

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DESARROLLADORA DE SOFTWARE (VIDEOJUEGOS) EN BOGOTÁ –
COLOMBIA

JAIME ALEXANDER PARRA FORERO

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2016

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DESARROLLADORA DE SOFTWARE (VIDEOJUEGOS) EN BOGOTÁ –
COLOMBIA

JAIME ALEXANDER PARRA FORERO
Cód. 1120006

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor
JULIAN ESTEBAN GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2016

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

BOGOTÁ D.C. 2016

DEDICATORIA

A mi hermosa madre, Seneida Forero, por su gran esfuerzo y sacrificio, porque a ella le debo todo lo que he logrado, gracias a su educación pues me formó en los valores y principios más importantes como el hombre que ahora soy y que persigue este sueño. A mi tía Nelsy Forero, porque sin su apoyo nada de esto sería posible. Y por último a una persona muy importante que la vida me ha permitido conocer y que ha estado conmigo durante los últimos meses acompañándome en este arduo proceso, con su ayuda y apoyo incondicional, brindándome su más sincero amor y motivación, a ti Ángela.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia porque siempre han creído en mí en lo que me propongo y en lo que quiero ser, y en mi meta principal de convertirme en un excelente administrador de empresas.

A los profesores Alejandro González y Juan Carlos Rodríguez por sus enseñanzas, que me permitieron sentar las bases para el desarrollo de esta idea de negocio. A mi asesor de tesis, el profesor Julián Gutiérrez, por su disposición a la hora de ser quien me guió durante este proceso, a los profesores Carol Bolívar y Jaime Torres por su asesoría llena de experiencia que aportó significativamente a la realización de este trabajo. Y en general a todos los miembros del cuerpo docente de esta gran institución, la Universidad Piloto de Colombia, que me han formado académica y éticamente durante esta etapa de formación profesional.

Y a todos aquellos que creyeron en mí, en mis conocimientos y en esta idea de negocio.

¡Gracias!

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO

RESUMEN.....	16
INTRODUCCIÓN.....	17
JUSTIFICACIÓN	18
HISTORIA DE LO VIDEOJUEGOS EN COLOMBIA.....	19
OBJETIVO GENERAL	20
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
1. ESTADO DEL ARTE	22
1.1. ANTECEDENTES	22
1.2. MARCO TEÓRICO.....	27
1.2.1. Aplicación.....	29
2. ENTORNO MACROECONÓMICO - MICROECONÓMICO.....	30
2.1. DESARROLLO MACROECONÓMICO	30
2.1.1. Política Monetaria	30
2.1.2. Política Fiscal	32
2.1.3. Política financiera	32
2.1.4. Política Cambiaria.....	33
2.1.5. Indicadores macro globales	37
2.2. DESARROLLO MICROECONÓMICO.....	43
2.2.1. Análisis subsector.....	43
2.2.2. Competidores	43
2.2.3. Participación del mercado	55
2.2.4. Ciclo del subsector	58
2.2.5. Modalidad de la demanda	61
3. MODELO DEL NEGOCIO.....	62
3.1. GENERALIDADES.....	62
3.1.1. Nombre del negocio (Business name).....	62

3.1.2.	Estructura del negocio (Business structure)	62
3.1.3.	Localización (Business location).....	66
3.1.4.	Fecha de establecimiento (Date established).....	67
3.1.5.	Socios Business owner (s)	67
3.1.6.	Experiencia de los socios (Relevant owner experience).....	67
3.1.7.	Productos y servicios (Products/services).....	68
3.1.8.	Licencias y permiso (Licences & permits)	68
3.1.9.	Dominio (Domainnames)	72
3.1.10.	Infraestructura (infrastructure).....	72
3.2.	MISIÓN	73
3.3.	VISIÓN.....	73
3.4.	ORGANIGRAMA (Organization Chart).....	74
3.5.	RECURSOS HUMANOS (Management and Ownership).....	76
3.5.1.	Nombres de los socios (Names of owners)	76
3.5.2.	Empleados (Current staff)	76
3.6.	ANÁLISIS DOFAS (W.O.T. analysis).....	83
3.7.	ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO (Riskmanagement).....	85
4.	MERCADOS	87
4.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	87
4.1.1.	Determinación del problema	87
4.1.2.	Objetivos general y específico	87
4.1.3.	Tipo y técnica	88
4.1.4.	Muestra y muestreo.....	90
4.1.5.	Diseño instrumentos.....	91
4.1.6.	Recursos.....	93
4.1.7.	Trabajo de campo.....	94
4.1.8.	Análisis, conclusiones y recomendaciones	94
5.	ESTRATEGIA DE MERCADEO.....	106
5.1.	OBJETIVOS	106
5.1.1.	De mercadeo.....	106

5.1.2.	De ventas.....	106
5.1.3.	De comunicación	107
5.2.	GRUPO OBJETIVO – CONSUMIDOR.....	107
5.3.	PRODUCTOS Y SERVICIOS	108
5.4.	PRECIOS Y CONDICIONES	108
5.5.	DISTRIBUCIÓN	109
5.6.	COMUNICACIÓN	109
5.6.1.	Estrategia Creativa	109
5.6.2.	Plan de medios	117
5.6.3.	Control.....	117
5.7.	PLAN DE ACCIÓN.....	117
5.7.1.	Cronograma – planeación – ejecución	117
5.7.2.	Controles, evaluación.....	118
6.	ESTUDIO TECNICO	120
6.1.	LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO	120
6.2.	FICHA TÉCNICA	120
6.3.	PRODUCCIÓN (PROCESS).....	121
6.4.	TAMAÑO DEL PROCESO	121
6.5.	INVENTARIO (INVENTORY).....	124
6.6.	MAQUINARIA Y EQUIPO	125
6.7.	PROPIEDAD INTELECTUAL	125
6.8.	CAPACITACIÓN DEL PERSONAL.....	126
6.9.	Estimación de los Gastos Pre – operativos	126
7.	ANALISIS DE IMPACTOS.....	128
8.	ESTUDIO FINANCIERO	129
8.1.	EL BALANCE INICIAL	129
8.2.	PROYECCIÓN PRESUPUESTAL	129
8.2.1.	Proyección de Balance General Presupuestado.....	131
8.2.2.	Proyección de Flujo de Caja Presupuestado.....	132
8.2.3.	Proyección de Flujo de Caja Neto del proyecto y del inversionista	132

8.3.	Evaluación Financiera de Plan de Inversión y Financiación.....	133
8.3.1.	Cálculo del Valor Presente Neto.....	133
8.3.2.	Cálculo de la tasa interna de retorno	133
8.3.3.	Análisis y conclusiones	134
9.	CONCLUSIONES	135
10.	CANVAS MODEL.....	137
11.	BIBLIOGRAFIA.....	138
12.	WEBGRAFIA.....	139

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla No. 1. Tasas de intervención del Banco de la República para la Operaciones de Mercado Abierto (OMA).	35
Tabla No. 2. Directorio de Empresas dedicadas al Desarrollo en Colombia.	49
Tabla No. 3. Directorio de Empresas dedicadas al Desarrollo en Colombia.	53
Tabla No. 4. Competencia Internacional.	54
Tabla No. 5. Infraestructura.	80
Tabla No. 6. Diseño de Puesto Diseñador de Ideas.	87
Tabla No. 7. Diseño de Puesto Arquitecto de Software.	88
Tabla No. 8. Diseño de Puesto Programador.	89
Tabla No. 6. Diseño de Puesto Diseñador Gráfico.	90
Tabla No. 10. Matriz DOFA.	91
Tabla No. 11. Estrategias de la Empresa.	92
Tabla No. 12. Matriz de Evaluación de Factores Internos EFE.	93
Tabla No. 13. Matriz de Evaluación de Factores Internos EFI.	94
Tabla No. 14. Proyección de Ventas.	118
Tabla No. 15. Sondeo de satisfacción del cliente.	130
Tabla No. 16. Presupuesto de Localización.	132
Tabla No. 17. Ficha técnica del producto.	133

Tabla No. 18. Datos para calcular Ruta crítica.	135
Tabla No. 19. Datos para calcular Ruta crítica.	136
Tabla No. 20. Ruta crítica.	137
Tabla No. 21. Maquinaria y Equipo PKGames.	138
Tabla No. 22. Pre inversión.	140
Tabla No. 23. Cadena de Impacto.	141
Tabla No. 24. Presupuesto Proyectado.	142
Tabla No. 25. Proyección de Operaciones e Ingresos.	142
Tabla No. 26. Balance General.	143
Tabla No. 27. Flujo de Caja Proyectado.	144
Tabla No. 28. Flujo de Caja Proyectado.	145
Tabla No. 29. VPN, TIR, TIRM.	145
Tabla No. 30. Canvas Model.	146

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Las 5 fuerzas competitivas de Porter.	32
Figura 2. Modelo: El Diamante de Porter.	33
Figura 3. Sistema financiero y mercado de capitales.	37
Figura 4. Tasa de cambio – TRM Superintendencia de Industria y Comercio.	39
Figura 5. Tasa de cambio – TRM Superintendencia de Industria y Comercio.	40
Figura 6. Producto Interno Bruto Total y por habitante.	45
Figura 7. Crecimiento del PIB.	46
Figura 8. Crecimiento del PIB per cápita.	47
Figura 9. Imagen principal de la compañía 12 HIT COMBO	55
Figura 10. Productos de la compañía 12 HIT COMBO	56
Figura 11. Logo principal de la compañía Blizzard.	57
Figura 12. Productos de la compañía Blizzard.	58
Figura 13. Productos de la compañía Blizzard.	59
Figura 14. Productos de la compañía Blizzard.	59
Figura 15. Tienda de la compañía Blizzard.	60
Figura 16. Google.	60
Figura 17 Google.	61

Figura 18. Industria de Videojuegos en el Mundo	62
Figura 19. Activision Blizzard	63
Figura 20. Activision Blizzard Ingresos Netos	64
Figura 21. Representación gráfica de la fase en la que se encuentra el subsector de los videojuegos.	65
Figura 22. Exportaciones de servicios – Exportaciones – Servicios de informática, comunicación	66
Figura 23. Exportaciones de Bienes de TIC.	82
Figura 24. Organigrama.	82
Figura 25. Sistema de Calidad y Mejora Continua.	83
Figura 26. Sistema de Calidad y Mejora Continua.	85
Figura 27. Lineage 2 Infinite Odyssey.	86
Figura 28. Blizzard.	123
Figura 29. Counter Strike.	123

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Grafico 1. Género	104
Grafico 2. Rango de edad	105
Grafico 3. ¿Los videojuegos hacen parte de su vida cotidiana?	106
Grafico 4. ¿Cuánto tiempo dedica a los videojuegos al día?	107
Grafico 5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un buen videojuego?	108
Grafico 6. ¿Qué consolas tiene?	109
Grafico 7. ¿En cuál consola prefiere jugar?	110
Grafico 8. ¿Al momento de elegir juegos por qué se guía más?	111
Grafico 9. ¿Qué le gustaría que saliera a la venta en videojuegos?	112
Grafico 10. ¿Le gusta que los juegos estén en constante actualización?	113
Grafico 11. ¿Estaría dispuesto a donar por tener objetos especiales en un juego?	114
Grafico 12. ¿Cómo suele conseguir los videojuegos?	115

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Registro PIB – Banco de la República (Archivo en Excel)

ANEXO 2. Estados financieros de PK GAME'S (Archivo en Excel)

ANEXO 3. Encuestas realizadas para el estudio de mercados (Documentos en PDF)

RESUMEN

Lo que se propone en el presente trabajo es la formulación de un plan de negocios para la creación de una empresa desarrolladora de software en este caso videojuegos, con sede en la ciudad de Bogotá. Esta empresa busca diferenciarse en el subsector, por la importancia que le da al producto según los gustos del consumidor, es decir, la creación de videojuegos innovadores, llamativos, entretenidos y con todas las características extrínsecas que buscan nuestros consumidores.

