



EDU GAMES, JUEGOS EDUCATIVOS

PRESENTADO POR

ROBINSON ARTURO ALDANA SANCHEZ
CRISTIAN CAMILO VALENCIA CABRERA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR –CUN-
OPCION DE GRADO 2 – CREACION DE EMPRESA
CONTADURIA PUBLICA
GRUPO: 10123
BOGOTA D.C
2017

EDU GAMES, JUEGOS EDUCATIVOS

PRESENTADO POR

ROBINSON ARTURO ALDANA SANCHEZ
CRISTIAN CAMILO VALENCIA CABRERA

CREACIÓN DE VIDEO JUEGOS EDUCATIVOS, UNA MANERA DIFERENTE DE
APRENDER

PRESENTADO A

ERVIN VERLAINE RODRIGUEZ RINCON
Tutor Opción de grado 2 – Programa de Emprendimiento.

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR –CUN-
OPCION DE GRADO 2 – CREACION DE EMPRESA
CONTADURIA PUBLICA
GRUPO: 10123
BOGOTA D.C
2017

TABLA DE CONTENIDO

	Pag.	
1	Resumen Ejecutivo.....	
2	Introducción	
3	CAPITULO 1: LA IDEA DE NEGOCIO	
3.1	Descripción de la idea.....	
3.2	Problema que se soluciona.....	
3.3	Justificación.....	
3.4	Antecedentes	
3.5	Clase de producto.....	
3.6	Descripción del producto.....	
3.7	Sector económico.....	
3.8	Sector económico.....	
3.9	Objetivos.....	
3.9.1	Objetivo general.....	
3.9.2	Objetivo específico.....	
3.9.3	Objetivo por área.....	
4	CAPITULO 2: PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA	
4.1	Análisis de entorno	
4.1.1	Análisis pestel (pesta).....	
4.1.2	Análisis de industria.....	
4.2	Análisis interno.....	
4.2.1	Cadenas de valor.....	
4.2.2	Recursos.....	
4.2.3	Competencia.....	
4.3	Matriz DOFA.....	
4.3.1	Fuerzas inductoras (fortalezas y oportunidades)	
4.3.2	Fuerzas opositoras (debilidades y amenazas)	
4.4	Identidad estratégica – MISION.....	
4.5	Futuro preferido – VISION.....	
4.6	Valores corporativos.....	
4.7	Ventas competitivas.....	
4.8	Factores clave del éxito FCE.....	
4.9	Objetivos y metas	
5	CAPITULO 3: ESTUDIO DE MERCADO	
5.1	Objetivos.....	
5.1.1	Objetivo general.....	
5.1.2	Objetivos específicos.....	
5.2	Definición del mercado (segmentación).....	
5.2.1	Objetivo.....	

5.3	Metodología de la investigación (encuesta).....
5.4	Análisis.....

6 CAPITULO 4: PLAN DE MARKETING

6.1	Objetivos.....
6.2	Estrategia de producto.....
6.2.1	Marca.....
6.2.1.1	Nombre.....
6.2.1.2	Representación visual.....
6.2.1.3	Colores.....
6.2.2	Empaque.....
6.2.3	Servicio postventa.....
6.3	Estrategia de Precio.....
6.4	Estrategia de Promoción.....
6.4.1	Publicidad.....
6.4.2	Plan de medios.....
6.5	Estrategia de plaza o distribución.....
6.6	Proyección de ventas
7	Anexos.....
8	Bibliografía.....

1. RESUMEN EJECTUVO

¿En qué consiste el proyecto?

El proyecto es una creación de empresas, en este caso, la base de este mismo es crear una empresa de videojuegos educativos y divertidos, con el cual un estudiante pueda adquirir bases y conocimientos acerca de la carrera que están estudiando, al momento que juega y se divierte, está adquiriendo conocimientos.

¿What is the project about?

The project is a creación of companies, in this case, the basis of this is to create a company of educational and fun video games, that which a student can take basis and knowledge about the career they are studying, at the time they play and has fun, is acquiring knowledge.

¿Por qué creemos que tendrá éxito?

Como estudiantes de carreras universitarias profesionales, nos hemos planteado la idea de buscar una forma divertida de aprender, ya que por lo general los estudiantes vemos la enseñanza tradicional muy monótona, por eso creemos que si un estudiante encuentra esta manera divertida de aprender, querrá adquirir el producto

Why do we believe that it will be successful?

As students of professional university careers, we have considered the idea of looking for a fun way to learn, since usually students see traditional teaching very monotonous, so we believe that if a student finds this way fun to learn, he will want to acquire the product

¿Quiénes son los emprendedores?

**Robinson Aldana, técnico en ingeniería y sistemas, técnico contable
Camilo Valencia, Técnico contable**

Who are the entrepreneurs?

**Robinson Aldana, Technician systems and engineering, accounting technician
Camilo Valencia, Accounting Technician**

2. INTRODUCCION

El siguiente avance tiene como objetivo presentar la empresa llamada Edu Games, una empresa dedicada a la creación de video juegos educativos destilado a diferentes carreras para que las universidades les ofrezcan a a sus estudiantes una forma de aprender por medio de videojuegos

La idea de la creación de la empresa nace cuando los estudiantes Robinson Aldana y Camilo Valencia, cursando opción de grado 1, Crean la idea de crear un juego 2D Enseñando las bases de la contabilidad por medio de un juego creado por ellos mismos y es así que nace la empresa Edu Games.

3. CAPITULO 1: LA IDEA DE NEGOCIO

3.1. DESCRIPCION DE LA IDEA

Crear y desarrollar un video juego educativo, permitiendo al jugador o al usuario la oportunidad de aprender de una forma diferente a la que cotidianidad se hace, este juego nos da la oportunidad de sumergirnos inicialmente en los fundamentos de la contaduría pública, y de esa misma manera mirar la forma de implementarla a los diferentes campos de la educación.

3.2. PROBLEMA QUE SE SOLUCIONA

Lo que buscamos con la creación de este video juego educativo es que los estudiantes que están comenzando la carrera de contaduría pública tengan la oportunidad de profundizar en temas fundamentales que nos ofrece el campo de las ciencias administrativas puesto que en muchos de los casos los temas no son muy claros o comprensibles a estudiantes que comienzan a ver temas que son nuevos y tal vez confusos para ellos.

3.3.JUSTIFICACION

Este proyecto no solo tiene como objetivo principal una nota de aceptación para la materia menciona, también para adquirir conocimientos teóricos para la creación de empresas e investigar, formular y plantar una nueva manera innovadora con la cual los estudiantes pueden aprender mientras juegan y se diviertan.

