

STRATEGIC DEVELOPMENT

WILLIAM RICARDO MURCIA CORRECHA

PEDRO FELIPE TORRES ALDANA

WILLIAM ANDRES RODRIGUEZ PEREZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)

FACULTAD DE INGENIERÍAS

PROGRAMA INGENIERÍA DE SISTEMAS

BOGOTÁ D.C. MAYO DE 2017

STRATEGIC DEVELOPMENT

WILLIAM RICARDO MURCIA CORRECHA

PEDRO FELIPE TORRES ALDANA

WILLIAM ANDRES RODRIGUEZ PEREZ

Opción de grado II creación de empresa

Asesor: ANDRES MAURICIO ACOSTA LOPEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)

FACULTAD DE INGENIERÍAS

PROGRAMA INGENIERÍA DE SISTEMAS

BOGOTÁ D.C. FEBRERO DE 2017

Contenido

IDEA DE NEGOCIO:.....	5
MISIÓN.....	5
VISION.....	5
OBJETIVOS.....	5
GENERAL:.....	5
ESPECIFICOS:.....	5
MARCO TEORICO.....	6
1.1 Aspectos históricos de este tipo de negocio en Bogotá o países.....	6
1.2 Marco de referencia o estado del arte.....	6
1.3 Marco legal del negocio.....	7
1.3.1 ARTICULO 1.....	7
1.3.2 ARTICULO 2.....	7
1.3.3 ARTICULO 3.....	7
1.3.4 ARTÍCULO 4°.....	8
1.3.5 Artículo 5°.....	9
1.3.6 Artículo 6°,.....	9
1.3.7 Artículo 7°,.....	9
1.3.8 Artículo 8°.....	10
1.3.9 Artículo 9°.....	10
1.3.10 Artículo 10°.....	11
1.3.11 Artículo 11°.....	11
1.3.12 Artículo 12°.....	11
1.4 Aspectos ecológicos.....	12
Nuestra empresa contara con adecuados manejos de:.....	12
• Reciclaje.....	12
• Arrojar los desechos tecnológicos en los sitios indicados.....	12
1.5 Aspectos políticos y económicos.....	12
1.6 La tecnología y el negocio.....	13
1.7 Aspectos sociales del negocio.....	13
SEGMENTACION DEL GRUPO OBJETIVO.....	14
INVESTIGACION DE MERCADOS.....	15

Problemática	15
Recopilación de información	16
ECONOMÍA E INGRESOS GRUPO OBJETIVO	16
PSICOGRAFÍA DEL GRUPO OBJETIVO	17
EDAD, GÉNERO Y CICLO DE VIDA	17
DISEÑO DE INSTRUMENTO Y APLICACIÓN EN CAMPO	17
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	18
Estrategias de producto	19
PAGINA WEB	21
<i>FIGURA 1.1 (PAGINA STRATEGIC DEVELOPMENT)</i>	21
<i>FIGURA 1.2 (PAGINA STRATEGIC DEVELOPMENT)</i>	21
<i>FIGURA 1.3 (PAGINA STRATEGIC DEVELOPMENT)</i>	22
Bibliografía	23

IDEA DE NEGOCIO:

Crear una empresa dedicada al diseño de video juegos para todo tipo de público, pero con un mayor enfoque hacia los juegos educativos y buenos comportamientos sociales ayudando así a mejorar la calidad de vida de las personas.

MISIÓN

Somos una empresa dedicada al desarrollo de video-juegos con fines pedagógicos y buenas prácticas sociales, generando divertidas plataformas interactivas satisfaciendo la necesidad de nuestros clientes.

VISION

Ser en el 2025 una empresa reconocida en distintas regiones del país teniendo un gran impacto en la sociedad por su labor contribuyendo a las buenas prácticas sociales y la educación.

OBJETIVOS

GENERAL:

Crear una empresa que, a través, de los videojuegos genere un gran impacto social desarrollando buenos comportamientos y fomente a la educación.

ESPECIFICOS:

- Adecuar el espacio para empezar a realizar las funciones de la empresa.

- Legalizar la empresa ante las entidades pertinentes con toda la documentación y requisitos requeridos.
- Alcanzar los conocimientos previos en las diversas plataformas para desarrollar estos juegos.
- Analizar las fallas en los comportamientos sociales y el aporte que podamos prestar a la educación para enfocar éste proyecto.
- Hacer que nuestros productos lleguen a ser bien recibido por todo tipo de público (Adult@s, jóvenes y niñ@s).

MARCO TEORICO

1.1 Aspectos históricos de este tipo de negocio en Bogotá o países

En Colombia existen empresas dedicadas a la creación de videojuegos como 12 Hit Combo (Bogotá), 3dementes (Bogotá), AdFun Advergames (Cali), Ananja Games (Bogotá), Asterisco Studio (Cali), que se dedican a la creación de videojuegos incluyendo los educativos pero cabe destacar que éstas empresas no los realizan como iniciativa sino que generan contratos con empresas que solicitan éste tipo de video juegos para su debida realización que resultan en gran medida más de entretenimiento que de educación.

1.2 Marco de referencia o estado del arte

Nuestra empresa está enfocada en la construcción de video juegos educativos bajo la plataforma de UNITY ya que esta nos brinda un sinnfín de herramientas que nos permite empaquetar nuestras creaciones y hacerlas multiplataforma, de esta manera poder llegar a todos los posibles clientes por la mayor cantidad de medios posibles.