El objetivo principal de la empresa es brindar calidad en el producto y excelencia en el servicio. Los resultados adquiridos por el instrumento de recolección de datos implementado demostraron que los videojuegos hacen parte de la vida cotidiana de la población, y que están en búsqueda de un producto que satisfaga sus necesidades frente a estos, también gracias al desarrollo de este estudio se logró evidenciar que no existe en Colombia ninguna empresa desarrolladora de software que presente al consumidor el producto que nosotros realizaremos: Videojuegos del tipo RPG (Rol Player Gaming), indicándonos que sí existe una oportunidad de mercado para incursionar en el subsector.

Se determinó la viabilidad de este negocio a partir del análisis económico del subsector en Colombia, las condiciones de nuestros potenciales clientes, la oportunidad de cambio y los resultados de los **indicadores financieros aquí planteados**. De igual manera, se establecieron los aspectos de tipo organizacional que orientan la gestión de la empresa y la direccionan hacia el cumplimiento de sus objetivos.

INTRODUCCIÓN

Desde los comienzos de la civilización, el ser humano ha buscado los medios para su entretenimiento, y en la actualidad, gracias al desarrollo de la tecnología este entretenimiento tiene un nuevo enfoque, el uso de aparatos electrónicos, el acceso a una red de internet, y demás posibilidades han dado origen a los videojuegos para consolas y videojuegos online, que ahora hacen parte de la vida cotidiana de la mayor parte de la población.

Y es que los videojuegos además de brindar entretenimiento tienen bastantes beneficios: fomentan la creatividad, ayudan a mejorar la visión, mejoran la toma de decisiones, aumentan la habilidad y el hábito de lectura, mejoran la capacidad de atención, reducen el dolor, mejoran la memoria, hacen a las personas más felices, **por esta razón, existen las empresas dedicadas a la creación y desarrollo de dichos videojuegos, fortalece lazos familiares y reduce el estrés.**

Luego de la investigación realizada para el subsector en Colombia, surge la oportunidad de creación de una empresa desarrolladora de software en este caso videojuegos, "PK GAMES". Esta idea de negocio pretende incursionar en el mercado de la creación de videojuegos del tipo RPG (Rol Player Gaming) que combine las diferentes características de dos de los juegos más populares en el mercado, llegando a un juego que reúne el mundo mítico, los personajes de fantasía, los poderes extraordinarios y demás; y la posibilidad de aplicar las habilidades/destrezas del jugador y no las que el personaje adquiere durante el juego.

JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta algunos aspectos de la población, indicadores, condiciones del mercado y análisis del entorno se busca iniciar el planeamiento y desarrollo de la presente idea de negocio. A partir de la investigación del mercado se evidencia la oportunidad de iniciar con el proyecto “PK Game’s”, debido a que se muestra la necesidad y el gusto que tiene la población hacia los videojuegos, en especial del tipo RPG, que como ya hemos visto no sólo brinda entretenimiento sino también numerosos beneficios para el cuerpo y la mente del ser humano.

Al analizar la competencia a nivel Colombia se evidenció que no existe una empresa desarrolladora de videojuegos especializada en la creación de este tipo (RPG) que brinde la experiencia y satisfaga las necesidades y gustos, de los consumidores.

HISTORIA DE LO VIDEOJUEGOS EN COLOMBIA

los videojuegos llegaron a Colombia hace tres décadas aproximadamente una imagen alteró la realidad en las personas que veían en sus televisores poco más que novelas y noticieros en directo: se trataba de una masa circular que se movía alrededor de la pantalla y que al establecer contacto con una línea simulaba una especie de rebote, desplazándose al otro lado de la pantalla, allí era esperada por otra línea cuya función era igual, es decir no permitir que pasase este juego se llama pong cuyo creador fue Ralph H. Baer quien en 1958 se puso a trabajar en una máquina que tenía una versión electrónica de un juego similar al tenis, la creación del juego le llevó media hora y la construcción de la máquina demandó una semana. Si bien la máquina despertó mucho interés, Nighinbottham no la consideró importante, por lo tanto nunca registró el invento.

Pagó caro su error: en 1972, Nolan Bushnell funda una compañía llamada Atari, y comercializó el juego con el nombre de Pong. No obstante la historia ubica los descubrimientos de Baer en 1951 (es importante resaltar como la historia del videojuego comienza en un televisor y no en una computadora). Al parecer la “confusión histórica” se debió a que el invento de Baer obedeció a un interés por parte del ingeniero Sam Lackoff, este le pidió que le construyera el “mejor televisor del mundo”, Baer decidió incorporarle un nuevo concepto como lo era el de “Jugar juegos en el televisor”. Esta idea no fue aceptada por su jefe y solo hasta 1966 la pudo llevar a la práctica. De acuerdo a las fechas históricas el inventor fue Baer¹.

¹ Blogspot, F.(2009). Videojuegos 50 años. Recuperado 12 de junio de 2016 de: <http://videojuegos-alvaro.blogspot.com.co/2009/05/la-llegada-de-los-videojuegos-colombia.html>

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una idea de negocio con el propósito de crear una empresa la cual se dedicará a la producción de videojuegos en Bogotá para el año 2017.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis del entorno del mercado, para ver el comportamiento de la industria de los videojuegos.
- Realizar un estudio de inversión y financiación que contenga los siguientes ítems:
 - Flujo de caja.
 - Estado de resultados proyectado.
 - Balance general proyectado.
 - Estados financieros reales (Ejemplos).
 - Indicadores de endeudamiento.
 - Indicadores de rentabilidad.
- Elaborar una investigación de mercados mediante el análisis del comportamiento del consumidor teniendo en cuenta el modelo Nicosia.
- Realizar un estudio técnico en donde se pueda identificar el estado actual o con lo que se cuenta para la creación de la empresa teniendo en cuenta el siguiente ítem:
 - Capacidad de diseño.
- Diseñar estrategias organizacionales con las que se le dará un horizonte a la empresa mediante la generación de la misión, visión, políticas organizacionales y objetivos empresariales.
- Diseñar la estructura organizacional teniendo en cuenta lo aprendido en la materia de Gestión de Personal.

1. ESTADO DEL ARTE

1.1. ANTECEDENTES

Como bien se sabe existen tres sectores económicos; como son el sector primario, secundario y por último el terciario. Este último es el sector servicios de la cual hace parte la industria de los videojuegos en el área de información y comunicaciones.

Para entrar un poco en contexto acerca de lo que es la creación de videojuegos citaremos dos artículos muy interesantes que hacen referencia a estudios acerca de este subsector con el fin de mostrar que dicha industria tiene un gran acogimiento en la actualidad en Colombia y que se encuentra en crecimiento.

Un gran negocio

El subsector de los videojuegos es un negocio que mueve en todo el mundo miles de millones de USD a una gran velocidad. El informe Trends in video games and gaming (Tendencias en el juego y en los videojuegos), publicado en septiembre de 2011 por el Sector de Normalización de las Telecomunicaciones de la UIT (UIT-T), repasa algunos de los últimos avances en este ámbito y destaca las actividades de normalización necesarias para ofrecer una mejor experiencia de juego a los consumidores.²

Como se puede apreciar el subsector de los videojuegos está en auge por lo cual genera una gran utilidad, al mismo tiempo cabe resaltar que los usuarios cada vez piden algo que les brinde una mejor experiencia.

Durante los últimos 30 años, los videojuegos han pasado de ser aquellas máquinas que ofrecían un solo juego a “juegos de rol en línea multijugador” en

² ITU News, F.(2011). EL Mundo de Los Videojuegos. Recuperado 24 de abril de 2015 de: <https://itunews.itu.int/es/2041-El-mundo-de-los-videojuegos.note.aspx>

los que participan millones de jugadores. Actualmente, el mundo de los videojuegos es un extraordinario negocio mediático, y los productos que copan las listas de más vendidos generan por las ventas durante la primera semana ingresos superiores a los de las películas más taquilleras³.

Se ha visto un avance dentro de la industria en la cual antes solo se podía tener un juego mediante consolas en las cuales por mucho podían interactuar 4 personas, pero ahora ya se puede jugar en línea con jugadores de todas partes del mundo simultáneamente. Cabe decir que en este negocio los creadores o productores de juegos que se posicionan en la lista de los juegos más vendidos superan los ingresos de una película taquillera en la primera semana.

De acuerdo con las estimaciones de los estudios llevados a cabo por Gartner, la industria mundial de los videojuegos —incluidos los programas, los equipos y los juegos en línea— pasará de generar 74.000 millones USD en 2011 a 112.000 millones en 2015, cifras que superan con creces los ingresos totales de la industria cinematográfica, que en 2010 recaudó 31.800 millones USD. Gartner aventura asimismo que, en 2015, el gasto en videojuegos superará el gasto en equipos informáticos⁴.

Como se puede ver la industria de los videojuegos superar en ventas la industria cinematográfica al igual que, a la de los equipos tecnológicos.

