizar actividades extracurriculares a fin de video juegos.	Encontramos una cantidad considerable de respuestas afirmativas, ya que son pocos las opciones que se tienen en cuanto a los espacios adecuados para video juegos.
Existen actualmente muchas entidades que no contratan personal capacitado, formalmente en aspectos tecnológicos.	Actualmente las personas están “cansadas” de los costos elevados en los mantenimientos, y la mala calidad, que se encuentran en algunos establecimientos.
La gente debería ampliar su círculo social cada vez más enfocándose en sus gustos para de esta manera generar amistades más duraderas.	Muchas personas actualmente sienten una frustración al tratar de compartir sus hoobies con sus actuales amistades, los cuales no todos comparten estos gustos.

Fuente: creación propia

3.2.3 Validación de las limitaciones, inconformidades y frustraciones

De acuerdo a las siguientes preguntas se validó las limitaciones e inconformidades de las soluciones actuales que presentan las personas mayores de 14 años que gustan de video juegos y entretenimiento tecnológico; respecto a las preguntas propuestas deducimos:

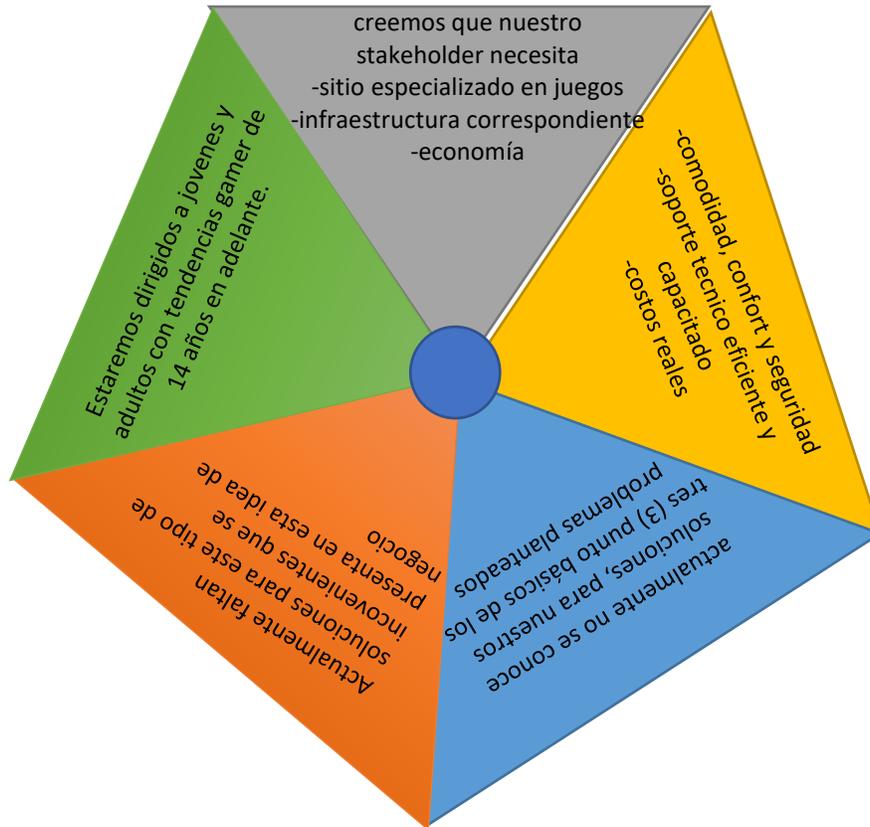
Tabla 5: Validación de las limitaciones, inconformidades y frustraciones

Hipótesis	Análisis
Actualmente existe una gran inconformidad en el sector por parte de los prestadores de servicios tecnológicos al manejar unos horarios poco flexibles.	Actualmente estas personas tienen que acomodarse a los horarios establecidos sin tener una flexibilidad en los mismos y que el cliente tiene que acomodarse a estos horarios y no los horarios acomodarse a la necesidad de las personas.
La gente en busca de una solución acude a alquileres o prestamos de consolas las cuales no cumplen sus expectativas	Es una problemática grande en el sector de los video juegos que estén sesgados a cierto público más que para todo el mundo, es por esto que urge una solución que los involucre a todos.