3.4.ANTECEDENTES

Los primeros pasos de los actuales videojuegos se detectan en los años 40, cuando los técnicos americanos desarrollaron el primer simulador de vuelo, destinado al entrenamiento de pilotos. En 1962 apareció la tercera generación de ordenadores, reduciendo su tamaño y coste de manera drástica y a partir de ahí el proceso ha sido continuado. En 1969 nació el microprocesador, que en un reducido espacio producía mayor potencial de información que los grandes ordenadores de los años 50. Es lo que constituye el corazón de nuestros ordenadores, videojuegos y calculadoras. En 1972 se desarrolla el primer juego, llamado PONG, que consistía en una rudimentaria partida de tenis o ping-pong. En 1977, la firma Atari™ lanzó al mercado el primer sistema de videojuegos en cartucho, que alcanzó un gran éxito en Estados Unidos y provocó, al mismo tiempo, una primera preocupación sobre los posibles efectos de los videojuegos en la conducta de los niños.

A continuación, veremos una serie de video juegos en donde sus propuestas variadas y mediante las cuales se pueda hacer una idea de la ayuda que puede tener esta herramienta para el ámbito educativo.

Minecraft: Minecraft es un ejemplo de videojuego que, en principio, no fue pensado para utilizarse en educación, pero cuyas características permiten darle múltiples usos. Un grupo de programadores y educadores han decidido crear una versión para ser utilizada en las aulas de todo el mundo. Junto con esta versión, se ofrecen también una gran cantidad de ejercicios y actividades para aprovechar todo el potencial de este videojuego.

Hakitzu: Quizá pueda resultar extraño incluir un videojuego de lucha en un artículo sobre videojuegos educativos, pero Hakitzu nos propone un torneo de lucha de robots en el que será necesario aprender a programar para poder ganar. A través de scripts cada vez más sofisticados conseguiremos proclamarnos campeones del torneo, una forma entretenida y motivadora de aprender a programar. Por el momento, solo está disponible para iOS, aunque prometen una versión para Android en poco tiempo.

Proyecto Kokori: Este videojuego pone a los jugadores a los mandos de una pequeña nave, un “nanobot” capaz de introducirse en una célula para estudiarla, además de identificar y solucionar los problemas que puedan ir encontrando. Biología en primera persona dividida

en varias misiones cortas con diferentes niveles de complejidad que permiten trabajar contenidos relacionados con el área de biología.

Dragón Box: Este videojuego está diseñado para trabajar contenidos matemáticos (álgebra, más concretamente) de una manera diferente a la que estamos acostumbrados. Para ello, en los primeros pasos del juego los problemas se representan mediante objetos, y así el jugador puede comenzar aprendiendo las normas básicas. Poco a poco, los objetos se sustituyen por variables y números de manera que, al finalizar el juego, seremos capaces de resolver ecuaciones complejas sin mayor esfuerzo.

Cap. Odyssey: Un juego desarrollado por la empresa francesa KTM Advance para el Ministerio francés de Agricultura. Los jugadores descubren los principios de la economía agrícola, la evolución de los precios, cómo mejorar la producción o afrontar los riesgos climatológicos, sostenibilidad, etc. Este videojuego nos propone entrar en el mundo agrícola y aprender contenidos relacionados con un ámbito que, desgraciadamente, ha perdido el interés de los más jóvenes.

SimCity Edu: SimCity es un conocido juego de simulación en la que los jugadores deben crear y gestionar una ciudad. Electronic Arts, la compañía responsable del juego, junto con Glass Lab, especializados en juegos educativos, han abierto una comunidad online que seguramente docentes y educadores encontrarán muy interesante. En ella se facilitan una gran cantidad de propuestas didácticas para aprovechar el valor educativo de este juego para trabajar temas como ciencia, tecnología, ingeniería, matemáticas, ciudadanía, política, resolución de conflictos y economía.

Simple Machines: Este sencillo juego ha sido diseñado por el Museum of Science and Industry de Chicago y nos presenta un simpático robot al que tendremos que echar una mano para recoger las piezas necesarias para construir una máquina. Durante el recorrido en busca de dichas piezas, se nos presentarán ciertos desafíos que tendremos que resolver poniendo en práctica nociones básicas de física. A medida que vayamos superando los desafíos, el juego nos ofrecerá nociones teóricas que nos ayudarán a comprender mejor la física aplicada.

Naraba World: Este videojuego nos propone un viaje a Naraba, un mundo de fantasía, en el que, de manera misteriosa, han aparecido una serie de islas. Con una dinámica de “mundo abierto”, el usuario podrá explorar estas islas y resolver los misterios y acertijos que se le presentan poniendo en práctica sus conocimientos. El juego ha sido diseñado teniendo en cuenta los contenidos curriculares referentes a las etapas de infantil y primaria (5-12 años).

Immune Attack: El objetivo de ‘Immune Attack’ es salvar la vida de un paciente que sufre una grave infección bacteriológica. Para ello, los jugadores se introducen en su cuerpo mediante una diminuta nave para tratar de encontrar todos los focos de la infección y devolver la salud al paciente. Por el camino, los jugadores acceden y ponen en práctica conocimientos sobre los procesos biológicos que permiten a los macrófagos y neutrófilos (células blancas de la sangre) detectar y combatir las infecciones.

Discover Babylon: Discover Babilonia nos planteará una serie de desafíos y misterios que sólo pueden ser resueltos mediante el desarrollo de una comprensión de la sociedad mesopotámica, las prácticas comerciales y las transacciones. Para ello, el juego presenta entornos realistas para trasladarnos a Mesopotamia (situada en el actual Irak) y descubrir las huellas de esta antigua civilización. Es un videojuego dirigido a jugadores de 8 a 14 años de edad.

3.5.CLASE DE PRODUCTO

Los videojuegos representan en la actualidad una de las entradas más directas de los niños a la cultura informática y a la cultura de la simulación. Muy utilizados por niños y adolescentes, los videojuegos son, en muchos casos, muy criticados por sus contenidos y muy poco utilizados por los educadores que desaprovechan una potente herramienta educativa.

3.6.DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Los juegos educativos se diseñan para aprender. No se trata de "perder" el tiempo jugando, hay que aprender algo durante el juego. Esta diferencia en cuanto a intención encierra unas consecuencias importantes. Los juegos educativos mayoritariamente están pensados para ser utilizados en los colegios. Hay que tener en cuenta que los videojuegos cumplen muchos de los requisitos que una eficaz enseñanza debe contemplar, y en muchos casos lo hacen mejor incluso que nuestros actuales sistemas educativos. A continuación, veremos las características del video juego.

1. Permiten el ejercicio de la fantasía, sin limitaciones espaciales, temporales o de gravedad.
2. Facilitan el acceso a "otros mundos" y el intercambio de unos a otros a través de los gráficos, contrastando el tema principal que es la contabilidad.
3. Favorecen la repetición instantánea y el intentarlo otra vez, en un ambiente sin peligro.
4. Permiten el dominio de habilidades o técnicas contables. Y base s de la reforma tributaria Aunque sea difícil, los jugadores pueden repetir las acciones, hasta llegar a dominarlas, adquiriendo sensación de control.
5. Facilitan la interacción con otras personas.
6. Hay una claridad de objetivos. El jugador cuando juega al videojuego sabe que hay una tarea clara y concreta: abrir una puerta, rescatar a alguien, hallar un tesoro, etc. lo cual proporciona un alto nivel de motivación.
7. Favorece un aumento de conceptos técnicos favoreciendo al desarrollo inividual en el video juego

3.7.SECTOR ECONOMICO

sector

económico secundario, podemos decir que Edu Games será una empresa desarrollada en el sector industrial

3.8.OBJETIVOS

3.8.1. GENERAL

El objetivo principal de este proyecto es realizar una herramienta de aprendizaje por medio de un video juego que permita adquirir una serie de conocimientos fundamentales sobre la contabilidad en Colombia.