De ser un ámbito dominado por chicos y jóvenes, el público de los videojuegos se ha ampliado y actualmente incluye a chicas, mujeres jóvenes, padres y personas de edad. El aumento en el número de jugadores dará cada vez más relevancia al análisis del impacto de los videojuegos no sólo en el desarrollo económico, sino también en la propia sociedad.⁵

³ ITU News, F.(2011). EL Mundo de Los Videojuegos. Recuperado 24 de abril de 2014 de: <https://itunews.itu.int/es/2041-El-mundo-de-los-videojuegos.note.aspx>

⁴ ITU News, F.(2011). EL Mundo de Los Videojuegos. Recuperado 24 de abril de 2014 de: <https://itunews.itu.int/es/2041-El-mundo-de-los-videojuegos.note.aspx>

⁵ ITU News, F.(2011). EL Mundo de Los Videojuegos. Recuperado 24 de abril de 2016 de: <https://itunews.itu.int/es/2041-El-mundo-de-los-videojuegos.note.aspx>

Con el tiempo el público de los videojuegos ha ido creciendo considerablemente, ya no son solo jóvenes sino que también son ahora adultos e incluso niñas, con lo cual será más el impacto que estos causarán tanto en el desarrollo económico como en la sociedad.

Oportunidades de Negocio en Sector Animación Digital y Videojuegos en Colombia

La industria de animación digital y los videojuegos en Colombia tiene amplias posibilidades de aumentar su participación en los mercados internacionales. Cuenta con talento creativo, capacidad y experiencia exportadora y una buena oferta académica⁶.

Por esta razón, el gobierno colombiano busca impulsar el subsector y convertirlo en un referente para América Latina a través del programa de Transformación Productiva y el Plan Vive Digital, en los que ProColombia juega un papel importante para la generación de oportunidades en el exterior⁷.

En Colombia el desarrollo de videojuegos robustos como por ejemplo para computadores, Xbox, Nintendo o Sony, es una industria que no ha sido explotada y por eso se considera que hay una gran oportunidad de negocio. Por esta razón el gobierno busca impulsar el subsector, en el cual ProColombia tiene un papel importante para generar oportunidades en el exterior.

- Oportunidades
 - Diseño de contenidos animados
 - Desarrollos interactivos para redes sociales

⁶ PROCOLOMBIA. **Oportunidades de Negocio en Sector Animación Digital y Videojuegos.** Recuperado 24 de abril de 2016 de:

<http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/servicios/animacion-digital-y-videojuegos>
⁷ PROEXPORCOLOMBIA. **Oportunidades de Negocio en Sector Animación Digital y Videojuegos.** Recuperado 24 de abril de 2016 de:
<http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/servicios/animacion-digital-y-videojuegos>

- Producción de películas animadas⁸

Mercados para la exportación de la Animación Digital y Videojuegos*

Canadá

Animación Digital

- Tendencias

El mercado de software de juegos en Canadá ha experimentado un gran crecimiento durante los últimos **años**, **En** animación digital, Canadá posee una excelente reputación y ocupa el tercer puesto luego de EE.UU. y Japón en materia de videojuegos.

Existe gran oportunidad para la animación digital en juegos de consola puesto que el tamaño de este mercado representa un 90,3% del software de las aplicaciones. Otro nicho potencial de crecimiento lo representan este tipo en los dispositivos móviles cuya demanda está en aumento. Por otro lado, Canadá no sólo le apuesta al entretenimiento sino también a la aplicación digital en programas de educación, entrenamiento, simulaciones médicas, aplicaciones de negocios, web marketing, e-learning, entre otras. Esto debido a una política gubernamental que busca fortalecer el subsector de animación digital en Canadá, así como también los demás sectores de la economía a través de aplicaciones digitales⁹.

Hay que mirar ejemplos de otros países donde la industria de los videojuegos ha tenido un crecimiento y que no solo se limitan a la creación de los mismos sino que también se dedican a la creación de aplicaciones para todo tipo de dispositivos móviles, ya que este mercado también está en crecimiento y es otra oportunidad de negocio.

- Canal de Distribución

⁸ PROEXPORCOLOMBIA. **Oportunidades de Negocio en Sector Animación Digital y Videojuegos.** Recuperado 24 de abril de 2016 de:

<http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/servicios/animacion-digital-y-videojuegos>
⁹ PROCOLOMBIA. **Oportunidades de Negocio en Sector Animación Digital y Videojuegos.** Recuperado 24 de abril de 2016 de:
<http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/servicios/animacion-digital-y-videojuegos>

Por el modelo de negocio en el que opera la tecnología, el productor, que es el exportador, debe ponerse en contacto directo con el cliente o comprador del producto o servicio.¹⁰

Oportunidad de Negocio

Basados en los dos artículos citados anteriormente, al igual que en la página del Campus-Party que está directamente relacionada con el Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación; e incluyendo la experiencia personal mediante el estudio de sistemas así como la experiencia en juegos adquirida con el tiempo, se evidencia que en la industria de los videojuegos hay una oportunidad de negocio debido a que actualmente es un subsector que se encuentra en constante crecimiento e **innovación**, el cual representa el 90.3% del software de las aplicaciones o programas creados. Cabe decir que no solo el nicho de mercado son los programas o juegos para computadores sino que hay una expansión, ya que existe un gran mercado integrado por lo son los dispositivos móviles cuya demanda está en aumento.

La expansión del mundo de los videojuegos se ve evidenciada hoy en día puesto que cada vez aumenta la cantidad de plataformas donde se pueden jugar como lo son: Consolas, Computadores, Teléfonos Móviles, Tablets y Juegos de redes Sociales. Por no mencionar los numerosos tipos de juegos y sus diversas características; pues dado todo esto se considera que hay una gran oportunidad de negocio en esta industria.

¹⁰ PROCOLOMBIA. **Oportunidades de Negocio en Sector Animación Digital y Videojuegos.** Recuperado 24 de abril de 2016 de: <http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/servicios/animacion-digital-y-videojuegos>

1.2. MARCO TEÓRICO

A continuación se hablará de las 5 Fuerzas competitivas para la estrategia y del Diamante de Porter. De esta manera es cómo se puede tomar una idea para convertirla en una oportunidad de negocio la cual deberá ser realmente innovadora, llamativa y que capte la atención del público Gamer. Esto se logrará unificando las características de varios tipos de juegos, que nos permitirán crear un producto innovador. Como insignia de PK Game's.

FUERZAS COMPETITIVAS PARA LA ESTRATEGIA

La comprensión de las fuerzas competitivas, y sus causas, revela los orígenes de la rentabilidad actual de un sector y brinda un marco para anticiparse a la competencia e influir en ella a largo plazo. La configuración de las cinco fuerzas competitivas varía según el sector.¹¹

¹¹ Michael E. Porter; 2008. Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Recuperado el 11 de abril de 2016. Publicación en línea Disponible en : https://www.academia.edu/5151135/Las_5_fuerzas_competitivas._Michael_Porter?auto=download usar cuenta de Gmail para su visualización



Figura 1. Las 5 fuerzas competitivas de Porter. **Fuente:** Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Michael E. Porter; 2008.

EL DIAMANTE DE PORTER

El modelo del diamante planteado y desarrollado por Michael E. Porter tiene cuatro determinantes de la ventaja competitiva: las condiciones de la demanda, las condiciones de los factores (recursos), la presencia de industrias de apoyo y las estructura y rivalidad industrial. Además las políticas gubernamentales pueden afectar los componentes del modelo.



Figura 2. Modelo: El Diamante de Porter. **Fuente:** The Competitive Advantage of Nations

Michael E. Porter; 1990.

1.2.1. Aplicación

Con base en los antecedentes del subsector se ve dentro de este mismo una oportunidad de negocio bastante prometedora, ya que según nuestra investigación inicial actualmente se encuentra en crecimiento. Si bien estos son indicios que nos hacen posarnos sobre esta idea de negocio, para poder empezar a desarrollarla debemos emprender una serie de estudios más exhaustivos de los factores de nuestro entorno económico, de mercado, y demás para poder hacer una caracterización más profunda y lograr ver con claridad que tan rentable sería nuestra futura empresa.

2. ENTORNO MACROECONÓMICO - MICROECONÓMICO

2.1. DESARROLLO MACROECONÓMICO

2.1.1. Política Monetaria

El pasado 4 de julio el DANE dio a conocer el resultado de la inflación a junio, la cual se mantuvo por encima del rango meta de inflación, a pesar de la significativa desaceleración económica que viene registrando la economía colombiana. Con una inflación cercana al 4.5% y el crecimiento económico bordeando el 3%, el dilema de la banca central sobre el rumbo de la tasa de interés de intervención es un asunto de marca mayor para los mercados financieros locales.¹²

Tasas de intervención del Banco de la República para la Operaciones de Mercado Abierto (OMA)

Información disponible a partir de 2011.

¹² Dinero, f(2015), **Desafíos de la política monetaria colombiana**, Recuperado 24 de Abril de 2016 de: <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/opinion-sobre-desafios-politica-monetaria-colombiana/211291>

Fecha (mm/dd/aaaa)	Tasa mínima de expansión	Tasa máxima de expansión	Ventanilla de expansión	Ventanilla de contracción
3/22/2016	6,50%	7,50%	7,50%	5,50%
2/22/2016	6,25%	7,25%	7,25%	5,25%
2/1/2016	6,00%	7,00%	7,00%	5,00%
12/21/2015	5,75%	6,75%	6,75%	4,75%
11/30/2015	5,50%	6,50%	6,50%	4,50%
11/3/2015	5,25%	6,25%	6,25%	4,25%
9/28/2015	4,75%	5,75%	5,75%	3,75%
9/1/2014	4,50%	5,50%	5,50%	3,50%
8/1/2014	4,25%	5,25%	5,25%	3,25%
6/24/2014	4,00%	5,00%	5,00%	3,00%
6/3/2014	3,75%	4,75%	4,75%	2,75%
4/28/2014	3,50%	4,50%	4,50%	2,50%
3/26/2013	3,25%	4,25%	4,25%	2,25%
2/25/2013	3,75%	4,75%	4,75%	2,75%
1/29/2013	4,00%	5,00%	5,00%	3,00%
12/24/2012	4,25%	5,25%	5,25%	3,25%
11/26/2012	4,50%	5,50%	5,50%	3,50%
8/27/2012	4,75%	5,75%	5,75%	3,75%
7/30/2012	5,00%	6,00%	6,00%	4,00%
2/27/2012	5,25%	6,25%	6,25%	4,25%
1/31/2012	5,00%	6,00%	6,00%	4,00%
11/28/2011	4,75%	5,75%	5,75%	3,75%
8/1/2011	4,50%	5,50%	5,50%	3,50%
6/20/2011	4,25%	5,25%	5,25%	3,25%
5/31/2011	4,00%	5,00%	5,00%	3,00%
5/2/2011	3,75%	4,75%	4,75%	2,75%
3/22/2011	3,50%	4,50%	4,50%	2,50%
2/28/2011	3,25%	4,25%	4,25%	2,25%

Tabla No. 1. Tasas de intervención del Banco de la República para la Operaciones de Mercado Abierto (OMA). **Fuente:** Sistema de Subastas - Departamento de Operaciones y Desarrollo de Mercados (DODM) - Banco de la República.