A esto se suma la constante investigación en los cambios de la educación partiendo desde la escuela, como de los comportamientos sociales que tienen las personas, cuales son correctos y cuales no y así promoverlos de una manera entretenida como son los videojuegos.

1.3 Marco legal del negocio

LEY. · No~ 1554 / . ;O I "POR LA CUAL SE DICTAN NORMAS SOBRE LA Operación Y FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN EL SERVICIO DE VIDEOJUEGOS y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES" El Congreso de Colombia, DECRETA: Artículo

1.3.1 ARTICULO 1. Definición. Para los efectos de la presente ley se entiende por establecimiento de prestación de servicio de videojuegos, aquel que ofrece juegos de video por computador y/o simuladores, o consolas de videojuegos, y/o cualquier otro instrumento, que en su desarrollo utilice imágenes visuales electrónicas o similares. El servicio de videojuegos será prestado por personas naturales o jurídicas, debidamente inscritas en la Cámara de Comercio del lugar en el que cumple su objeto comercial.
Artículo

1.3.2 ARTICULO 2. Funcionamiento. Los establecimientos de que trata la presente ley deberán acreditar ante las autoridades municipales y distritales los requisitos exigidos en la Ley 232 de 1995 y Decreto 1879 de 2008, o las normas aplicables para este efecto. Para acreditar la existencia, propiedad y renovación de la matrícula mercantil, la Cámara de Comercio o la organización que cumpla sus funciones, deberá exigir certificación expedida por el Curador Urbano o autoridad competente, en la que se acredite que el establecimiento cumple con el uso del suelo permitido y/o admitido en la licencia de construcción original, en el plan de ordenamiento territorial o plan básico de ordenamiento del territorio o esquema básico de ordenamiento territorial, de acuerdo con la categoría del municipio o distrito. El incumplimiento a esta norma dará lugar al cierre definitivo del establecimiento, que será ordenado de conformidad con el procedimiento establecido en el Código Nacional de Policía.

Parágrafo transitorio. Los establecimientos que al momento de la entrada en vigencia de la presente ley se encuentren abiertos al público, tendrán un término de doce (12) meses para dar cumplimiento a lo establecido en los artículos 2° y 3° de la presente ley.

1.3.3 ARTICULO 3. Criterios de operación. Todos los establecimientos a los que se refiere la presente ley, deberán cumplir para su funcionamiento y operación con los siguientes requisitos:

1) Estar ubicados a más de 400 metros de distancia de centros e instituciones educativas de carácter formal o no formal.

2.) Atender estrictamente a la clasificación de los videojuegos establecida en el artículo 9° de la presente ley.

3) Disponer de condiciones de iluminación y ventilación propicias, espacios y áreas necesarias para garantizar condiciones adecuadas para la salud, el bienestar y la comodidad; evitando la utilización de sistemas de iluminación que pueden afectar la salud de los usuarios. Asimismo, contar con la habilitación de baños para mujeres y hombres los cuales deberán cumplir con las condiciones de higiene y salud establecidas en las normas vigentes.

4) Implementar las medidas necesarias en materia de prevención y atención de emergencias, de conformidad a lo establecido por las autoridades Municipales, Distritales y la ley.

5) Verificar que el espacio disponible para cada usuario le permita situarse a la distancia apropiada entre jugador y pantalla, y que las distancias entre los equipos de videojuegos garanticen en todo momento el servicio, la operación, la salud y la seguridad de los usuarios.

6) Designar como responsable o encargado de la administración del establecimiento y la operación de los videojuegos, a una persona mayor de edad.

7) No vender bebidas con contenido alcohólico ni cigarrillos en los establecimientos o salones cuya actividad comercial esté destinada a prestar el servicio de videojuegos. Además, el responsable o encargado de la administración del establecimiento deberá denunciar ante la autoridad competente la venta clandestina a los menores de cualquier sustancia psicotrópica que se presentare al interior del establecimiento.

8) Mantener los sistemas de audio y video en los niveles permitidos, conforme a lo estipulado en el artículo 2° de la Ley 232 de 1995 o en la norma que la modifique o adicione, de manera que no afecten la salud de los usuarios o la tranquilidad de la comunidad.

9) Obtener el certificado de capacitación en la identificación y manejo de jugadores patológicos e informar a las autoridades cuando sea advertida la presencia de un usuario ludópata o en riesgo de convertirse en ludópata.

Parágrafo. Las autoridades municipales y distritales podrán proceder a decretar el cierre definitivo del establecimiento que presta el servicio de videojuegos cuando establezcan que el mismo opera con videojuegos de contrabando o copias no originales.

1.3.4 ARTÍCULO 4°. Del acceso. Queda prohibido el ingreso a los establecimientos de que trata la presente ley de los menores de catorce (14) años. **Parágrafo.** La responsabilidad sobre los usuarios menores de 18 años recaerá siempre en los padres de familia, quienes ejercerán su vigilancia y control en el momento en que aquellos hagan uso del servicio de videojuegos en los establecimientos legalmente constituidos de que habla la presente ley.

El establecimiento podrá exigir la autorización expresa de los padres para cuando los usuarios sean menores de 18 años.

1.3.5 Artículo 5°. Entidades responsables. Las Secretarías de Gobierno y las Secretarías de salud de orden departamental, distrital y municipal, serán los responsables del cumplimiento de los preceptos contenidos en la presente ley.