3.8.2. ESPECIFICOS

- Comprobar la existencia de herramientas de aprendizaje similares a esta, y así mismo se podría pensar lo útil que puede llegar a hacer el video juego.
- Lograr que el video juego sea una herramienta dinámica y muy fácil al momento de jugarlo.
- Permitir que el formato en que se realizara el video juego sea accesible a cualquier dispositivo de video

3.8.3. AREAS MULTIPLES

- Recursos humanos: Conseguir personal capacitado, eficiente y con experiencia, desarrolladores y programadores gráficos que impulsen el negocio
- Dirección técnica y tecnológica: implementar herramientas vanguardia para mejorar la calidad grafica y jugabilistica del juego
- Mantenimiento: El objetivo del mantenimiento se centrará en la eficiencia de nuestros computadores y quemadores de Cd. Esto con el objetivo de evitar fallos constantes en las maquinas
- Ventas: Encontrar un precio que genere rentabilidad, que se ajuste a nuestros costos de producción y que mantengan la empresa a flote de inversión
- Marketing: satisfacer las necesidades y deseos del mercado educativo al que estamos apuntando a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa
- Administración-Dirección; administrar, liderar y dirigir Edu games de una forma productiva y eficiente

4. CAPITULO 2: PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA

4.1.ANALISIS DE ENTORNO

4.1.1. ANALISIS PESTEL

ANALISIS PESTA

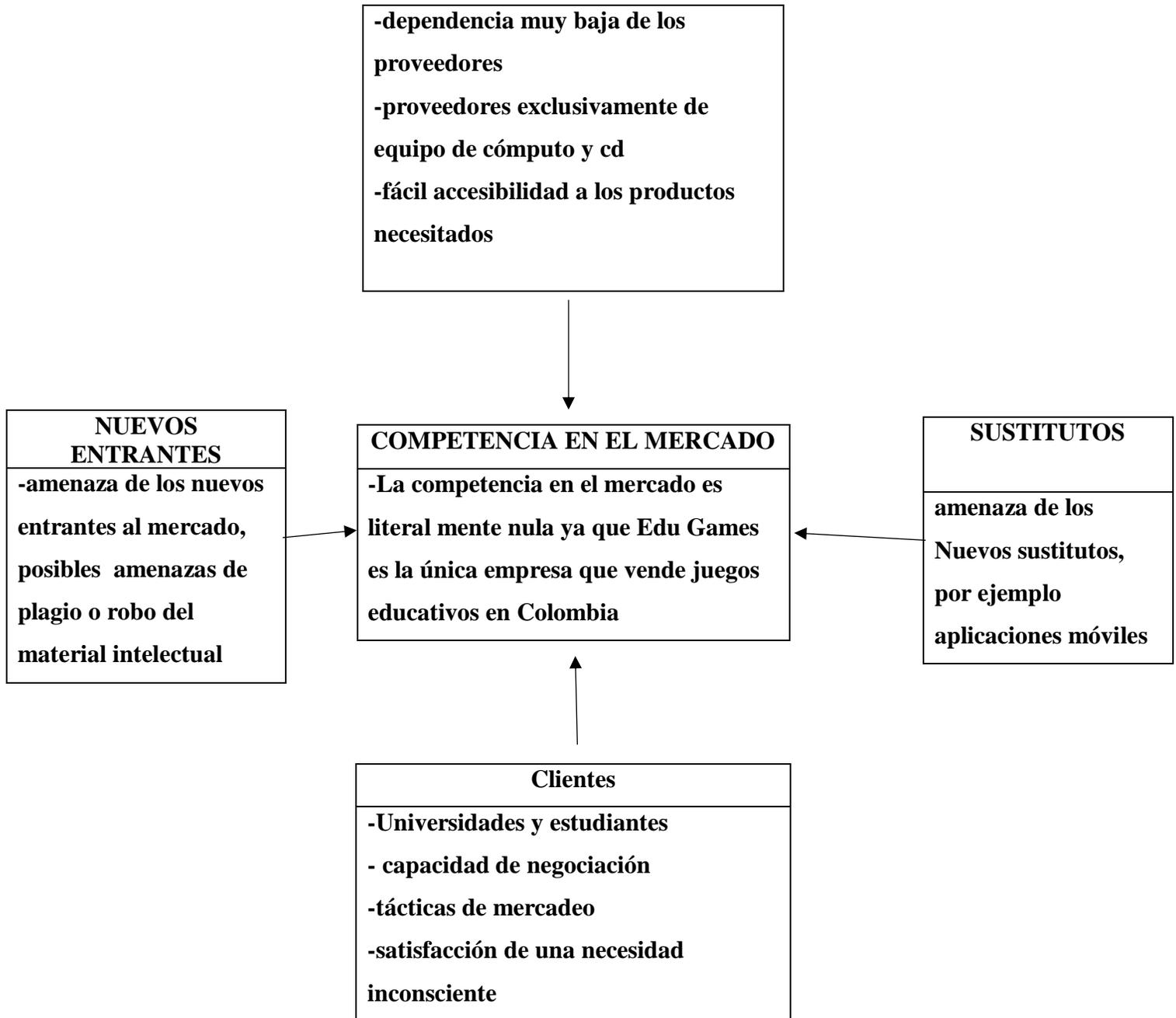


POLITICO	ECONOMICO
Legalización internacional Legalización fiscal Legalización laboral Legalización tributaria Regulación comercial Formas de protección al medio ambiente Protección a la inversión	Posible apoyo del ministerio de educación Tendencias de aumento positivo económico Posible economía internacional Empleabilidad Impuestos
SOCIAL	TECNOLOGICO
Tendencias entre los jóvenes Patrones de consumo Factores étnicos y religiosos Estilos de vida Cambios socio-culturales en marcha Distribución del ingreso Condiciones de vida de la población	El impacto de las nuevas tecnologías El impacto y la velocidad de las transferencias de tecnología El tamaño de la inversiones en investigación y desarrollo tecnológico. El impacto de las tecnologías de la información Las tasas de obsolescencia tecnológica
AMBIENTAL	
Bajo impacto ambiental Sanidad Reducción mínima de desechos	

4.1.2. ANALISIS DE LA INDUSTRIA

ANALISIS 5 FUEZAS DE PORTER

PROVEEDORES



4.2.ANALISIS INTERNO

4.2.1. CADENA DE VALOR (PORTER)



4.2.2. RECURSOS

Los recursos para edu Games, principalmente serán préstamos bancarios que se pedirán para la adquisición de computo nuevo, Cds y un quemador de Cd y demás materiales los cuales nos ayudaran con la producción y venta de los juegos, el recurso principal es la financiación Externa por medio de un préstamo