2.1.2. Política Fiscal

“La política fiscal es “la política que sigue el sector público respecto de sus decisiones sobre gasto, impuestos y sobre el endeudamiento”¹³. Esta política tiene como objetivo facilitar e incentivar el buen desempeño de la economía nacional para lograr niveles aceptables o sobresalientes de crecimiento, inflación y desempleo, entre otras variables. Igualmente, busca evitar fluctuaciones en la economía.”¹³

El déficit fiscal proyectado en Colombia para el año 2016 aumenta a 30,5 billones de pesos, pero se espera que esto baje para el 2017 en un 3,1% “Esto no debe tomar por sorpresa a nadie, ya las calificadoras de riesgo lo sabían, también lo sabía el Fondo Monetario Internacional, se le comunicó oportunamente al país. Siempre se dijo que el Gobierno cumpliría con el ajuste considerable de gastos para cumplir las metas fiscales antes del mes de marzo.”¹⁴

2.1.3. Política financiera

¿Qué es el sistema Financiero?

Todas las operaciones que se realizan directamente con esta política tienen como campo de acción preferencial el sistema financiero. Este mercado garantiza que todos los agentes económicos como firmas, personas naturales, familias y Estado, pueden intercambiar los diferentes activos financieros (acciones, bonos,

¹³ Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). Política fiscal. Recuperado Abril 24 de 2016 de: http://admin.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/politica_fisca

¹⁴ ElColombiano f (2016). Déficit fiscal para 2016 será de 30,5 billones de pesos: Minhacienda. Recuperado Abril 24 de 2016 de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/deficit-fiscal-para-2016-sera-de-30-5-billones-de-pesos-minhacienda-HE3644966>

préstamos, seguros, etc.) y fijar precios a cada producto financiero¹⁵. Para entender estas aplicaciones y sus variables determinantes, se recomienda mirar la Figura 3.

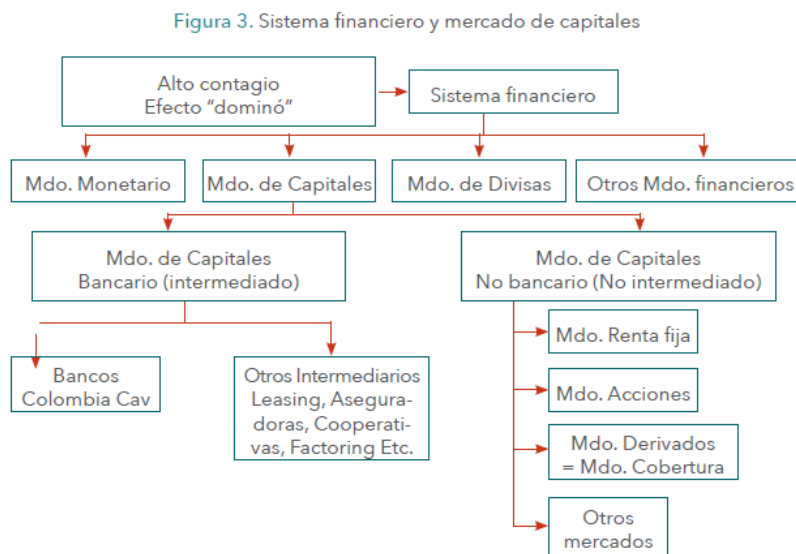


Figura 3. Sistema financiero y mercado de capitales. **Fuente:** Universidad Piloto de Colombia

Fernando Alonso Ojeda Castro; 2015.

2.1.4. Política Cambiaria

Tasa de cambio – TRM

Para comenzar se definirá que es TRM que básicamente es un indicador económico en el cual vemos el comportamiento diario de la tasa de cambio, a continuación daremos una definición más precisa de lo que es la TRM y acerca de la entidad la cual realiza los cálculos de TRM.

¹⁵ Ojeda Castro Fernando Alonso, f (2015), Entorno de los Negocios, Recuperado Mayo 08 de 2016 de: Documento en PDF, Pág. 114

La TRM es un indicador económico que revela el nivel diario de la tasa de cambio oficial en el mercado spot de divisas colombiano. Corresponde al promedio aritmético de las tasas promedio ponderadas de compra y venta de divisas de las operaciones interbancarias y de transferencias, desarrolladas por los intermediarios del mercado cambiario que se encuentran autorizados en el Estatuto Cambiario.

La Superintendencia Financiera de Colombia tiene la obligación de calcular la TRM, divulgarla al mercado y al público en general, conforme a lo dispuesto en el artículo 80 de la Resolución Externa No. 08 de 2000, expedida por la Junta Directiva del Banco de la República, la metodología establecida por el Banco mediante Circular Reglamentaria DODM - 146, el Artículo 93 del Decreto 4327 del 25 de Noviembre de 2005, Resolución No.0416 del 03 de Marzo de 2006 de la Superintendencia Financiera de Colombia¹⁶.

¹⁶ Superintendencia Financiera De Colombia. (2016). **Tasa de cambio - TRM**. Recuperado abril 29 de 2016 de: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?lServicio=Publicaciones&lTipo=publicaciones&lFuncion=loadContenidoPublicacion&lId=60819>

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Conforme a lo dispuesto en el artículo 80 de la Resolución Externa N° 08 de 2000, expedida por la Junta Directiva del Banco de la República, la metodología establecida por el Banco mediante Circular Reglamentaria Externa DODM - 146, el Artículo 93 del Decreto 4327 del 25 de Noviembre de 2005, Resolución Número 0416 del 03 de marzo de 2006 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

CERTIFICA:

Que la Tasa de Cambio Representativa del Mercado es la siguiente para los días señalados:

30-abr-2016, 01-may-2016, 02-may-2016

2.851,14

DOS MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA Y UN PESOS CON 14/100 M/CTE

Expedida en Bogotá, D. C el 29 de abril de 2016

Este es un facsímil de la Certificación de la Tasa de Cambio Representativa del Mercado, tiene carácter informativo y por lo tanto no es válido como certificación

ERNESTO MURILLO LEÓN

Subdirector de Análisis e Información

INFORMATIVO

Las tasas relacionadas a continuación son únicamente ilustrativas del comportamiento del mercado y, por lo tanto, no hacen parte de la certificación que se encuentra en la parte superior de este formato.

Tasa Promedio Ponderada de Compra (base para el cálculo de la tasa de cambio representativa del mercado) **2.850,45**

Tasa Promedio Ponderada de Venta (base para el cálculo de la tasa de cambio representativa del mercado) **2.851,82**

Tasa Promedio Ponderada de Compra (Ventanilla) **2.822,97**

Tasa Promedio Ponderada de Venta (Ventanilla) **2.889,77**

Volatilidad de la Tasa de Cambio Representativa del Mercado **17,229 % $\sigma\sqrt{t}$**

Figura 4. Tasa de cambio – TRM Superintendencia de Industria y Comercio. Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

Histórico TRM para estados financieros

Para efectos de la presentación de estados financieros intermedios y de fin de ejercicio, las cifras correspondientes a operaciones denominadas en moneda extranjera deben ser expresadas con base en la tasa de cambio representativa del mercado calculada el último día hábil del mes y certificada por la Superintendencia Financiera de Colombia. (Circulares Externas 006 y 008 de 2004 que modificaron los Capítulos VIII y IX de la Circular Externa 100 de 1995)¹⁷.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Mes	Tasa	Tasa	Tasa	Tasa	Tasa	Tasa
Enero	1.867,82	1.805,98	1.775,65	2.021,10	2.441,10	3.287,31
Febrero	1.907,37	1.766,85	1.814,28	2.046,75	2.496,99	3.319,80
Marzo	1.870,60	1.792,07	1.832,20	1.969,45	2.598,36	3.000,63
Abril	1.768,19	1.764,00	1.825,83	1.933,46	2.393,58	
Mayo	1.797,83	1.833,80	1.907,76	1.900,64	2.533,79	
Junio	1.772,32	1.784,60	1.929,00	1.881,19	2.598,68	
Julio	1.777,82	1.790,74	1.896,15	1.878,75	2.862,51	
Agosto	1.780,26	1.825,21	1.935,43	1.918,62	3.079,97	
Septiembre	1.929,01	1.800,52	1.908,29	2.022,00	3.086,75	
Octubre	1.871,49	1.831,25	1.889,16	2.061,92	2.897,83	
Noviembre	1.948,51	1.813,72	1.931,88	2.206,19	3.142,11	
Diciembre	1.942,70	1.768,23	1.926,83	2.392,46	3.149,47	

Figura 5. Tasa de cambio – TRM Superintendencia de Industria y Comercio. Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

En la figura 4 se muestra un histórico del comportamiento de la TRM de los 5 Últimos años, en dicho comportamiento se puede analizar que durante 2011 y 2013 hubo una estabilidad relativa por así decirlo, ya que el cambio constante no

¹⁷ Superintendencia Financiera de Colombia. (2016). **Histórico TRM para estados financieros** Recuperado abril 29 de 2016 de: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?IServicio=Publicaciones&ITipo=publicaciones&IFuccion=loadContenidoPublicacion&id=60819>

superaba el 20%, en cambio se puede observar que desde el 2014 se comienza a ver un crecimiento constante hasta febrero de 2016.

2.1.5. Indicadores macro globales

A continuación veremos estudios realizados por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic) y la campaña Colombia Bring It On de Procolombia respecto al crecimiento de la industria digital en Colombia. Donde se evidencian aspectos positivos del sector.

12 % creció en el 2014 el sector de software

Casi en su totalidad las empresas colombianas han tenido la transición a la era digital.

Computadores - software

La Superintendencia de Sociedades manifestó que la industria de software del país es una de las industrias con mayor crecimiento anual. En el 2014 el sector creció un 12 % en relación con el año anterior, lo que lo ha convertido en un contribuyente significativo de la economía colombiana por el impacto que causa en los demás sectores.