1.3.6 Artículo 6°, Comité de Promoción, Clasificación y Seguimiento para el uso de Videojuegos. Créase el Comité de Promoción, Clasificación y Seguimiento para el uso de Videojuegos, que estará integrado por:

Secretario de Gobierno departamental, distrital o municipal según corresponda.

Director del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, o su Delegado.

Dos (2) representantes de la Sociedad Nacional Colombiana de Psicología.

Dos (2) representantes de las Agremiaciones de las Asociaciones de Padres de Familia.

Dos (2) representantes de la Asociación de facultades de Educación.

Un (1) representante de la Asociación Colombiana de Psiquiatría.

Dos (2) representantes de las ligas de video juegos de Colombia.

Las entidades relacionadas cumplirán con lo señalado en el presente artículo con su actual estructura administrativa.

1.3.7 Artículo 7°, Funciones del Comité de Promoción, Clasificación y Seguimiento para el uso de Videojuegos. Corresponde al Comité de Promoción, Clasificación y Seguimiento para el uso de Videojuegos las siguientes funciones:

1) Revisar las clasificaciones de los videojuegos que circulen en Colombia de acuerdo a los criterios contenidos en el artículo 9° de la presente ley. Esta clasificación deberá ser actualizada y publicada por lo menos dos (2) veces al año y comunicarse en forma debida y oportuna al Ministerio de Salud y Protección Social, al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, a las Secretarías de Gobierno, a las Secretarías de Salud Municipales o Distritales y a la comunidad en general.

2) Solicitar al Ministerio de Educación Nacional la publicación de orientaciones pedagógicas que los marcos de las competencias ciudadanas permitan a los estudiantes desarrollar destrezas, habilidades y actitudes para tomar decisiones asertivas frente a las diferentes situaciones de su vida cotidiana. entre ellas, la recreación saludable y el uso adecuado del tiempo libre.

3) Promover campañas pedagógicas y educativas orientadas a advertir a los padres de familia y a los jugadores, sobre las implicaciones que para la salud puede ocasionar el uso de videojuegos.

4) Establecer, en coordinación con las Secretarías de Gobierno y las Secretarías de Salud Departamentales, Municipales y Distritales, y las demás autoridades regionales y locales, en un término de un (1) año, a partir de la aprobación de la presente ley, una estrategia integral para promover, divulgar y fomentar, de manera permanente, el uso adecuado de los videojuegos y la prevención de la ludopatía.

Ningún videojuego puede ser comercializado, distribuido, vendido o alquilado en el país sin la clasificación previa asignada por el Comité de Promoción, Clasificación y Seguimiento para el uso de Videojuegos.

Parágrafo 1. El Ministerio de salud y protección social será el responsable de definir las acciones correspondientes a la prevención de los riesgos asociados a la práctica de los videojuegos, los protocolos y guías de atención de la ludopatía para su implementación en el sistema de seguridad social en salud. Lo anterior deberá ser articulado e implementado por los entes territoriales.

Parágrafo transitorio. A partir de la entrada en vigencia de la presente ley y por única vez, el Comité de Promoción, Clasificación y Seguimiento para el uso de Videojuegos tendrá seis (6) meses para expedir una lista en la cual se recopilen los títulos de videojuegos que circulen actualmente en Colombia y la clasificación que les ha sido asignada. Posteriormente, deberá hacerse una revisión de dicha clasificación de acuerdo con el numeral 1 del artículo 7° de la presente ley.

1.3.8 Artículo 8°. Capacitación en la identificación de jugadores patológicos. Las autoridades territoriales de salud promoverán la capacitación a los propietarios y empleados de los establecimientos que prestan el servicio de videojuegos, para la identificación de jugadores patológicos y expedirán el certificado correspondiente.

1.3.9 Artículo 9°. Clasificación de videojuegos. Todo videojuego que se comercialice, distribuya, venda o alquile en Colombia, deberá ser clasificado de acuerdo a los siguientes criterios:

1. Videojuego de abierta circulación: Clasificación Todos. Contenidos referidos a:
Entretención educativo. Proporciona al usuario conocimientos específicos, desarrollando o reforzando el aprendizaje por medio de maneras entretenidas. Deportes.
Competencias de vehículos reales o ficticios. Informativo respecto de datos, hechos, información de recursos, o materiales referentes a eventos históricos. Situaciones de naturaleza fantástica que incluyen personajes humanos y no humanos fácilmente distinguibles de la vida real.
2. Videojuego de circulación restringida: Clasificación mayores de 18 años. Contenidos de apología, referencia, imágenes o uso de: Lenguaje soez. Desnudez, sexo o sexualidad. Bebidas alcohólicas. Drogas ilegales. Productos de tabaco. Discriminación de cualquier índole. Violencia, derramamiento de sangre, armas, lesiones humanas y muerte. Apuestas de dinero o propiedades.

1.3.10 Artículo 10°. Clasificación previa de videojuegos. Todas las empresas que tengan por actividad comercial principal, o entre sus actividades comerciales la fabricación o importación de videojuegos deberán, antes de sacar cualquier título al mercado, someterlo al proceso de clasificación referido en la presente ley. Obtenida la 4 clasificación, esta deberá indicarse en forma clara, expresa y legible en la parte frontal del empaque en que sea distribuido el videojuego.