4.2.3. COMPETENCIAS

Como mencionamos, las competencias en este caso serían las otras industrias de videojuegos, que crea juegos para consolas como Xbox. Play Station o Wii ya que un adolescente prefiere jugar juegos como FIFA a juegos educativos en nuestra teoría del marketing profundizaremos esta parte

4.3.MATRIZ DOFA

AMENAZAS	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Copyright por los derechos de autor en la información usada para los juegos • Falta de estudios de mercado • Falta de experiencia • Posibles altos impuestos por ventas • Falta de inversión 	<ul style="list-style-type: none"> • Idea única e innovadora en el mercado • Personal emprendedor y positivo • Capital intelectual de los socios quien a su vez son los desarrolladores del juego • Fuerte impacto en el mercado • Alto conocimiento de los gustos y necesidades del mercado juvenil a la hora de aprender • Amabilidad en el servicio • Clientes potenciales
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Es una empresa nueva sin experiencia • Talento humano Escaso para producción en masas • Poca prevención de riesgos • Falta de organización a nivel empresarial • Falta de equipo de computo de punta para un mejor desarrollo de los sistemas gráficos 	<ul style="list-style-type: none"> • Idea innovadora a la hora de abrir puertas en el mercado • Apoyo del ministerio de educación • Internalización del producto • Calidad en el producto • Amplios mercados en el sector de los videojuegos • Crecimiento empresarial • Ayuda en incremento educativo en el país

4.4.IDENTIDAD ESTRATEGICA

Educar a los estudiantes que inician una carrera universitaria de una manera dinámica y divertida por medio de videojuegos para PC formato .exe, con los cuales el estudiante adquirirá las bases de la carrera a la cual desea entrar estudiar

Estos juegos son divertidos en forma de tercera persona, en el cual el protagonista del juego va enfrentando a enemigos y circunstancias relacionadas con dicha carrera,

De esta forma pretendemos que el estudiante se divierta y aprenda, ya que según estudios universidad de Cambridge el 93.56% estudiantes adquieran mas conocimientos cuando se divierten, y nuestra misión es que los estudiantes juegen y aprendan por medio de nuestros videojuegos.

4.5.FUTURO PREFERIDO

Llegar a ser la única y mejor empresa vendedora de video juegos #1 en las universidades y los estudiantes que buscan una forma innovadora de educar con los videojuegos. con autonomía administrativa, con excelencia en ventas de videojuegos, donde se brinde un producto de excelente calidad y en donde los mejoramientos continuos en todas las áreas sean de agrado a nuestros consumidores, de eficiente gestión, competitiva, con alianzas estratégicas en el ámbito nacional e internacional, comprometida con el servicio al cliente, la formación integral de su recurso humano y tecnológico. Y ser un ejemplo para la sociedad a lo que se refiere educación dinámica.

4.6.VALORES CORPORATIVOS

RESPECTO: Buscamos constantemente mantener la armonía en la relación con compañeros de trabajo, clientes y proveedores.

LEALTAD: Tenemos un fuerte compromiso y mostramos fidelidad. Hacemos con respeto nuestras responsabilidades y manifestamos confidencialidad en los acontecimientos de la Organización.

HONESTIDAD: Siendo íntegros para recibir a cambio la confianza de clientes internos y externos.

RESPONSABILIDAD: Cumplimos de manera oportuna y precisa con las actividades propias de cada puesto para escalar y llegar a las metas fijadas.

COMPROMISO: Nos dedicamos a llegar al objetivo establecido y cumplimos responsablemente con las actividades propias del puesto.

INNOVADOR: Promoveremos el cambio permanente en nuestros procesos, productos y servicios como el medio más importante para estar cumpliendo las expectativas de nuestros clientes.

4.7. VENTAJAS COMPETITIVAS

- al contar con un producto innovador difícil de imitar por la competencia, lo cual nos permite diferenciarnos en el mercado
- Contamos con un proceso productivo eficiente que le permite producir los un productos eficiente y de calidad, pero a un menor costo.
- al contar tecnología de punta que nos permite producir productos con un mejor rendimiento adaptables a cualquier pc superior a Windows 7
- Contamos con personal altamente calificado y con experiencia en desarrolladores gráficos que nos permite tener una alta productividad y brindar un excelente servicio al cliente.
- Contamos con una patente que nos permite explotar un determinado producto sin preocuparnos porque la competencia también lo haga.
- Contamos con un sistema de información fácil y sencillo que nos permite tomar y procesar rápidamente los pedidos del cliente, y brindar así una rápida atención.

- Contamos con una moderna infraestructura fácil y sencilla que le permite que sus empleados trabajen y sus clientes sean atendidos en un ambiente cómodo y acogedor.
- al contar con un sistema de distribución eficiente, ya que en si solo es quemar el juego en un CD, que nos permite que el productos llegue a varios puntos de venta, en condiciones óptimas y en el momento oportuno.

4.8.FACTORES CLAVES DEL ÉXITO FCE

FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	
	
Aspecto	Factores Claves Del Éxito
Producto	<ul style="list-style-type: none"> -Innovador -Divertido -Fácil de entender y jugar -Compacto y sencillo -fácil instalación y uso
Proveedores(compras)	<ul style="list-style-type: none"> -Precio -calidad -Ubicación
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> -Precio -garantía -Servicio al cliente -Presentación y distribución -Tecnología e innovación -Ubicación y seguridad
Relación cliente	<ul style="list-style-type: none"> -Soporte técnico, ayuda y servicio en la instalación del juego -Servicio al cliente

5. CAPITULO 3: ESTUDIO DE MERCADO

Con el siguiente estudio de mercado, nos enfocaremos a Estudiar las variantes de mercado, ventas y demás que usaremos para la distribución de los productos de Edu Games

5.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar, estudiar y plantear las variantes necesarias para establecer un estudio de mercado sólido y coherente para la Distribución venta y demás de nuestro producto Edu games.

5.1.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Segmentación de mercado: analizar Factores geográficos, demográficos, Psicológicos, producto y beneficios de Edu games
- Aplicación de una encuesta, con la cual pretendemos analizar y recolectar dato, Acerca de la idea de la empresa Edu Games en general

5.2.DEFINICION DEL MERCADO (SEGMENTACION)

A continuación, mostraremos la segmentación del mercado que escogimos para el impulso de estrategias de mercado que usaremos en el futuro

VARIABLES DE SEGMENTACION

GEOGRAFICA

Áreas de Distribución: como principalmente le venderemos a Universidades y estudiantes universitarios nuestras áreas geográficas en Bogotá es el centro,

DEMOGRAFICA

-Edad: estudiantes entre 18 a 30 años
-genero: no aplica es tanto femenino como masculino
-nivel de educación: universitaria
-ingresos: mayor o igual a una media del salario mínimo

PSICOLOGICO

Actitudes: deseo o ganas por aprender y divertirse

- **Estilo de vida: no aplica**

PRODUCTO

-Tipo: videojuego, el cual se distribuirá por Cd con serial de compra requerida
-tamaño de mercado: según encuestas del Dane en el 2016 se promedio una media de 3.000.000 de estudiantes universitarios y una media de 20 universidades de educación superior en el centro