Según datos de PROCOLOMBIA aumentaron en un 29 % las exportaciones de programas entre el 2012 y 2014. Asimismo el 99,8 % de las empresas colombianas han presentado un progreso entrando al mundo digital por medio del acceso a Internet y la apertura, lo que genera una mayor demanda de sistemas operaciones y servicio de tecnologías de información (TI) en el país.¹⁸

¹⁸ MinTic. **12 % creció en el 2014 el sector de software**. Recuperado abril 3 de 2016 de: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-13056.html>

A continuación se mencionará de un artículo de Colombiabringiton/Procolombia el cual habla del crecimiento de los videojuegos en Colombia y el mundo.

Software y TI en Colombia y el mundo

Colombia, top 3

Después de Brasil y México, es el país con mayores ventas de servicios TI en América Latina.

Crecimiento sobresaliente

América Latina es la región en la que más crece este sector, y Colombia es uno de los países que lideran esta tendencia.

Según IDC:

- Las ventas de servicios TI, crecieron 10% frente a 2012. Entre 2007 y 2012
- El sector de software y TI creció 177%.
- Se estima que en servicios TI, Colombia será el país de mayor crecimiento en la región

Outsourcing sigue en la punta

El outsourcing alcanza el 42% de las ventas de servicios TI, donde la 'implementación y soporte' y la 'integración y desarrollo' cada vez son más relevantes.¹⁹

¹⁹ Mintic. **12 % creció en el 2014 el sector de software**. Recuperado abril 3 de 2016 de: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-13056.html>

PIB

El sector TIC ha registrado un alto crecimiento en los últimos años. Para el tercer trimestre 2014 la actividad de correo y telecomunicaciones registró un crecimiento de 3,9%, representando el 3,13% del PIB del país para dicho año. Esta cifra es significativa si se tiene en cuenta que el crecimiento registrado es mayor al presentado en igual periodo de 2012 y 2013 de 3,8% y 2,7%, respectivamente.²⁰

Índices de Precios IPC

El Índice de Precios al consumidor - IPC presentó una variación de 0,68% para el mes de octubre de 2015.

El promedio de las variaciones de los precios de los bienes y servicios que componen la canasta familiar que es adquirida por los hogares colombianos para su consumo registró en octubre 2015 un crecimiento del 0,68%, superior en 0,52 puntos porcentuales al registrado en el mismo mes de 2014 cuando llegó a 0,16%²¹.

Datos Demográficos

En Colombia hay [48.629.312](#)²² de habitantes.

El grupo social seleccionado son los Gamer`s de Colombia cifras estadísticas de jugadores en Colombia son muy difíciles de conseguir pero aquí se mencionaran algunas cifras y valores de estudios realizados en Estados Unidos y Colombia.

²⁰ ColCapital / Crowe Horwath. **Informe Sectorial TICs Q3 2015**. Recuperado abril 3 de 2016 de: http://www.horwathcolombia.com/informe_tics_3q_2015.pdf

²¹ Dane. F(2015) Índice de precios al consumidor. Recuperado abril 3 de 2016 de: <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>

²² Dane. Recuperado 04 de diciembre de 2015 de: <http://www.dane.gov.co/>

Actualmente se asocia los gamers con jóvenes, dentro de los cuales las mujeres representan el 45 por ciento del mercado. Las mujeres mayores de 18 años cuentan con una participación del 31 por ciento siendo esta mayor a la de los hombres de 17 años que es del 19 por ciento, según, Entertainment Software Association (Esa), de Estados Unidos. El promedio de edad de los compradores de videojuegos es de 35 años los datos y cifras aquí descritas se obtienen de un artículo de Portafolio el cual es (Colombia un país de Gamer's)²³.

Aspectos económicos de Colombia frente al subsector de los videojuegos

PRODUCTO INTERNO BRUTO TOTAL Y POR HABITANTE (A precios corrientes) Metodología Año Base 2005						
Fin de:	Total			Por habitante		
	Miles de Millones de pesos	Variación porcentual	Millones de Dolares	Pesos	Variación anual %	Dólares
2000	208.531	-	99.899	5.175.036	-	2.479
2001	225.851	8,31	98.206	5.533.727	6,93	2.406
2002	245.323	8,62	97.818	5.935.881	7,27	2.367
2003	272.345	11,01	94.646	6.507.808	9,64	2.262
2004	307.762	13,00	117.188	7.263.936	11,62	2.766
2005	340.156	10,53	146.570	7.931.153	9,19	3.417
2006	383.898	12,86	162.808	8.844.362	11,51	3.751
2007	431.072	12,29	207.411	9.813.388	10,96	4.722
2008	480.087	11,37	244.163	10.800.329	10,06	5.493
2009	504.647	5,12	234.035	11.219.656	3,88	5.203
2010	544.924	7,98	287.121	11.973.830	6,72	6.309
2011	619.894	13,76	335.410	13.462.903	12,44	7.284
2012p	664.240	7,15	369.385	14.259.639	5,92	7.930
2013p	710.257	6,93	380.040	15.074.161	5,71	8.066
2014p	756.152	6,46	377.947	15.864.953	5,25	7.930

(p) Provisional.

Nota: Para las series de PIB en dólares se utiliza la serie de "tasa de cambio nominal promedio".

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales y Banco de la República, Estudios Económicos Cálculos Banco de la República - Cuentas Financieras.

Figura 6. Producto Interno Bruto Total y por habitante. Fuente: Banco de la República

Si analizamos la tabla del Producto Interno Bruto por habitante desde el año 2000 hasta el 2011 y la proyección a 2014 se podría decir que hay un crecimiento constate. Pero cabe decir que según la proyección a 2014 habrá una disminución del 6.46%

²³ Portafolio, F.(2013). Colombia, un país de Gamer's. Recuperado abril 3 de 2016 de: <http://www.portafolio.co/tendencias/colombia-pais-gamers-72644>

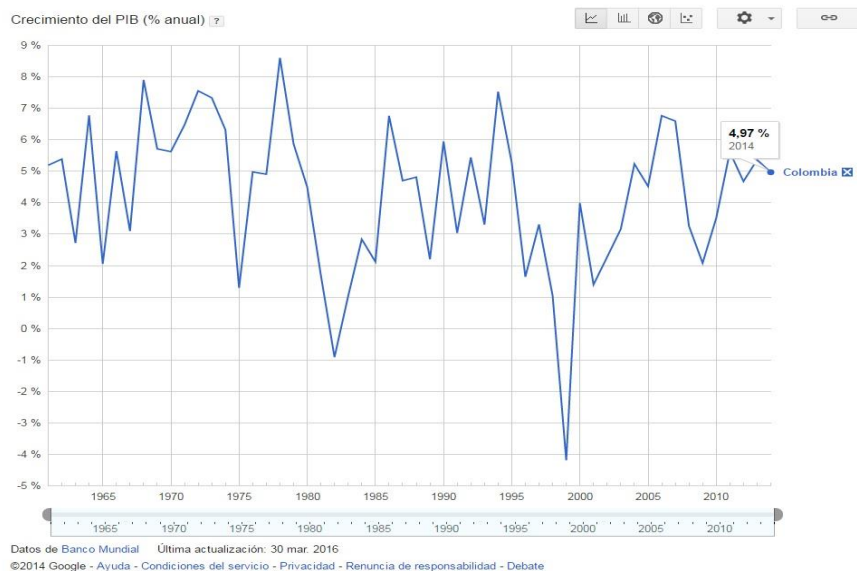


Figura 7. Crecimiento del PIB. Fuente: Google Public Data.

Teniendo en cuenta la Figura N 5 y la N 6 podemos hacer una comparación, en la figura 5 nos muestra el Producto Interno Bruto por habitante y no decía que en la proyección habría una baja del 6.46% y si analizamos la gráfica del crecimiento del PIB hay una tendencia a la baja al 4.97% en el 2014.

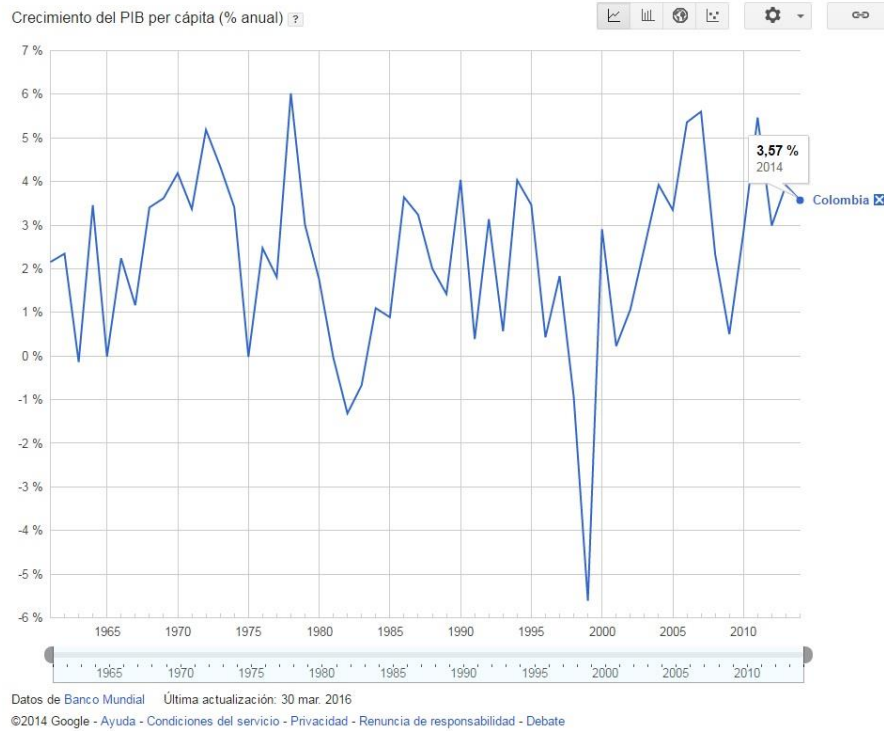


Figura 8. Crecimiento del PIB per cápita. Fuente: Google Public Data.

En la Figura 7 podemos ver que hay un menor crecimiento del PIB en el 2014 el cual es del 3.57%, es decir que tiende a la baja.