Parágrafo. El incumplimiento de esta disposición por parte de las empresas de que trata el presente artículo, será sancionado de la siguiente manera:

Por la primera vez, multa de 50 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Por la segunda vez, multa de 70 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Por la tercera vez, multa de 100 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Por la cuarta vez, cancelación del registro mercantil y/o licencia de funcionamiento. El Gobierno Nacional tendrá un plazo de seis (6) meses a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, para expedir el decreto reglamentario que consagre las normas y disposiciones complementarias que garanticen el cumplimiento de lo aquí dispuesto.

1.3.11 Artículo 11°. Sanciones. Los alca/des municipales y distritales, o los funcionarios que reciban la delegación, siguiendo el procedimiento señalado en e/ libro primero del Código Contencioso Administrativo, impondrán las siguientes sanciones a los establecimientos de comercio, que no cumplan con las disposiciones contenidas en la presente ley.

- 1) Requerirlo por escrito para que en un término de 45 días calendario cumpla con los requisitos que hagan falta.
- 2) Imponerle multas sucesivas por la suma de 15 salarios mínimos legales diarios vigentes por cada día de incumplimiento y hasta por el término de 30 días calendario.
- 3) Ordenar la suspensión de las actividades comerciales desarrolladas en el establecimiento, por un término hasta de un mes, para que cumpla con los requisitos de la ley.
- 4) Ordenar el cierre definitivo del establecimiento de comercio, si transcurrido un mes de haber sido sancionado con las medidas de suspensión, continúa sin observar las disposiciones contenidas en la presente ley, o cuando el cumplimiento del requisito sea posible.

1.3.12 Artículo 12°. Vigencia. La presente ley rige a partir del momento de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

1.4 Aspectos ecológicos

Nuestra empresa contara con adecuados manejos de:

- Reciclaje.
- Arrojar los desechos tecnológicos en los sitios indicados.
- El cuidado del cuerpo como parte del medio ambiente.
- La reutilización de materiales que sean de utilidad.
- Ahorro de servicios como agua y luz.

Además, dichos temas antes mencionados serán parte de nuestro catálogo de ideas para desarrollo posterior de video-juegos que seguirán incentivando la educación, y el cuidado del medio ambiente como parte de nuestro entorno social y desarrollo socio humanístico destacando la importancia del cuidado de éste.

1.5 Aspectos políticos y económicos.

El desarrollo de éste tipo de video-juegos y su eje educativo y social se vuelve una acción política ya que vincula a toda la sociedad. En consideración a lo anterior, STRATEGIC DEVELOPMENT no va dirigido a una zona o estratificación específica pues el interés de ésta empresa es promover la educación en todos los espacios y un desarrollo socio-cultural que vincula a todas las personas dentro de una sociedad ya sea de manera directa o indirecta y la educación como un derecho fundamental y constitucional que tienen todas las personas de un país, podrán ser quienes gocen de los productos y servicios de STRATEGIC DEVELOPMENT, ésta última también podrá considerar el apoyo que puede ofrecer las entidades gubernamentales para la previa creación de nuevas herramientas educativas en pro del desarrollo educativo del país, apuntando a entidades educativas como colegios y universidades como principales clientes y a gran escala generar contratos con secretaría de educación.

Uno de los objetivos de STRATEGIC DEVELOPMENT es contar con un cubrimiento a nivel nacional, por tanto también se adquirirán las herramientas necesarias para desarrollar nuestros productos en productores nacionales generando una mejor estabilidad monetaria y no depender tanto del cambio de la moneda extranjera la cual podría desestabilizar nuestra economía interna. Hoy día el uso de las herramientas tecnológicas es muy común y desde el gobierno nacional se promueve a través de la promoción del uso de las TIC, STRATEGIC DEVELOPMENT en acuerdo del uso de estas y su promoción, busca incursionar en la implementación de las TIC como herramienta de distribución de sus productos, o como un posible cliente junto con el ministerio de educación, de nuestros servicios para desarrollar herramientas que promuevan la educación y el buen desarrollo en el entorno social.

1.6 La tecnología y el negocio.

STRATEGIC DEVELOPMENT tendrá un gran impacto ya que se maneja de manera online, permitiendo difundir sus servicios y dando a conocer su marca y productos a través de diversos medios virtuales como son las redes sociales, adwords y banners online. Además de la inversión en equipos de alta calidad que cumplan los requisitos para que cada área cumpla con sus labores de una manera eficiente y que soporten el debido software para realizar cada una de las actividades, otra de las grandes ventajas que se obtiene del manejo online es que se reduce la probabilidad de tener intermediarios, y podemos entablar relaciones directas con nuestros clientes vía web o concretar encuentros con éstos, pues la empresa no solo se enfoca en crear los video-juegos de nuestra autoría, sino que busca dar soluciones a los requerimientos de nuestros clientes.

1.7 Aspectos sociales del negocio

STRATEGIC DEVELOPMENT está altamente comprometido a cooperar en las actividades que resalten y promueven la importancia de la educación y el desarrollo socio-cultural de las personas, esto incluye un gran compromiso con el medio ambiente pues éste forma una parte muy importante del desarrollo, comportamiento y salud de la sociedad.

ESTUDIO Y CIFRAS GENERALES DEL SECTOR DE LA ECONOMÍA Y ACTIVIDAD DEL NEGOCIO DENTRO DEL SECTOR.