BENEFICIOS

compromiso a la educación: no comprometemos a ayudar y fomentar el estudio por medio de los videojuegos
-Rentabilidad: si las cosas marchan bien este producto nuevo en

5.3.METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION (ENCUESTA)

Para cuantificar resultados, analizar el producto e idea, programar ajustar y depaso objetivizar nuestro plan de marketing y demas ,Creamos una encusta basada en los principios de encusta likert



Juegos Educativos

Investigación de percepciones sobre el proyecto de emprendimiento EDU GAMES

Entrevistando/a.: _____

Folio.: _____

Ciudad.: _____

Edad.: _____

Universidad.: _____

Carrera.: _____

Buen día

Nos presentamos, somos Edu Games, una empresa innovadora y visionara que busca una forma de educar por medio de juegos entretenidos y educativos

A continuación, encontrará una serie de preguntas destinadas a conocer su opinión sobre diversos aspectos del Proyecto empresarial Edu games. Mediante esto queremos conocer lo que piensa la gente como usted sobre la forma en la que adquirimos aprendizaje en nuestras carrear y a su vez la forma en la cual nosotros ponemos mejorar la forma de aprendizaje por medio de la diversión.

la encuesta está basada en los principios de la encuesta Likert. Por favor lea las instrucciones al inicio de cada sección y conteste la alternativa que más se acerca a lo que usted piensa. Sus respuestas son confidenciales y serán reunidas junto a las respuestas de muchas personas que están contestando este cuestionario en estos días. Muchas gracias.

Por favor evalúe su novel de conocimiento en una escala de 1 a 5, donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 bastante de acuerdo, 3 ni de acuerdo ni desacuerdo, 4 bastante de acuerdo y 5 total acuerdo

Preguntas	Total desacuerdo	bastante de acuerdo	Ni de acuerdo ni Deacuerdo	Bastante acuero	Total acuerdo
Cree usted que las universidades usan dinamicas divertidas en la hora del aprendizaje					
Juega usted video juegos					

5.3.1 EVIDENCIA DE LA RECOLECCION DE DATOS

Para la entrevista le pedí a 7 de Mis amigos y colegas mas cercanos que me ayudaran respondiendo, tomamos pantallas de las evidencias enviadas por correo y adjuntaremos cada una de las encuestas a su correo Profesor

-Patricia agredo - edad:25 -Carrera: contabilidad

0.82 GB en uso

Política del programa
Con la tecnología de Google™

Última actividad de la cuenta: hace 7 horas
[Información detallada](#)

-Gina prieto -edad:21 -Carrera: Administración

0.82 GB en uso

Política del programa
Con la tecnología de Google™

Última actividad de la cuenta: hace 7 horas
[Información detallada](#)

-Elizabeth rodríguez Edad:34 Carrera: contaduría

ASSPERA - GORDA PI X como enamorarla.v - Yo X

Es seguro | <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/15be60b280ad119b>

Correo + 162 de 866

ENCUESTA OPCION DE GRADO EDU GAMES Recibidos x

ELIZABETH RODRIGUEZ PRIETO <elizabeth.rodriguezp@cun.edu.co>
para mí, Diana, angelica_oyola, Edison, CRISTIAN (-)
CAMILOOOO <3 mira te envio la encuesta, cualquier coosa ya sabes e e
Aldana no moleste
Cordialmente,
Elizabeth Rodriguez Prieto

Libre de virus. www.avast.com

Encuesta Edu G...

-Julian Arias Edad:26 Carrera: ingeniera

Bleed From Within - X como enamorarla.v - Yo X

Es seguro | <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/15bfec5f8d764288>

Correo + 149 de 866

encuesta opcion de grado Recibidos x

julian arias <cich.jeac@gmail.com>
para mí (-)
De: "Julian Eduardo Arias Castillo" <julian.arias@cun.edu.co>
VEA LOCA SU ENCUESTA

Encuesta Edu G...

Haz clic aquí para [Responder](#) o para [Reenviar](#)

0.82 GB en uso

Política del programa
Con la tecnología de Google™

Última actividad de la cuenta: hace 7 horas
[Información detallada](#)

The screenshot shows a Gmail interface with the following details:

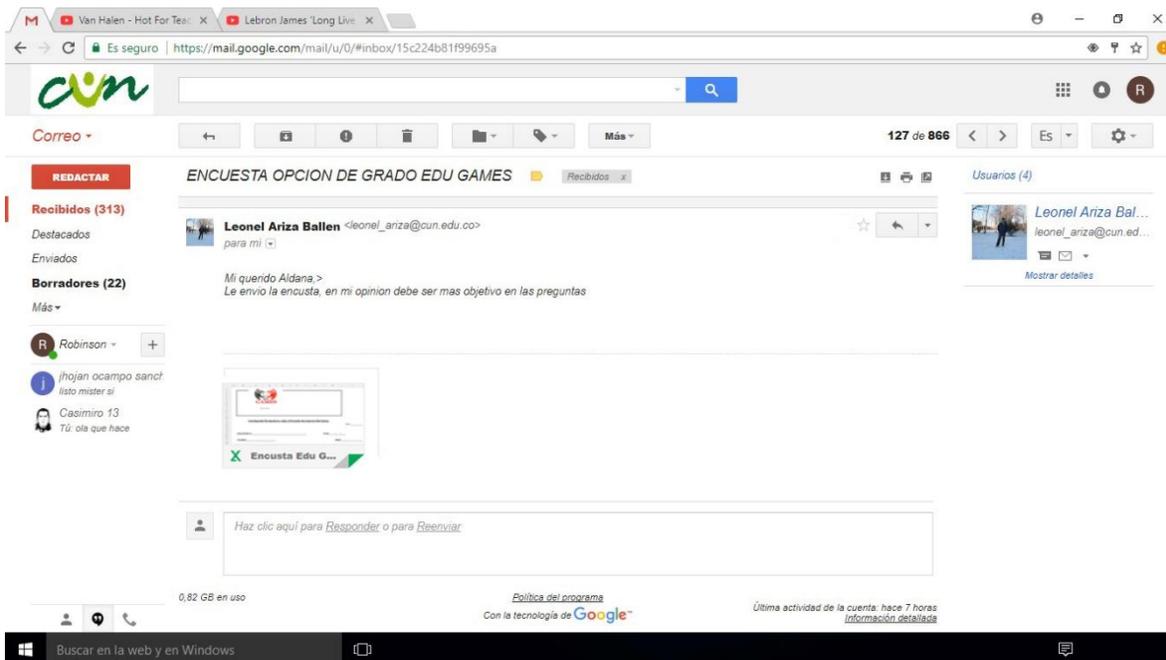
- Browser:** Chrome, address bar shows <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/15e529890bd4a1d2>.
- Account:** cun
- Navigation:** 60 de 866, language set to Es.
- Left Sidebar:**
 - REDACTAR
 - Recibidos (313)
 - Destacados
 - Enviados
 - Borradores (22)
 - Más
 - Robinson
 - ihojan ocampo sanct listo mister si
 - Casimiro 13 Tú: ola que hace
- Email Header:** ENCUESTA OPCION DE GRADO EDU GAMES, Recibidos x
- Sender:** Angie Michelle Mendoza Echeverri <angie.mendozae@cun.edu.co>
- Text:** Hola robin, hay te ago el favor y te envio la encusta
- Attachment:** Encuesta Edu G...
- Response Prompt:** Haz clic aquí para responder, responder a todos o reenviar
- Footer:** 0.82 GB en uso, Política del programa, Con la tecnología de Google, Última actividad de la cuenta: hace 7 horas Información detallada