2.2. DESARROLLO MICROECONÓMICO

2.2.1. Análisis subsector

SECCIÓN J. INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES. División 62. Desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas), consultoría informática y actividades relacionadas. 620 Desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas), consultoría informática y actividades relacionadas. CÓDIGO CIU 6201 Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas).²⁴

2.2.2. Competidores

En el siguiente ítem veremos los competidores que hay actualmente en Colombia que nos da IGDA Colombia que es la Asociación de desarrolladores de Videojuegos en Colombia.

DIRECTORIO DE EMPRESAS

Estudios de desarrollo de Videojuegos en Colombia

Se han identificado 47 empresas dedicadas al desarrollo de Videojuegos en Colombia, puede usar los filtros para ordenar las empresas por: nombre, ciudad,

²⁴ Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Revisión 4 Adaptada Para Colombia CIU Rev. 4 A.C. Cámara de Comercio de Bogotá. 2012. <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-codigo-CIU>

especialidad; si tienes una empresa y no aparece en el listado inscríbela: <http://goo.gl/OWZHO>²⁵

EMPRESA	CIUDAD	GERENTE	ESPECIALIDAD	WEB
12 Hit Combo	Bogotá	David Torres	Entretenimiento	12hitcombo.com
3dementes	Bogotá	Giovanni López	Advergames	3dementes.com
AdFun Advergames	Cali	Jaime Trujillo	Advergames	adfun.co
Ananja Games	Bogotá	Wilson Ortiz	Entretenimiento	ananja
Asterisco Studio	Cali	Horacio José García	Entretenimiento	asteris.co/
Below The Game	Bucara	Carlos Rocha	Juegos serios	btg.com.co
BlazingSoft	Barranq	Andrés Rodríguez	Entretenimiento	blazingsoft.com
Blokwise	Medellín	Camilo Botero	Entretenimiento	blokwise.com
Blurteam	Bogotá	José Reyes	Entretenimiento	blurteam.com
Brainz	Bogotá	Alejandro González	Entretenimiento	brainz.co
C2 Game Studio	Medellín	Camilo Gómez	Entretenimiento	c2estudio.com
Colombia Games	Bogotá	Juan Nates	Entretenimiento	colombiagames.com
Cuazart Studios	Bogotá	Andrés Murcia	Entretenimiento	cuazart.com
Cuazart Studios	Bogotá	Luis Murcia	Advergames	cuazart.com

²⁵ IGDA Colombia. **Directorio de empresas**. Recuperado 17 de Septiembre de 2015 de: <http://igdacolombia.co/desarrolladores/>

EMPRESA	CIUDAD	GERENTE	ESPECIALIDAD	WEB
Die-Soft	Tunja	Andrés Carvajal	Entretenimiento	nodisponible
Dinomotion Studios	Honda	Holman Zárate	Juegos educativos	dinomotion
Domoti	Bogotá	Daniel Jiménez	Entretenimiento	domoti-sas.com
Dream House Studios	Medellín	León Fernando Carmona	Entretenimiento	dreamhouses
Drekers	Bogotá	Isidro José	Entretenimiento	drekers.com
Efecto Studios	Bogotá	Eivar Rojas	Entretenimiento	efectostudios.com
Eosch	Bogotá	Carlos Liévano	Entretenimiento	eosch.com
EtherealGF	Armenia	Carlos Beltrán	Advergames	etherealgf.com
Flamin' Lab	Cali	Luis Rodríguez	Entretenimiento	flaminlab.co
Foonkie Monkey	Bogotá	Camilo Páez	Entretenimiento	http://foonkiemonkey.co.uk
Gametron Studios	Bucara	Álvaro Martínez	Entretenimiento	gametronstudios.com
Gara Entertainment	Medellín	Juan Aristizábal	Entretenimiento	gara.co
Genial Studios	Bogotá	Nicolás Chicunque	Entretenimiento	GenialStudios
GenMedia	Pereira	Alejandro López	Advergames	genmedia.co
Ggwoot	Bogotá	Andrés Mancera	Entretenimiento	ggwoot.com
Higuera Studios	Bogotá	John Higuera	Advergames	higuerastudios.com
Imaginesoft	Medellín	Cristian Gallego	Entretenimiento	isoftstudio.com

EMPRESA	CIUDAD	GERENTE	ESPECIALIDAD	WEB
Level 4 Studios	Bogotá	David Pabón	Advergames	leve4studios.com
Level Plus Game	Cali	Mario Bravo	Entretenimiento	levelplusgames.com
Macaw Games	Bogotá	Camilo Galeano	Juegos educativos	macawgames.co
Mankala Studio	Bogotá	Miguel Villate	Entretenimiento	mankalastudio.com
Meccanimation	Bogotá	Mauricio Castro	Advergames	meccanimation.com
Mr. Robot Game Studio	Bogotá	Álvaro Cortés Téllez	Serius Games	conceptartstudio
Naska Digital	Bogotá	Leonardo Lamprea	Entretenimiento	nsdis.com
Panter	Medellín	Catalina Diez	Entretenimiento	panter.co
Plantagamer	Armenia	José Londoño	Juegos educativos	plantagamer.com
Polygon Nation	Medellín	Diego Escobar	Entretenimiento	polygonnation.com/
Press Start	Bogotá	Luis Parra	Entretenimiento	pressstart.co
QUATIO	Medellín	Andrés Pedraza	Advergames	quatio.co
Slashware Interactive	Medellín	Santiago Zapata	Entretenimiento	blslashware.net
SPES Technology Studios	Barranq	Víctor Albis	Advergames	www.spes.co
Studios Interactiva SAS	Tolima	Juan Charry	Entretenimiento	studios.com.co/
Teravision Games	Bogotá	Enrique Fuentes	Entretenimiento	teravisiongames.com

EMPRESA	CIUDAD	GERENTE	ESPECIALIDAD	WEB
Tezio	Medellín	Rodrigo Gómez	Entretenimiento	Tezio.com
TN3STUDIO	Cali	Álvaro Bacca	Juegos serios	tn3studio.com
V6 Studio	Medellín	Diego Sierra	Entretenimiento	v6-studio.co
V6 Studio	Medellín	Diego Sierra	Entretenimiento	v6-studio.co
Wekantu	Bogotá	Leandra Medina	Entretenimiento	wekantu.com
XOR Games	Bogotá	Sebastián Vargas	Entretenimiento	xorgames.net
Yuu Interactive	Medellín	Víctor Cardona	Entretenimiento	yuuinteractive.com

Tabla No. 2. Directorio de Empresas dedicadas al Desarrollo en Colombia. **Fuente:** IGDA Colombia, Recuperado 17 de septiembre de 2015 de: <http://igdacolombia.co/desarrolladores/>

Proyectos en formación

Proyectos de empresa que actualmente se encuentran desarrollando videojuegos.²⁶

EMPRESA	CIUDAD	GERENTE	ESPECIALIDAD	WEB
Calabi-yau-games	Bogotá	Ruby Piñeros	Entretenimiento	calabi-yau-games.com
Think WG	Medellín	Juan Buenaño	Entretenimiento	thinkwg.com
Tribungo Studio	Cali	Juan Urán	Entretenimiento	tribungo.com

²⁶ Igda Colombia. **Directorio de empresas.** Recuperado 17 de septiembre de 2015 de: <http://igdacolombia.co/desarrolladores/>

EMPRESA	CIUDAD	GERENTE	ESPECIALIDAD	WEB
Madhyama	Bogotá	Diego Arias	Entretenimiento	madhyama.com.co
Kiip	Bogotá	David Santanilla	Entretenimiento	kiip.me
softdream	Bogotá	Nikolas skuall	Entretenimiento	softdreamstudios.com
Okasa Studios	Bogotá	Javier Cubillos	Entretenimiento	okasastudios.com
Magicbit	Bogotá	Harvey Botero	Entretenimiento	magicbit.co
Glitchy Pixel	Bogotá	Italo Capasso	Enteretenimiento	glitchypixel.com.co

Tabla No. 3. Directorio de Empresas dedicadas al Desarrollo en Colombia. **Fuente:** IGDA Colombia, Recuperado 17 de septiembre de 2015 de: <http://igdacolombia.co/desarrolladores/>

EMPRESA	UBICACIÓN	PAGINA WEB	PRODUCTOS	CLIENTES
Blizzard	EE UU	http://us.battle.net/wow/es/	Juegos	Todo Tipo
NCSOFT	Corea del Sur	http://www.lineage2.com/en/	Juegos	Todo Tipo

Tabla No. 4. Competencia Internacional. **Fuente:** Propia a partir de la Información recolectada

Nuestras principales amenazas son aquellas empresas que desarrollan juegos de entretenimiento, pues es la clasificación que más se acerca a la nuestra.

A continuación analizaremos un poco las propuestas de producto que tiene actualmente la primer empresa de la competencia nacional:

A) 12 HIT COMBO



Figura 9. Imagen principal de la compañía 12 HIT COMBO en su página web. Fuente: www.12hitcombo.com

Lugar de origen: Bogotá, Cundinamarca, Colombia

Web: www.12hitcombo.com

“Esta joven empresa fundada en 2012, se centra en el desarrollo de nuevas IP para juegos de consola y la mecánica innovadoras para videojuegos educativos. Con un equipo experimentado y con talento que han desarrollado proyectos para una serie de plataformas, incluyendo pero no limitado a: Consolas, móvil, web, Facebook y PC. Sobre la base de estos principios que estaban nominados como la mejor aplicación de Colombia en el estreno Mobile Awards en Barcelona en 2012 con La Mano, una aplicación que enseña el lenguaje de signos. En su constante búsqueda de la innovación 12 Hit Combo! creado Matilde, un juego educativo (actualmente en desarrollo), que fue finalista en los CREA 2013 premios, organizada por el Ministerio de Cultura de Colombia y en 2014 fueron nominados como uno de los 3 juegos más innovadores del mundo en los Juegos por el Cambio Premios en NY con Súbete al SITP; un juego desarrollado para la oficina del Alcalde de Bogotá. La compañía busca desarrollar las ideas que genera el cambio que no solo son entretenidos, pero causarán un impacto positivo en nuestro mundo.”²⁷

²⁷ Acerca de Nosotros. 12 Hit Combo. Disponible en <http://www.12hitcombo.com/#about>