En Bogotá y en toda Colombia, existen diversas empresas que se dedican a realizar video-juegos, hay muchas que se dedican al desarrollo de advergames, éstos son video-juegos que se enfocan en publicitar una marca o producto, recibiendo un pago de una empresa o marca para hacer publicidad de ésta, luego viene la categoría de juegos serios y entretenimiento, son los juegos más comunes que se ven pues en entre éstos se pueden encontrar los que normalmente vemos para consolas de video-juegos, aun así STRATEGIC DEVELOPMENT aunque maneja un poco de éstas categorías se enfocará a otra categoría como son los video-juegos educativos, pues creemos que es muy importante para la sociedad y en Colombia son contados los casos de empresas que realizan éste tipo de video-juegos como serían Dinomotion Studios, Macaw Games y Plantagamers, por tanto incursionar en el mundo de los video-juegos educativos en Colombia por el momento no tiene una competencia amplia.

COMPETIDORES DIRECTOS E INDIRECTOS

Debido a que STRATEGIC DEVELOPMENT es una empresa que ofrece sus productos online al igual que las demás empresas nacionales que hacen video-juegos educativos, se pueden contemplar los demás como una competencia directa, Dinomotion Studios, Macaw Games y Plantagamers son las 3 empresas presentes en el país que dedican a realizar video-juegos educativos, cabe resaltar que STRATEGIC DEVELOPMENT también busca ayudar a crear conciencia en los clientes para fomentar un buen comportamiento en la sociedad, también cabe resaltar que frente al ministerio de educación, se presentan muchas iniciativas sobre éste tipo de productos los cuales buscan venderlo para que sea implementado por un ente gubernamental, éstas personas que se presentan a las iniciativas serían una competencia indirecta.

SEGMENTACION DEL GRUPO OBJETIVO

VARIABLES DE SEGMENTACION B2B	DESCRIPCION B2B
SEGMENTACION GEOGRAFICA	<p>SOM – Serviceable Obtainable Market: Enfocaremos nuestro producto en unidades estudiantiles (Colegios y universidades), estaremos hablando de más de 5.000 personas con la aplicación, basándonos en distribuir la aplicación en entidades educativas de Bogotá.</p> <p>SAM – Serviceable Available Market: valoraremos el crecimiento de nuestra empresa mediante la venta de los videojuegos ofreciendo un excelente servicio al consumidor, enfocándonos en una visión más amplia de unas 150.000 personas pensando un poco más que una ciudad y expandir nuestra incidencia a distintos lugares del país.</p> <p>TAM – Total Addressable Market: si la valoración de nuestro producto es muy buena basándonos en (SOM Y SAM), podríamos estar hablando en términos más generales y pensar en abastecer con nuestros productos un plano más amplio de personas e internacionalizar nuestra marca como empresa.</p>
SEGMENTACIÓN POR TIPO	STRATEGIC DEVELOPMENT, es una empresa de desarrollo tecnológico que produce sus propios video-juegos promoviendo la educación y las buenas prácticas sociales para una mejor convivencia entre los ciudadanos.
SEGMENTACIÓN POR TAMAÑO	Somos una microempresa, principalmente formada por 4 personas que se encargan de todas las fases de los productos que se realizan en la empresa, pero con una amplia visión de crecer y poder ofrecer oportunidades de trabajo a muchos más.

SEGMENTACION POR VENTAS	La creación de los video-juegos darán un aporte de auto sostenimiento por varios meses, ya que se usara de forma masiva, cabe aclarar que el costo varía según la dificultad de desarrollo de éstos, pero manteniendo como prioridad las entidades educativas, seguido por las empresas que buscan soluciones de publicidad a través de los advergames.
SEGMENTACIÓN DE PROCESOS DE COMPRA	Satisfactores: Tenemos claro que tipo de herramientas necesitamos para el desarrollo de nuestros productos con eficiencia y calidad, cuidando nuestra economía para optimizar nuestras ganancias de la mejor manera.
SEGMENTACIÓN POR BENEFICIOS	Para éste tipo de productos, se precisa contar con la mejor calidad de desarrollo, además de brindar un buen soporte en caso de fallos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

INVESTIGACION DE MERCADOS

Problemática

Se reconoce que la educación es la mejor salida para el progreso de una sociedad, pero, no basta con adquirir todo el conocimiento si no está acompañada de buenos comportamientos frente a la misma. Pese a que las personas cuenten con altos niveles de educación, caen en actos de mal comportamiento frente a la sociedad como son riñas, problemas de aseo en la calle, colarse en los medios de transporte como Transmilenio y SITP para evitar pagar pasajes poniendo en riesgo sus propias vidas. Todo esto se naturaliza al punto de pensar que es algo normal y se deja pasar por alto, pero no debe ser así.

Estudio Explicativo: Éste va dirigido a responder a las causas de los eventos ya sean físicos o sociales, dando a conocer por qué ocurre un fenómeno, proceso o hecho. Este tipo de estudio se adapta bien al tema de investigación planteado pues a través de éste se puede evidenciar que debido al comportamiento de las personas y la falta de interés de gran parte de los alumnos en los centros educativos, se vuelve evidente como la sociedad va en decadencia, pues no se ve respeto entre ellos y se va transmitiendo en los comportamientos del día a día y se va volviendo generacional.