-Jeison Ayala Edad:24 Carrera: Administración

The screenshot shows a Gmail interface with the following details:

- Browser:** Chrome, address bar shows <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/15c19d6d9c9c3ef9>.
- Account:** cun
- Navigation:** 137 de 866, language set to Es.
- Left Sidebar:**
 - REDACTAR
 - Recibidos (313)
 - Destacados
 - Enviados
 - Borradores (22)
 - Más
 - Robinson
 - ihojan ocampo sanct listo mister si
 - Casimiro 13 Tú: ola que hace
- Email Header:** ENCUESTA OPCION DE GRADO EDU GAMES, Recibidos x
- Sender:** jeison ayala <jeison.ayala@cun.edu.co>
- Text:** para , , ml
- Attachment:** Encuesta Edu G...
- Response Prompt:** Haz clic aquí para responder, responder a todos o reenviar
- Footer:** 0.82 GB en uso, Política del programa, Con la tecnología de Google, Última actividad de la cuenta: hace 7 horas Información detallada

Leonel Ariza Edad : 45 Carrera: ingles



5.4.ANALISIS

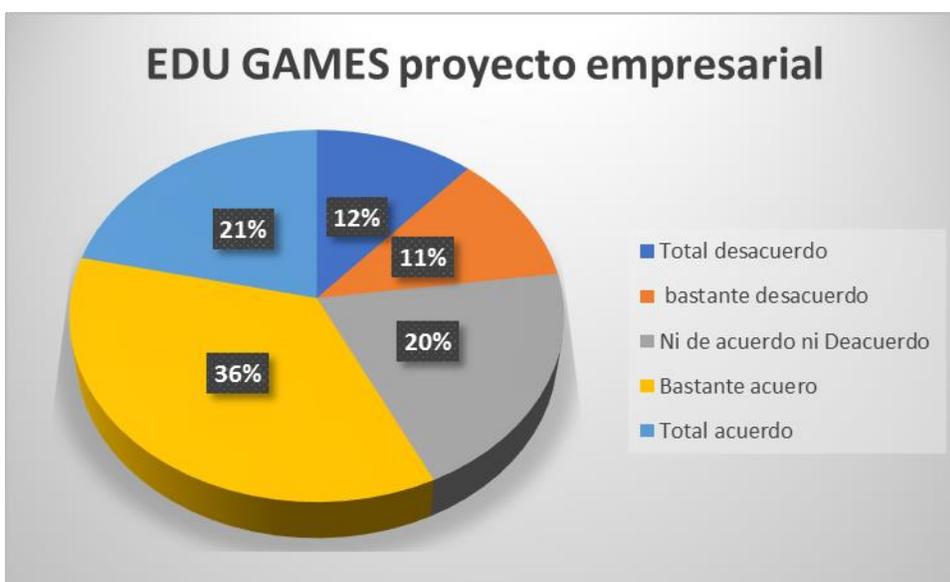
Luego de analizar las evidencias, tomar resultados de las encuestas realice la siguiente grafica basándonos en dichos resultados.

Nombre instrumentos aplicados	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10
Patricia Agredo	1	4	5	2	4	4	4	5	4	3
Gina Prieto	2	2	4	1	3	3	4	2	1	3
Elizabeth Rodriguez	3	3	4	3	5	5	4	3	4	4
Julian Arias	1	5	3	2	5	5	4	3	4	5
Angie Mendoza	3	4	4	2	4	4	4	5	3	5
Jeison Ayala	1	5	4	1	5	5	5	5	4	4
Leonel Ariza	4	2	4	3	2	4	3	1	1	4

	SUBTOTALES									
Total desacuerdo	3	0	0	2	0	0	0	1	2	0
bastante desacuerdo	1	2	0	3	1	0	0	1	0	0
Ni de acuerdo ni Deacuerdo	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2
Bastante acuero	1	2	5	0	2	3	5	0	4	3
Total acuerdo	0	2	1	0	3	3	1	3	0	2

5.4.1. GRAFICA

	FA	%
Total desacuerdo	8	11%
bastante desacuerdo	8	11%
Ni de acuerdo ni Deacuerdo	14	20%
Bastante acuero	25	36%
Total acuerdo	15	21%
TOTAL	70	100%



Observamos junto a las evidencias y a la gráfica, que tanto estudiantes como un maestro, estarían bastante acuerdo con no solo la adquisición del producto, si no con la idea de educación que traemos, analizamos a gente de diferentes carreras y edades, los cuales nos demuestran que la idea de aprender y jugar es una idea que ayudaría a la adquisición y refuerzo de conocimientos en fundamentos de sus carreras.

5.4.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El producto es atractivo e innovador para los clientes (en este caso estudiantes) por lo general podemos decir que se vería muy bien recibido en el mercado.
- Encuestar a más personas, de diferentes carreeras, la media de edad está bien. Si se puede encuestar a más profesores, reforzar preguntas.

6. CAPITULO 4: PLAN DE MARKETING

6.1.OBJETIVOS

Para nuestro plan de marketing Usaremos el siguiente Conjunto de técnicas y estudios que tendrán como objeto mejorar la comercialización de nuestro producto

6.2.ESTRATEGIA DE PRODUCTO

6.2.1. MARCA

En este caso usaremos una marca privada, de carácter marca del fabricante



6.2.1.1.NOMBRE

Edu Games: (Nombre de la empresa) El cual desde nuestro punto de vista, representa juegos educativos, un nombre corto sencillo y fácil de recordar, en inglés, ya que tenemos la esperanza de la Internacionalización

Guerra Contable(Nombre del producto) el primer juego creado por el desarrollador de Edu games, Un juego con temática contable, enfocado en la reforma tributaria del 31 e Diciembre del 2016,un nombre llamativo para las nuevas generaciones

6.2.1.2.REPRESENTACION VISUAL

Como hemos Mencionado, el juego se venderá en un Cd, el cual aparte de tener el juego listo para ser instalado en la Computadora, PC, Tendrá el siguiente Diseño

Estamos hablado de nuestro primer juego Creado, un juego de dinámica de acción con temática de contabilidad,