Fuente: creación propia

3.3 Pentágono de perfilación de clientes

Figura 2: Pentágono



4PROTOTIPO

4.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Este establecimiento estará ubicado en una zona central en la ciudad, amplia y con varios accesos al público, esto con la finalidad de atraer más a las personas ya que al ser de fácil acceso, las personas estarán más dispuestas a pasar un tiempo en nuestras instalaciones, se tendrá también un sitio web, en el cual puedan acceder a saber horarios, productos, y realizar reservaciones para evitar conflictos de ingresos.

4.2 PLANOS O FICHAS TÉCNICAS

Figura 3: planos



Fuente: Creación Propia

5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

5.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA MISION

Somos un espacio dedicado única y exclusivamente al desarrollo tecnológico y personal de sus visitantes; contando con un personal capacitado, formado y con experiencia para brindar la asesoría o ayuda necesaria para satisfacer sus necesidades en cualquier ámbito tecnológico; como valor adicional tratando a nuestros visitantes siempre con respeto, integridad y manteniendo ante todo una ética básica basada en la filantropía.

5.2 FUTURO PREFERIDO VISION

Para el año 2023 deseamos ser reconocidos como uno de los más grandes centros tecnológicos, de ayuda, ventas, y alquiler de video juegos en la ciudad de Bogotá.

5.3.1 Objetivo General

Buscar para el 2023 ser el centro de entretenimiento tecnológico más completo, facilitando a los interesados espacios concretos para intercambiar experiencias

5.3.2 Objetivos Específicos

Financiera

- Mantener siempre los precios justos, sin exagerar los costos, y teniendo en cuenta la necesidad del cliente para brindarle siempre lo que realmente necesita.
- Tener como base general para el alquiler de equipos el verdadero valor de lo que el usuario quiera realizar con el mismo.

Producción

- Prestar siempre la mejor asesoría para solución de problemas siempre con personal calificado para las distintas adversidades que se presenten en el camino.
- Siempre tener una actualización constante de producto y conocimiento, para generar la confianza necesaria en el cliente final.

Comercial

- Llegar a llenar las expectativas de todos los diferentes tipos de clientes que puedan llegar a surgir.

- Demostrar a nuestros clientes que somos la mejor opción para buscar sus piezas, accesorios y juegos solicitados, en el momento exacto en el que los soliciten y sin tener que esperar más de lo que ellos puedan

Recursos Humanos

- Mantener un ambiente siempre respetuoso, y tranquilo en el cual se pueda olvidar del estrés generado en la ciudad de Bogotá, para olvidar por un momento la realidad por medio del confort y el personal calificado para solucionar cualquier inquietud o problema.
- Llevar a cabo las distintas actividades que den a lugar dentro del mismo establecimiento para el agrado, la empatía y la función principal que es dejar todo de lado por un momento y solo disfrutar de los video juegos.

Tecnología

- Ser pioneros en actualización tecnológica en todos los ámbitos necesarios.
- Tener siempre las puertas abiertas a las distintas tecnologías que surgen a diario mundialmente.

Administrativa

- Teniendo en cuenta el planeamiento administrativo basado no solo en metas sino también en satisfacción sumar cada día una nueva propuesta para mejorar en ámbitos económicos y sociales.
- Alcanzar de forma eficiente y eficaz todos aquellos objetivos propuestos y lograr el objetivo principal que es dar solución para aquellas personas que de alguna manera u otra no tienen acceso a tecnología de punta para satisfacer sus gustos en video juegos o actualización de sus propios equipos.

5.4 Valores corporativos

La seguridad de ofrecer conocimiento y productos que cumplirán con las expectativas por la forma en que se adaptan, aplicando principios de transparencia, rigor y calidad.