Método Deductivo: Este método, permite que a través de las observaciones realizadas de un caso en particular, (Comportamientos sociales y métodos de educación) esto permite determinar cuál es el problema, a la vez que remite el problema a una teoría para formular una hipótesis. Cuando se habla sobre la naturaleza de los datos, se divide en 2 metodologías, la cuantitativa y la cualitativa para el caso la que se acopla con el proyecto de investigación sería:

Metodología Cualitativa: Ésta metodología es muy flexible, se trabaja con unas interrogantes ya formuladas y permite incorporar hallazgos que no se habían contemplado inicialmente, además que tiene en cuenta todos los elementos que rodean el fenómeno estudiado.

Investigación Aplicada: Todo lo anterior se puede incorporar a éste tipo de investigación pues éste tipo de investigación intenta resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado generando conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo. Se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos de la investigación básica, ocupándose del enlace entre la teoría y el producto.

Resulta muy útil para el tema utilizar éste tipo de investigación pues se está partiendo de un problema que envuelve la sociedad que es a quien se quiere aplicar una solución que generará conocimientos de un problema de tipo tecnológico, resaltando que se tiene un conocimiento previo de lo que se quiere dar a conocer para llegar al objetivo planteado por tanto se puede definir que el tipo de metodología que se está empleando en este proyecto investigativo es aplicada.

Recopilación de información

Fuentes primarias: Estaremos en constantes investigaciones para tener en cuenta la opinión de los posibles clientes de STRATEGIC DEVELOPMENT, ya que éstos al ser parte de la sociedad conocen todas las problemáticas y los comportamientos y todos los agentes que sacan a flote este tipo de comportamientos. Además de tener en cuenta la opinión de los estudiantes con respecto a la forma en la que ven la educación y como sería la forma más didáctica y entretenida para que ellos dirijan su atención.

Fuentes secundarias: Con la ayuda de Psicólogos y profesores, se podrá trabajar distintos factores con respecto al comportamiento de las personas, formas de apaciguar los malos comportamientos de ser posible además de generar programas didácticos que sirvan de estimulantes para los estudiantes y lograr una educación bien recibida por los mismos.

ECONOMÍA E INGRESOS GRUPO OBJETIVO

Dentro del marco de uso y apropiación de las TIC, las instituciones educativas promueven el uso de éstas dentro de sus instalaciones, como también lo hace el gobierno del país creando su propio eje gubernamental como es la MINTIC, STRATEGIC DEVELOPMENT se presenta como una de las propuestas dentro del uso de las TIC utilizando como herramienta los video-juegos como una alternativa educativa, teniendo en cuenta que las instituciones distritales están patrocinadas por el gobierno para la implementación de las TIC, al igual que las instituciones privadas, manejan su propio presupuesto para implementarlas.

PSICOGRAFÍA DEL GRUPO OBJETIVO

Hoy en día, todas las personas sin importar la edad viven inmersas en el mundo de la tecnología, no obstante, no se le suele dar un buen uso a éste tipo de herramientas. Por tanto STRATEGIC DEVELOPMENT busca direccionar la atención de jóvenes y chicos en buen camino en el uso de éstas herramientas enfocándonos en la educación, convirtiendo éstos dispositivos en una herramienta de educación y no en un medio de distracción como suele verse hoy en día ya que las personas pasan gran parte de su tiempo en esto sin generar productividad.

EDAD, GÉNERO Y CICLO DE VIDA

STRATEGIC DEVELOPMENT desarrolla estrategias educativas aplicables según la necesidad educativa que se presente, es decir hoy día en los institutos educativos no solo contamos con niños y jóvenes sino que también abarcamos personas adultas y adultos mayores que deciden seguir con su proceso educativo, pensando en distintas soluciones para los distintos niveles de educación, esto no influye en el género, ni la identidad cultural ya que la educación es un derecho primordial en el estado Colombiano.

DISEÑO DE INSTRUMENTO Y APLICACIÓN EN CAMPO.

- ¿Cuál cree que es una buena herramienta para llevar a una buena educación?
- ¿Cree que la tecnología ayuda al desarrollo del aprendizaje o absorbe la mente de las personas como afirman muchos?
¿Ha comprado alguna vez un videojuego? ¿Los ha jugado?
- ¿Qué piensa de estos?
- ¿Si pudiera elegir una temática para un videojuego cuál sería?
- ¿Cuánto pagaría por este producto que propone?
- ¿Cuánto invertiría como máximo en este tipo de productos?

Nuestra idea consiste en aportar al ámbito del aprendizaje y el comportamiento de las personas, ayudando a que éstas empiecen a tener en cuenta la importancia del estudio y las buenas prácticas sociales para una buena convivencia tanto en el hogar, lugar de estudio, así como en todo el entorno que nos rodea en las calles, utilizando los videojuegos como herramienta educativa.

Para nuestra primera entrega, se lanzara un videojuego que consiste en la problemática que se genera a causa de las personas que se cuelan en Transmilenio, aunque muchos usuarios reclaman hacerlo a causa del alto costo del pasaje, algunos de ellos no tienen en cuenta el riesgo en el que ponen su vida, aparte del mal ejemplo que se les da a las generaciones futuras, no con esto se pretende dar una idea de conformismo frente a las alzas de precios que se nos presentan sino, el ver la forma correcta de comportarnos en sociedad. En el juego, tomaremos el rol de policías (ya que el rol que tomamos influye mucho en nuestro comportamiento y si jugáramos a colarnos, se vería la intención de influenciar este comportamiento), los cuales tendrán la misión de atrapar a todos aquellos que se cuelan generando una multa, o llevándolos presos.