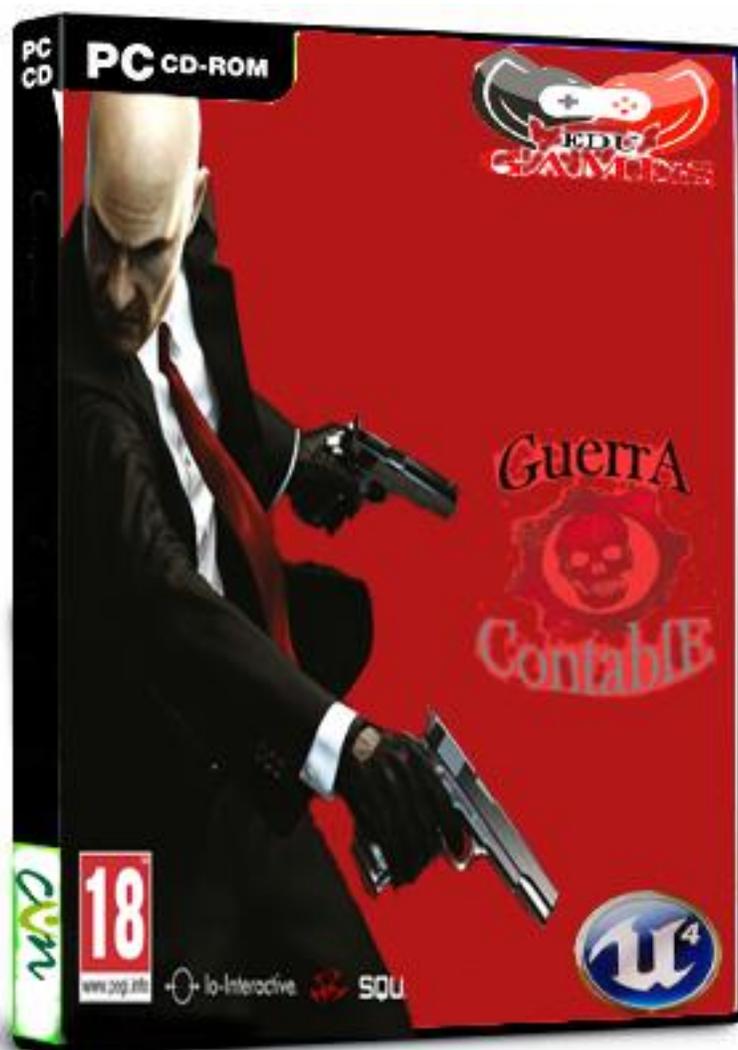
6.2.1.3.COLORES

Rojo: Es el color del fuego, la sangre. Transmite fuerza y energía. Simboliza tanto el amor como la violencia, el espíritu juvenil que estamos buscando vender

Negro: El color negro significa misterio. Tiene un significado contradictorio que bien puede significar Inteligencia y lo oscuro, pero también nobleza y dignidad. El sentido que estamos buscando en nuestros juegos

6.2.2. EMPAQUE

El juego vendrá en un estuche tradicional de CD con su respectiva caratula, este se envolverá en una bolsa de plástico con nuestro logo para la venta a nuestros clientes



6.2.3. SERVICIO POSTVENTA

El servicio postventa, podrá ser realizado a través de nuestra futura página web, en el cual dejando sus datos, en la parte de ventas mensaje privado, nos estaremos comunicando con usted para fijar precios y cantidades, además de eso contamos con representantes de ventas quienes les llevarán el producto a su establecimiento, y ayudarán con la respectiva instalación.

6.3. ESTRATEGIAS DE PRECIO

Para analizar las tácticas para fijar nuestros precios analizaremos, calcularemos y concluiremos los siguientes factores mediante el siguiente margen de precio.

Según los siguientes datos y graficas del ministerio de educación.

<http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-article-212400.html>

podemos observar que la cantidad de estudiantes matriculados para estudiar una carrera universitaria, si analizamos la carrera de contabilidad como primera media, observamos que a futuro lo más probable sería que al ser la contabilidad la 3 carrera más estudiada y según la segmentación del mercado que antes mostramos la demanda es MEDIA/BAJA FAVORABLE

En este caso y para no sonar pretenciosos y super únicos en el mercado diremos que la competencia actual estaría en los profesores que por medio de clases dinámicas, prácticas y de teoría ligera que brindan su servicio profesional por medio de clases privadas o particulares.

Como acabamos de mencionar y si lo miramos como un suplente para educarse dinámicamente analizamos lo siguiente

-profesores que dejan la educación tradicional para educar de una forma divertida e innovadora

Algo como lo que nosotros estamos buscando hacer pero por medio de videojuegos

Ejemplo: <https://www.youtube.com/watch?v=BRHKgkbs45E>

6.3.1. COSTOS

Empezaremos por el costeo y los elementos del costo para nuestro producto

MATERIA PRIMA: en este caso son los elementos que se le venderán al cliente, hicimos el siguiente costeo

- Cd Profesional marca SEIREN, para video juegos: \$ 20.000 Cada uno
- Estuche plástico color negro marca ProcaP:15.000
- caratula del estuche (hoja e impresa): 2000
- sup. caratula del cd (la que viene arriba del cd):3500

Total, materia prima: \$ **40.500**

CIF: donde tomamos arriendo, mantenimiento, servicios públicos y demás

\$600.000

6.3.2. FIJACION DE PRECIO MEDIANTE MARGEN

CD CUV :40.500 CIF:600.000 VE:60.000

COSTO UNITARIO: $CUV+CIF/VE$

COSTO UNITARIO: $40.500+600.00/60.000$

COSTO UNITARIO:40.510

Precio con margen: $40.510/(1-35\%)$

Precio con margen: \$62.323

6.4.ESTRATEGIAS DE PROMOCION

6.4.1. PUBLICIDAD

Por el momento la publicidad la aremos por medio de volantes informativos sencillos y fáciles de leer que estaremos entregando en las puertas de las universidades del Centro de bogota.

6.4.2. PLAN DE MEDIOS

Redes sociales: Al ser una empresa nueva en el mercado empezaremos por distribuir la existencia de nuestra empresa por las redes sociales (Facebook. Twiter, ask, Instagram, badoo y Demás) Y correos masivos y aleatorios que estaremos enviando.

6.5.ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCCION

compra por correo: a través del correo camiloasistente@edugames.com los clientes podrán realizar compras por correo, donde verificaremos y haremos la orden de compra, servicio también disponible en nuestra futura pagina web

Productos de regalo: Para fomentar la estrategia de plaza, con cada CD que el cliente compre y solo a los 100 primeros, estamos pensando en regalar un instructivo básico de

contabilidad, en forma de CD adicional al juego con una conferencia de nuestro Experto en contabilidad, Camilo Valencia.