SUS PRODUCTOS

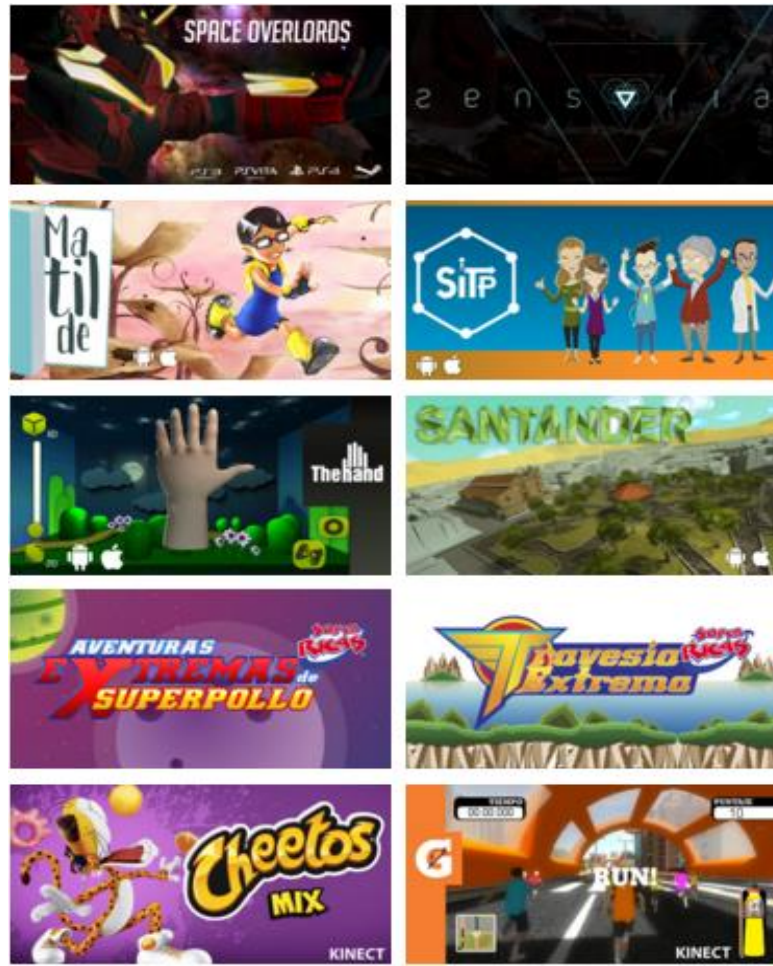


Figura 10. Productos de la compañía 12 HIT COMBO en su página web. Fuente: <http://www.12hitcombo.com/#projects>

Ahora, a nivel internacional, una de las principales e importantes empresas desarrolladoras de videojuegos en el mundo:

B) BLIZZARD ENTERTAINMENT



Figura 11. Logo principal de la compañía Blizzard. Fuente: <http://eu.blizzard.com/es-es/>

Lugar de origen: Irvine, California, Estados Unidos

Web: <http://eu.blizzard.com/es-es/>

Fundada en 1991 por Allen Adham, Frank Pearce y Mike Morhaime, Silicon & Synapse crea el primer juego de la compañía: RPM Racing. En diciembre de 1993 Silicon & Synapse cambia su nombre por el de Chaos Studios. El año finaliza con la publicación de once proyectos nuevos. La compañía se ha ido trasladando a cuatro oficinas diferentes y el equipo ha crecido hasta quince miembros. Abril de 1994, Davidson & Associates adquiere Chaos Studios y en mayo del mismo año la compañía vuelve a cambiar de nombre, esta vez de Chaos Studios a Blizzard Entertainment. En noviembre de 1994 sale al mercado Warcraft: Orcs & Humans, este es el primer juego publicado bajo el sello Blizzard Entertainment.²⁸

²⁸ Cronología Blizzard. Blizzard. Disponible en: <http://eu.blizzard.com/es-es/company/about/b20/timeline.html>

SUS PRODUCTOS

PUBLICADO RECIENTEMENTE







 <p>Warlords of Draenor EXPANSIÓN DE WORLD OF WARCRAFT</p> <p>Es la era de la Vieja Horda, forjada con hierro y no con sangre de demonio. Una alianza de grandes clanes orcos, la Horda de Hierro, ha conquistado el planeta Draenor con la ayuda de aterradoras máquinas de guerra. Azeroth es la siguiente. E innumerables mundos caerán después.</p>	 <p>Ultimate Evil Edition JUEGO DE ROL/ACCIÓN (CONSOLA)</p> <p>Ahora te toca a ti unirse a la cruzada y enfrentarte a los enemigos de los reinos mortales. Ultimate Evil Edition contiene Diablo III y la expansión Reaper of Souls en un único volumen. Ha llegado la hora. El mal se acerca...</p>	 <p>Reaper of Souls EXPANSIÓN DE DIABLO III</p> <p>El Demonio Mayor clama venganza en la piedra de alma negra. Pero antes de que esta sea sellada para siempre, Malthael, el ángel de la muerte, intenta apoderarse de su poder infernal con un siniestro propósito.</p>
 <p>Hearthstone JUEGO ESTRATÉGICO DE CARTAS</p> <p>Simple en apariencia pero salvajemente divertido: Hearthstone, el nuevo juego estratégico de cartas que todos pueden disfrutar. Usa tus cartas sabiamente para invocar hechizos, criaturas, y capitanear a los héroes de Warcraft para derrotar a tus adversarios en este nuevo juego de estrategia sumamente divertido.</p>	 <p>Heroes of the Storm COMBATE EN EQUIPO</p> <p>Los héroes más poderosos de Azeroth, Santuario, el sector Koprolu y más allá han sido absorbidos por el Nexos: una tormenta transdimensional que los ha transportado a un extraño limbo de universos adversos en los que se enfrentarán en eternos combates por la gloria o por pura diversión.</p>	 <p>Legacy of the Void ESTRATEGIA EN TIEMPO REAL</p> <p>Como Artanis, líder de los protoss, tu misión es recuperar Aiur de las garras del Enjambre zerg, pero un mal antiguo acecha. Solo tú puedes unir a tu gente para hacer frente a la oscuridad, antes de que se consuma a la galaxia.</p>

Figura 12. Productos de la compañía Blizzard. Fuente: <http://eu.blizzard.com/es-es/games/>












 <p>Heart of the Swarm EXPANSIÓN DE STARCRAFT II</p>	 <p>Mists of Pandaria EXPANSIÓN DE WORLD OF WARCRAFT</p>	 <p>Diablo III JUEGO DE ROL/ACCIÓN (PC/MAC)</p>
 <p>Cataclysm EXPANSIÓN DE WORLD OF WARCRAFT</p>	 <p>StarCraft II ESTRATEGIA EN TIEMPO REAL</p>	 <p>Wrath of the Lich King EXPANSIÓN DE WORLD OF WARCRAFT</p>
 <p>The Burning Crusade EXPANSIÓN DE WORLD OF WARCRAFT</p>	 <p>World of Warcraft MMORPG</p>	 <p>Warcraft III ESTRATEGIA EN TIEMPO REAL</p>
 <p>Diablo II JUEGO DE ROL/ACCIÓN</p>	 <p>StarCraft ESTRATEGIA EN TIEMPO REAL</p>	

Figura 13. Productos de la compañía Blizzard. Fuente: <http://eu.blizzard.com/es-es/games/>



Figura 14. Productos de la compañía Blizzard. Fuente: <http://eu.blizzard.com/es-es/games/>

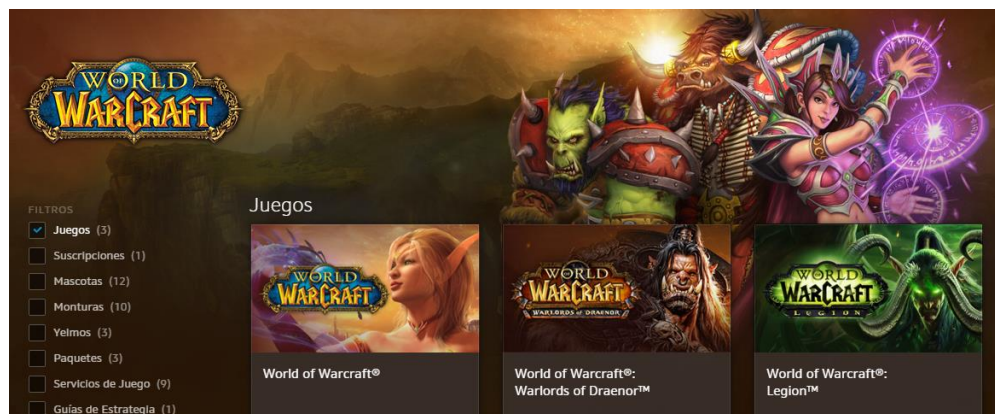


Figura 15. Tienda de la compañía Blizzard. Fuente: <https://eu.battle.net/shop/en/product/game/wow>

Propuesta de valor

Se puede evidenciar que los productos de nuestro potencial competidor a nivel nacional se tratan de videojuegos educativos o de tipo advergames (promoción de marcas) y por lo tanto no se encuentra ubicado dentro de la clasificación que manejaremos nosotros de videojuegos RPG. Esta es la principal distinción y valor que tendremos en el mercado nacional, puesto que seremos la primera empresa en desarrollar videojuegos de este tipo. Dentro del mercado a nivel internacional tendremos una gigantesca empresa competidora que sí desarrolla videojuegos RPG, aquí nuestro valor agregado será la combinación de las diferentes características de dos de los juegos más populares en el mercado, llegando a un juego que reúne el mundo mítico, los personajes de fantasía, los poderes extraordinarios y demás que tienen juegos como WORLD OF WARCRAFT; y la

posibilidad de aplicar las habilidades/destrezas del jugador y no las que el personaje adquiere durante el juego, como en COUNTER STRIKE.



Figura. 16 y 17. Google. Fuente: <http://www.unilad.co.uk/gaming/fans-furious-as-blizzard-shut-down-popular-vanilla-wow-server/>
y <http://www.resimbul.com/sonuc/counter-strike/counter-strike-1-6-tamindir/counter-strike-1-6-tamindir-d89be0.jpg>

2.2.3. Participación del mercado

– Industria de videojuegos en el mundo

PAÍS DE DESTINO	Participación 2011 (%)
Norteamérica	32.3%
Europa Occidental	32.1%
Asia	19.5%
Latinoamérica	5.6%
Medio Oriente y África	5%
Oceanía	3.7%
Europa Oriental	1.9%

Participación 2011 (%)

Fuente: Euromonitor, 2012. Cálculos: PROEXPORT.

Figura 18. Industria de Videojuegos en el Mundo Fuente: PROCOLOMBIA.