Teniendo en cuenta lo anterior:

- ¿Cree que la temática a tratar en este videojuego es útil?
- ¿Para usted cuál sería un precio justo para este producto?
- ¿Qué probabilidad hay de que al lanzarse el producto al mercado usted lo compre?
- ¿Mediante qué medio le gustaría recibir el producto si lo llegará a adquirir?
- ¿De qué manera le gustaría recibir notificaciones sobre actualizaciones o futuros productos a lanzar?

Para finalizar podría decirnos

- ¿Usted en donde trabaja?
- ¿Qué cargo desempeña?
- ¿Cuál es su opinión frente al esquema de la educación que hay en este momento?

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se estima que hoy día las soluciones tecnológicas tienen una mayor acogida entre el público, ya que éstos viven inmersos en los distintos dispositivos que los conectan al mundo virtual. contando con que la asequibilidad a éstos tipos de dispositivos los ha puesto al alcance de todos por lo que es más fácil que las personas los adquieran, en nuestro caso también contamos con la implementación de las TIC en las instituciones educativas, lo que ayuda a que nuestro producto adquiera una mayor posibilidad de ingresar al mercado.

Una vez terminado el primer producto, STRATGIC DEVELOPMENT se enfocará en realizar investigaciones de acuerdo a los comportamientos sociales y educativos que se ven evidenciados en el día a día de las personas y llegar a producir nuevos productos totalmente adaptables a las

condiciones que se les presenten a los clientes y enfocar sus productos para tratar de dar soluciones a los problemas que se presenten.

Estrategias de producto

Distribución: Canales de distribución online

El producto estará enfocado en B2B y tendrá lugar en una página web diseñada para la venta y descarga desde la plataforma de servicios en cuanto a productos de propiedad intelectual de STRATEGIC DEVELOPMENT, los productos que nacen de las ideas de los clientes, serán entregados de manera física (CD, USB) ya que es su propiedad intelectual.

Promoción:

1. Los usuarios que confíen su idea a STRATEGIC DEVELOPMENT, tendrán un espacio publicitario por un corto periodo dentro de los medios virtuales de STRATEGIC DEVELOPMENT.
2. A los primeros 50 compradores del video juego de propiedad de STRATEGIC DEVELOPMENT, se les dará un 50% de descuento del segundo producto que se lance.
3. Los clientes que confíen en STRATEGIC DEVELOPMENT para desarrollar sus ideas, podrán seguir contando para el desarrollo de nuevas ideas con descuentos entre el 20% y el 50%.

Nombre de la marca: STRATEGIC DEVELOPMENT

• Público objetivo:

Éste producto va dirigido a los colegios y secretaria de educación, ya que el principal enfoque de STRATEGIC DEVELOPMENT es el desarrollo de videojuegos educativos y que ayuden a la concientización y buen comportamiento social, además la población con más afinidad hacia los juegos son niños, niñas y adolescentes. Población que manejan los colegios.

• Definición:

¿Qué es?

Empresa que desarrolla videojuegos didácticos y educativos que ayudan a concientizar a los niños, niñas y jóvenes sobre nuestro comportamiento social, además, prestar herramientas educativas a través de una manera entretenida.

¿Cómo se usa o consume el producto?

El producto (videojuego) es un aplicativo de uso en computadoras, para poder facilitar su uso podrá instalarse en las máquinas y poder usarlos de manera offline u online acomodándose a los recursos de los clientes.

• Beneficio principal del producto:

Educar de una manera divertida, ayudando a generar conciencia para llegar a una buena convivencia social.

- **Beneficios secundarios del producto:**

Captar la atención de las poblaciones de edades mayores, ayudando a fomentar la educación en todo tipo de población.

- **Razón de respaldo:**

¿Cómo o por qué razón la marca o empresa va a cumplir con esos beneficios?
STRATEGIC DEVELOPMENT aparte del buen servicio, se enfocará en tener una marca de renombre reconocida por su calidad de trabajo, por cumplir con las metas trazadas y las peticiones de sus clientes.

- **Tipo de publicidad y objetivo final de la comunicación:**

A través de publicidad motivacional, se promoverá la educación y el buen comportamiento como un progreso personal que permite generar oportunidades para una mejor formación educativa, llevando a conseguir una estabilidad económica y por ende una unión familiar.

- **¿Qué información quiere transmitirle al público objetivo?**

La importancia de la educación y el buen comportamiento para una proyección profesional y la construcción de un mejor lugar para vivir.

- **Personalidad de la marca:**

Se enfoca en dos caminos, en el que se toma la mala decisión y las cosas salen mal, un camino gris que nos lleva a la frustración y el camino en el que se siguen los consejos dados por STRATEGIC DEVELOPMENT un camino lleno de color que nos lleva a lograr nuestros objetivos, lleno de sonrisas y tranquilidad.

- **Medios de comunicación:**

¿Cuáles y de qué tipo son los medios de comunicación a usar según el mensaje y el grupo objetivo?

STRATEGIC DEVELOPMENT tendrá un gran impacto en nuestros clientes, llegando a ellos a través de medios pasivos, activos e íntimos.

Promocionando e incentivando la educación a través de propagandas motivacionales emitidas por medios televisivos y reproducciones en la web, de la misma manera en que se puede proyectar un contenido motivacional por medio de una imagen que se pueda plasmar en algunas revistas.