Capacidad de gestión, para que el conocimiento de productos de innovación tecnológica, generen impacto y contribuyan al cumplimiento de nuestros objetivos corporativos

Capacidad para asumir responsabilidades y retos vinculados a otros actores del sistema para proveer conocimiento y productos pertinentes al sector tecnológico y gamer

Capacidad para realizar varias acciones de manera responsable, honesta y austera, teniendo en cuenta el valor que tienen los recursos financieros, humanos y ambientales que se lleguen a utilizar.

6. ANALISIS DEL MACROENTORNO

6.1 Análisis pestel

Factores políticos legales.

En Colombia la regulación de los establecimientos dedicados a brindar servicios tales como los video juegos está establecida por la ley 1554 del 9 de julio del 2012 en la cual se dicta como primera medida, acreditar el establecimiento ante las autoridades cumpliendo los requisitos consignados también en la ley 232 de 1995 y decreto 1879 del 2008.

Actualmente no se conoce de ningún proyecto de ayuda del gobierno, o en este caso de MITIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones) el encargado de proporcionar la información legal necesaria para el libre desarrollo del Proyecto, ya que es un Proyecto privado con fines de lucro, y en el cual intervienen entes privados como lo son los proveedores de juegos, los cuales tampoco tienen ninguna regulación hasta el momento en el país.

Respecto a la piratería que es un grave problema en el sector. La Ley de Propiedad Intelectual está bastante desarrollada en relación con la transferencia de los derechos, que puede ser perfectamente aplicable a los videojuegos.

Factores económicos

Colombia al ser un país con un atraso tecnológico notable, no representa una variable significativa en el entorno económico mundial de los videojuegos, como lo son otros países entre ellos: china, estados unidos, Japón; estos a su vez en ese mismo orden ocupan respectivamente lo lugares de primero al último en ganancias generadas por los video juegos. Sin embargo, en los últimos años a lo grado incrementar su consumo. Como se muestra a continuación:

“...Este crecimiento se puede observar en el número de estudios de videojuegos y profesionales que le apuestan a esta industria: para el año 2017 indica que existían 40 estudios a lo largo y ancho del país, según el directorio de IGDA (Asociación Internacional de Desarrolladores de Videojuegos por sus siglas en inglés), entre los que se contaban empresas y grupos de personas especializadas en el campo. Para 2018 ese número subió a 50, con organizaciones de diferentes tamaños y que ofrecen servicios como advergames, aplicaciones, animación, creación de experiencias VR, AR y mucho más.

En promedio, una empresa de videojuegos en Colombia emplea entre 6 y 18 personas, donde la especialidad general son los advergames y experiencias interactivas para marcas. Por ello, destacar las compañías más importantes como símbolo de confianza en el talento colombiano es una garantía para la industria mundial, que está cada vez más interesada en comprar en Colombia, gracias a los esfuerzos de acercamiento...” de ProColombia.

Colombiabrington, ¿Cómo ha crecido la Industria de Videojuegos en Colombia?
(Colombiabrington.com, marzo2018, <http://colombiabrington.co/videojuegos>)

Factores Sociales

De acuerdo a un estudio reciente algunos investigadores señalan que los video juegos pueden llegar a fomentar aprendizaje y otros aspectos sociales, como animar a los niños a seguir una alimentación saludable, a las personas mayores ayuda a mantener sus funciones cerebrales. Por otro lado, algunos lo asocian con conductas violentas sin embargo muchos investigadores no consideran que los comportamientos violentos estén relacionados con los video juegos.

Del mismo modo el investigador Jason Allaire de la Universidad Estatal de Carolina del Norte, señala y defiende la idea que los video juegos impactan positivamente las funciones psicológicas, de acuerdo a un estudio donde se concluyó que los adultos mayores que jugaban video juegos mostraban mayores niveles de bienestar emocional que los no jugadores.