Promoción en puntos de ventas: si el cliente realiza la compra en nuestrasucursol se le birndara un 10% de escuento en el Precio de la compra del CD

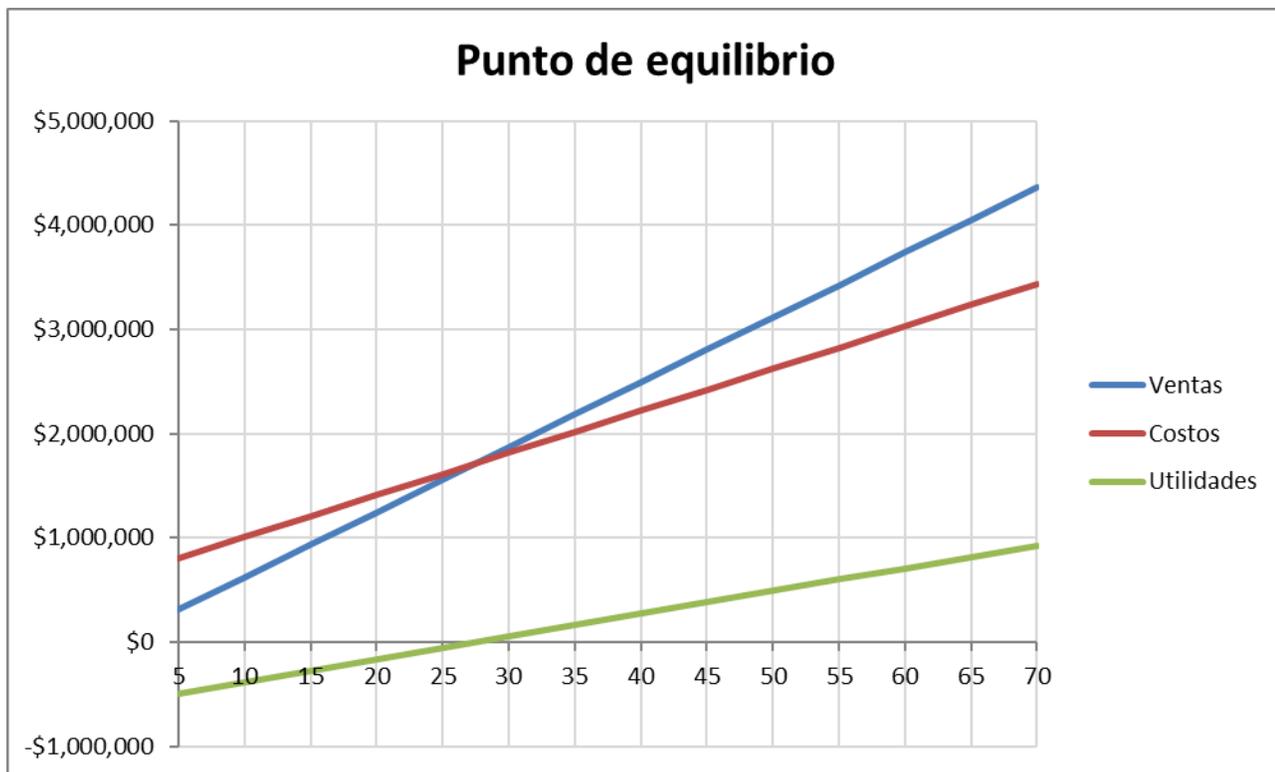
Programa de incentivo de referencia del consumidor

Se le estará regalando un poster 30*20 Cm a los 100 primeras personas que compren el juego, poster cromado con el logo de nuestro personaje

6.6. PROYECCION DE VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos fijos:	\$600,000
Precio:	\$62,323
Costos unitario:	\$40,510
P.E.:	27.5065328
Utilidades:	\$0

	Unidades	Ventas	Costos	Utilidades
	5	\$311,615	\$802,550	-\$490,935
	10	\$623,230	\$1,005,100	-\$381,870
	15	\$934,845	\$1,207,650	-\$272,805
	20	\$1,246,460	\$1,410,200	-\$163,740
	25	\$1,558,075	\$1,612,750	-\$54,675
	30	\$1,869,690	\$1,815,300	\$54,390
	35	\$2,181,305	\$2,017,850	\$163,455
	40	\$2,492,920	\$2,220,400	\$272,520
	45	\$2,804,535	\$2,422,950	\$381,585
	50	\$3,116,150	\$2,625,500	\$490,650
	55	\$3,427,765	\$2,828,050	\$599,715
	60	\$3,739,380	\$3,030,600	\$708,780
	65	\$4,050,995	\$3,233,150	\$817,845
7.	70	\$4,362,610	\$3,435,700	\$926,910

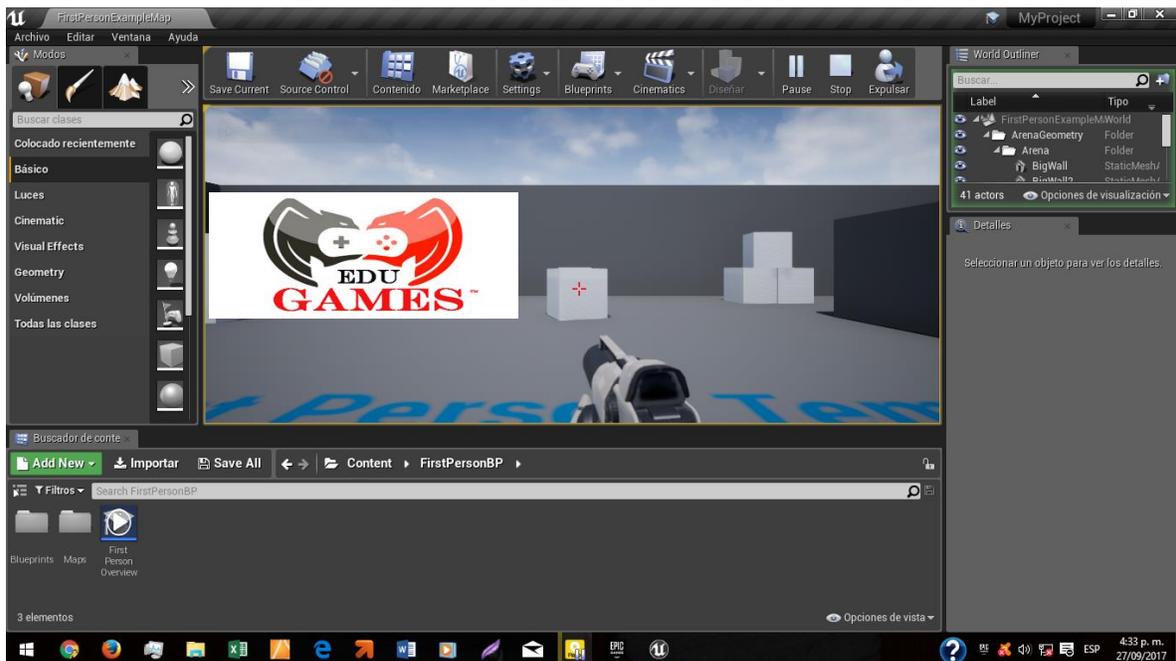


8.

9. ANEXOS

Prueba Primer avance de desarrollo

Hasta el momento logramos fundamentar con ayuda del programa Unreal Engine 4.5 las bases de comandos de movimientos del juego y hasta el momento conseguimos la movilidad total del futuro personaje y las teclas que se usan como patrones del movimiento



9.1

Primer tráiler del juego, donde describimos el juego y su temática, además invitamos a los jóvenes a jugar con el.

<https://www.youtube.com/watch?v=Ty9eXzr0NFs>