PAGINA WEB

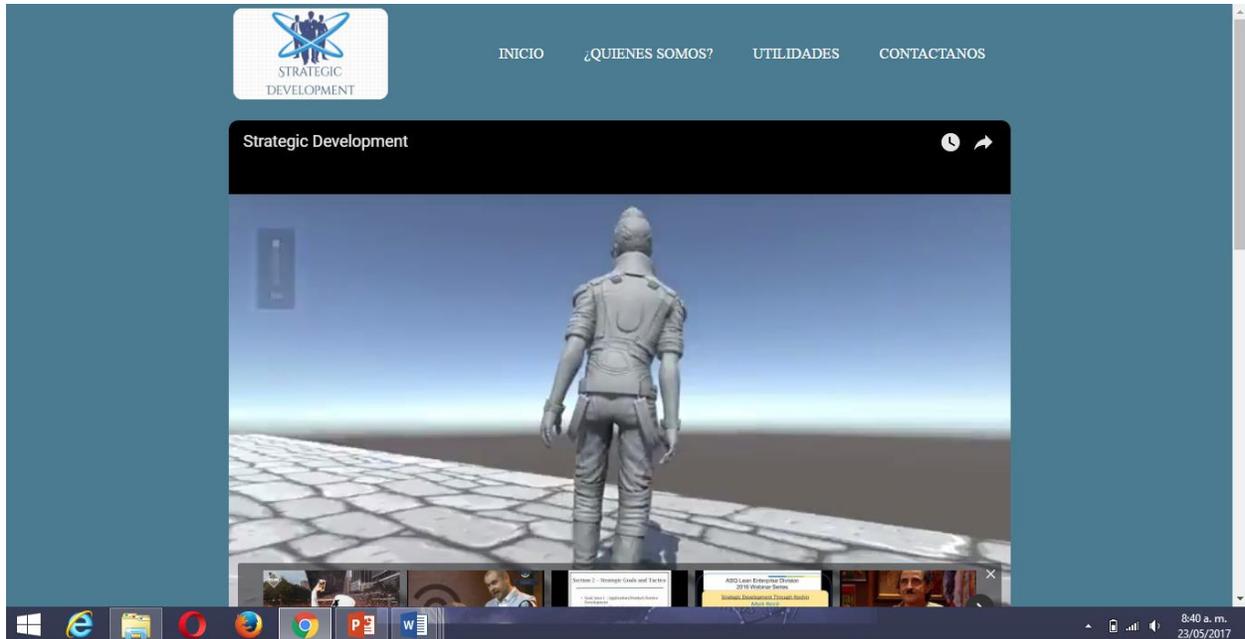


FIGURA 1.1 (PAGINA STRATEGIC DEVELOPMENT)



FIGURA 1.2 (PAGINA STRATEGIC DEVELOPMENT)

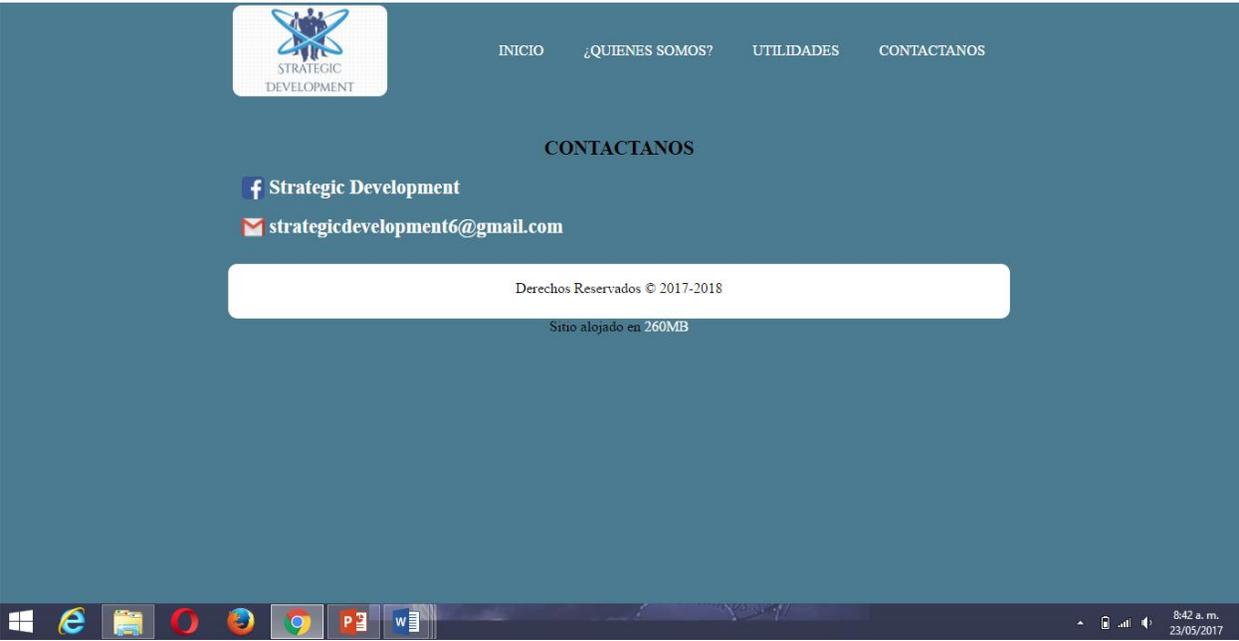


FIGURA 1.3 (PAGINA STRATEGIC DEVELOPMENT)

Bibliografía

https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3714_documento.pdf

<http://igdacolombia.co/desarrolladores/>