Factores Tecnológicos

Se requerirá computadores con procesadores COREI 5 de séptima generación, con teras de disco duro, más disco duro en estado sólido de 240 GB y 12 GB de RAM, más una tarjeta gráfica 1050, utilizando pantallas ultra wait de 20 o 24 pulgadas, teclados de membrana más un mouse con DPI ajustables.

En cuento a consolas se trabajaría Xbox one y play station y se trataría de usar energía renovable como paneles solares y para evitar el alto consumo de energía con luz led. Además se utilizaría red de internet de 100 megas.

Factores ambientales

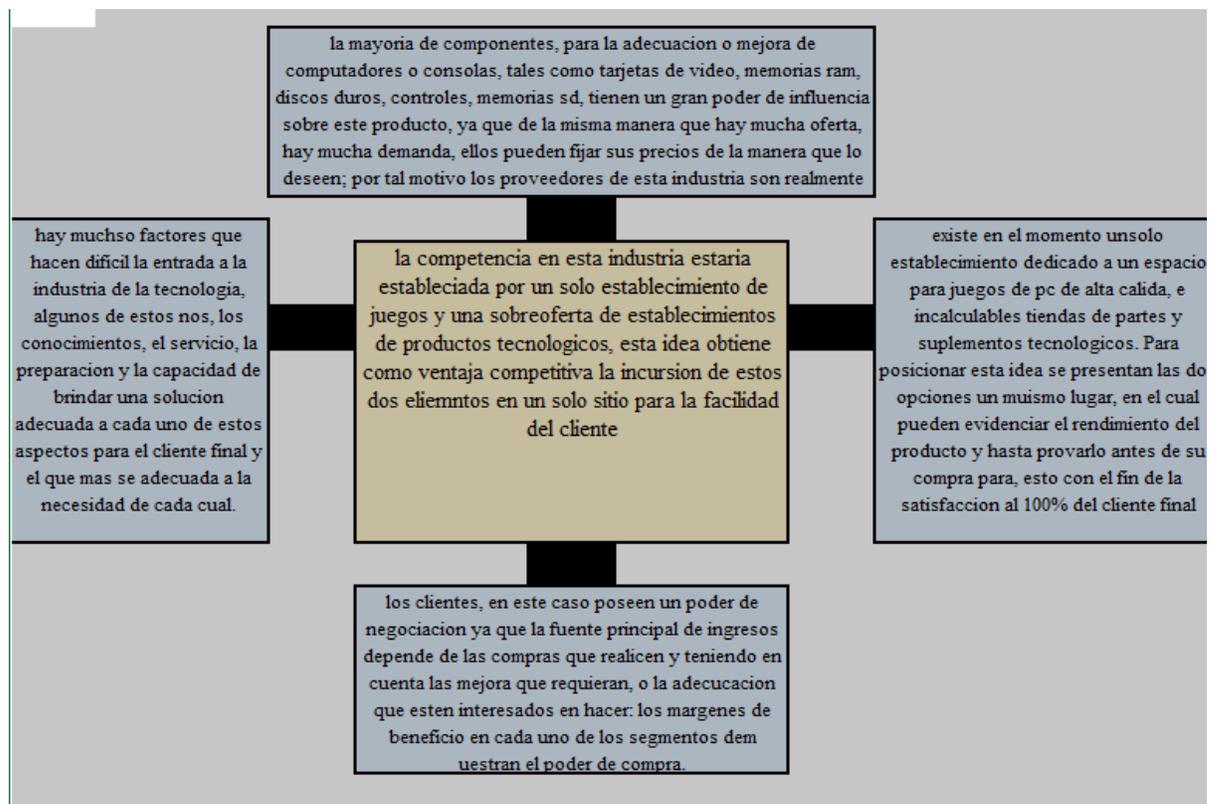
En este caso podemos encontrar como principal problema el gasto de energía ya que al ser un recurso netamente corporativo y uno de nuestras principales fuentes de desarrollo, encontramos la problemática del cambio climático y el medio ambiente como una gran influencia para nuestro correcto funcionamiento.

Presentamos como solución privada el uso de paneles solares, ya que estos no están aun apoyados por ninguna entidad gubernamental y menos para el uso en zonas urbanas y más específicamente como lo es la ciudad de Bogotá. También teniendo en cuenta que el uso constante de los computadores desgasta y a deteriorar las partes y los diferentes

componentes también contribuiríamos al buen uso del reciclaje, sabiendo que de todos los componentes de un computador pueden ser reutilizados hasta cierta medida, y reutilizando las piezas de oro en su correcto reciclaje.

6.2 CINCO FUERZAS DE PORTER

Figura 4: Cinco fuerzas de Porter



Fuente: creación propia

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

hay muchos factores que hacen difícil la entrada a la industria de la tecnología, algunos de estos son, los conocimientos, el servicio, la preparación y la capacidad de brindar una solución adecuada a cada uno de estos aspectos para el cliente final y el que más se adecua a la necesidad de cada cual.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

La mayoría de componentes, para la adecuación o mejora de computadores o consolas, tales como tarjetas de video, memorias ram, discos duros, controles, memorias sd, tienen un gran poder de influencia sobre este producto, ya que de la misma manera que hay mucha oferta, hay mucha demanda, ellos pueden fijar sus precios de la manera que lo deseen; por tal motivo los proveedores de esta industria son realmente fuerte.

AMENAZA DE SERVICIOS SUSTITUTOS

existe en el momento un solo establecimiento dedicado a un espacio para juegos de pc de alta calidad, e incalculables tiendas de partes y suplementos tecnológicos. Para posicionar esta idea se presentan las dos opciones un mismo lugar, en el cual pueden evidenciar el rendimiento del producto y hasta probarlo antes de su compra para, esto con el fin de la satisfacción al 100% del cliente final.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

los clientes, en este caso poseen un poder de negociación ya que la fuente principal de ingresos depende de las compras que realicen y teniendo en cuenta las mejora que requieran, o la adecuación que estén interesados en hacer: los márgenes de beneficio en cada uno de los segmentos demuestran el poder de compra.

ANALISIS DE COMPETENCIA

la competencia en esta industria estaría establecida por un solo establecimiento de juegos y una sobreoferta de establecimientos de productos tecnológicos, esta idea obtiene como ventaja competitiva la incursión de estos dos elementos en un solo sitio para la facilidad del cliente

7. CONCLUSIONES

este proyecto está enfocado a un grupo muy reducido de personas en la ciudad de Bogotá, pero con la expectativa de aumentar cada día más la iniciativa en la cultura gamer en el país para de alguna manera u otra contribuir en una pequeña parte con el desarrollo cultural y tecnológico que tanta falta le hace a este país.

Un punto clave que se consideró importante para la realización de este proyecto, es la necesidad de encontrar personas correctamente capacitadas en el tema gamer, para evitar errores en la marcha de esta manera tener un personal cualificado para poder brindar el soporte necesario en cual quiera del caso.

Por último y teniendo en cuenta el ámbito ambiental tan fuerte en el que nos encontramos, también implementar la mayor cantidad de innovaciones tecnológicas para el buen uso de la electricidad, utilizando energías limpias, sin generar un alto consumo de las energías regulares, ya que como empresa tecnología, tendremos que mantenernos a la vanguardia de las actualizaciones en este tema.

8. BIBLIOGRAFÍA

- <http://colombiabrington.co/videojuegos>
- <https://www.elspectador.com/tecnologia/los-videojuegos-tambien-pueden-tener-impactos-positivos-articulo-411260>
- <http://www.eafit.edu.co/medios/eleafitense/105/Paginas/los-videojuegos-mas-alla-de-industria-entretenimiento.aspx>
- https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3714_documento.pdf
- <https://www.larepublica.co/internet-economy/mas-de-60-de-los-colombianos-son-internautas-2595957>
- <https://www.dinero.com/pais/articulo/tendencias-de-consumo-de-videojuegos-en-colombia-2018/258163>