En la Figura 18 podemos ver la participación de Latinoamérica en lo que se refiere a la industria de los videojuegos, esta es del 5.6% se podría decir que tenemos una baja participación a nivel mundial pero por otra parte hay una gran oportunidad ya que esto nos demuestra que la competencia no es fuerte.

34,47 +0,57(1.68%) 29 de abr 22:00 | Fuera de hora : 34,74 +0,27 (0,78%) 30 de abr 01:21

Balance general

Consulta Balance general de :

Ver: [Datos anuales](#) | [Datos trimestrales](#)

Todos los números en miles

Periodo Finalizado	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2013
Activos			
Activo actual			
Caja y equivalentes de caja	1.823.000	4.848.000	4.410.000
Inversiones a corto plazo	8.000	10.000	33.000
Cuentas por cobrar, neto	679.000	659.000	831.000
Inventario	128.000	123.000	171.000
Otro activo circulante	749.000	901.000	796.000
Activo circulante total	3.387.000	6.541.000	6.241.000
Inversiones a largo plazo	9.000	9.000	9.000
Maquinaria y equipos en propiedad	189.000	157.000	138.000
Fondo de comercio	7.095.000	7.086.000	7.092.000
Activos intangibles	562.000	500.000	497.000
Amortización acumulada	-	-	-
Otro activo	3.734.000	85.000	35.000
Cargos diferidos de activo a largo plazo	275.000	264.000	-
Total de activos	15.251.000	14.642.000	14.012.000
Pasivo			
Pasivo actual			
Cuentas pagables	909.000	917.000	991.000
Deudas a largo plazo circulante / corto plazo	-	-	25.000
Otro pasivo circulante	1.702.000	1.797.000	1.389.000
Pasivo circulante total	2.611.000	2.714.000	2.405.000
Deuda a largo plazo	4.079.000	4.324.000	4.668.000
Otro pasivo	483.000	361.000	251.000
Cargos diferidos de pasivo a largo plazo	10.000	10.000	66.000
Interés minoritario	-	-	-
Fondo de comercio negativo	-	-	-
Pasivo total	7.183.000	7.409.000	7.390.000
Capital social			
Garantías de opciones de acción	-	-	-
Acción preferente redimible	-	-	-
Acciones preferentes	-	-	-
Acciones ordinarias	-	-	-
Beneficios retenidos	4.096.000	3.374.000	2.686.000
Acciones compradas por la empresa	(5.637.000)	(5.762.000)	(5.814.000)
Excedente de capital	10.242.000	9.924.000	9.682.000
Otro capital social	(633.000)	(303.000)	68.000
Total de capital social	8.068.000	7.233.000	6.622.000
Activos tangibles netos	411.000	(353.000)	(967.000)

Figura 19. Activision Blizzard Fuente: Finance.yahoo.

ACTIVISION BLIZZARD, INC. AND SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENTS OF OPERATIONS

(Amounts in millions, except per share data)

	For the Years Ended December 31,		
	2013	2012	2011
Net revenues			
Product sales.....	\$ 3,201	\$ 3,620	\$ 3,257
Subscription, licensing, and other revenues.....	1,382	1,236	1,498
Total net revenues	4,583	4,856	4,755
Costs and expenses			
Cost of sales—product costs.....	1,053	1,116	1,134
Cost of sales—online subscriptions.....	204	263	255
Cost of sales—software royalties and amortization.....	187	194	218
Cost of sales—intellectual property licenses.....	87	89	165
Product development.....	584	604	629
Sales and marketing.....	606	578	545
General and administrative.....	490	561	456
Restructuring.....	—	—	25
Total costs and expenses	3,211	3,405	3,427
Operating income	1,372	1,451	1,328
Interest and other investment income (expense), net.....	(53)	7	3
Income before income tax expense	1,319	1,458	1,331
Income tax expense.....	309	309	246
Net income	\$ 1,010	\$ 1,149	\$ 1,085
Earnings per common share			
Basic.....	\$ 0.96	\$ 1.01	\$ 0.93
Diluted.....	\$ 0.95	\$ 1.01	\$ 0.92
Weighted-average number of shares outstanding			
Basic.....	1,024	1,112	1,148
Diluted.....	1,035	1,118	1,156
Dividends per common share	\$ 0.19	\$ 0.18	\$ 0.165

The accompanying notes are an integral part of these Consolidated Financial Statements.

Figura 20. Activision Blizzard Ingresos Netos Fuente: Mundoanglo

Aquí podemos analizar que el recaudo de ingresos netos en cuestión de ventas de productos ha disminuido en comparación al año anterior, pero se ve un incremento en las suscripciones, licencias y otros ingresos. En cuestión de ingresos hay una disminución en comparación con los años anteriores. También se puede analizar que el costo de venta por suscripciones online también ha disminuido en relación con años anteriores.

2.2.4. Ciclo del subsector

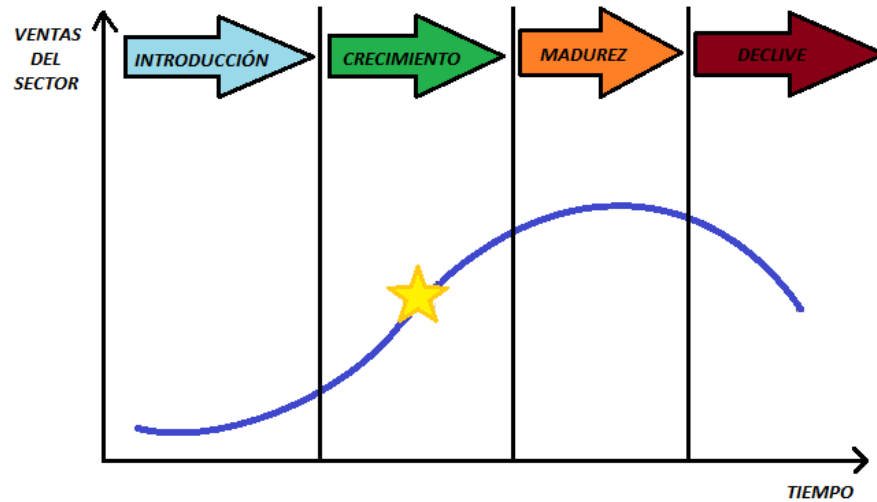


Figura 21. Representación gráfica de la fase en la que se encuentra el subsector de los videojuegos. Fuente: Elaboración propia a partir de la información recolectada.

Actualmente y en una proyección de aproximadamente dos años, el subsector de los videojuegos se encuentra aún en la fase de crecimiento, puesto que se están desarrollando nuevas ideas, proyectos, características y demás atributos de dicho producto; también podemos notarlo debido a la entrada al mercado de nuevas compañías dedicadas al desarrollo de videojuegos.

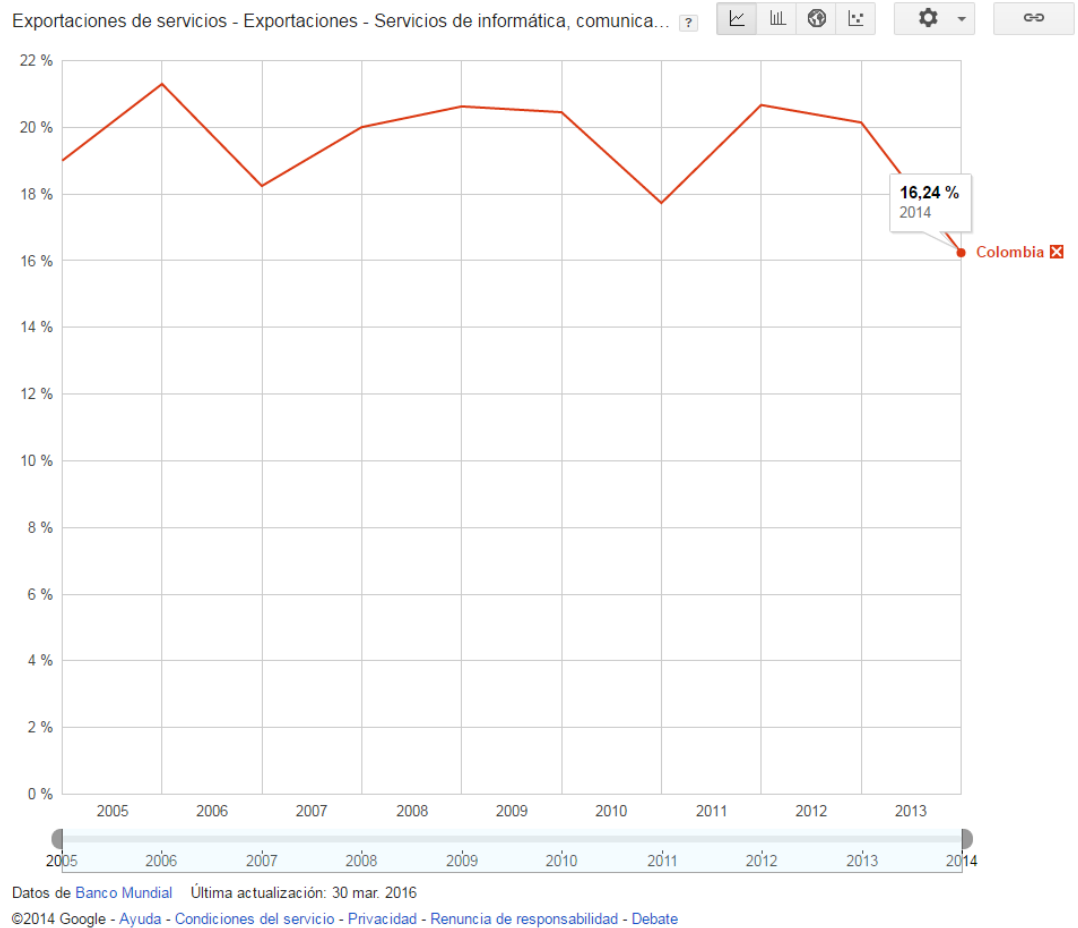


Figura 22. Exportaciones de servicios – Exportaciones – Servicios de informática, comunicación Fuente: Google Public Data.

En la figura 22 podemos ver que las exportaciones de servicios creció un 16.24%, aunque es menor que el de años anteriores hay que recalcar que la industria de los videojuegos se encuentra aún en la etapa de crecimiento. Se puede decir que por el tiempo que lleva esta industria estaría en la etapa de madurez pero la realidad es otra cada vez entran nuevos competidores y no es una industria que se quede quieta sino que está en constante reinvencción e innovación.

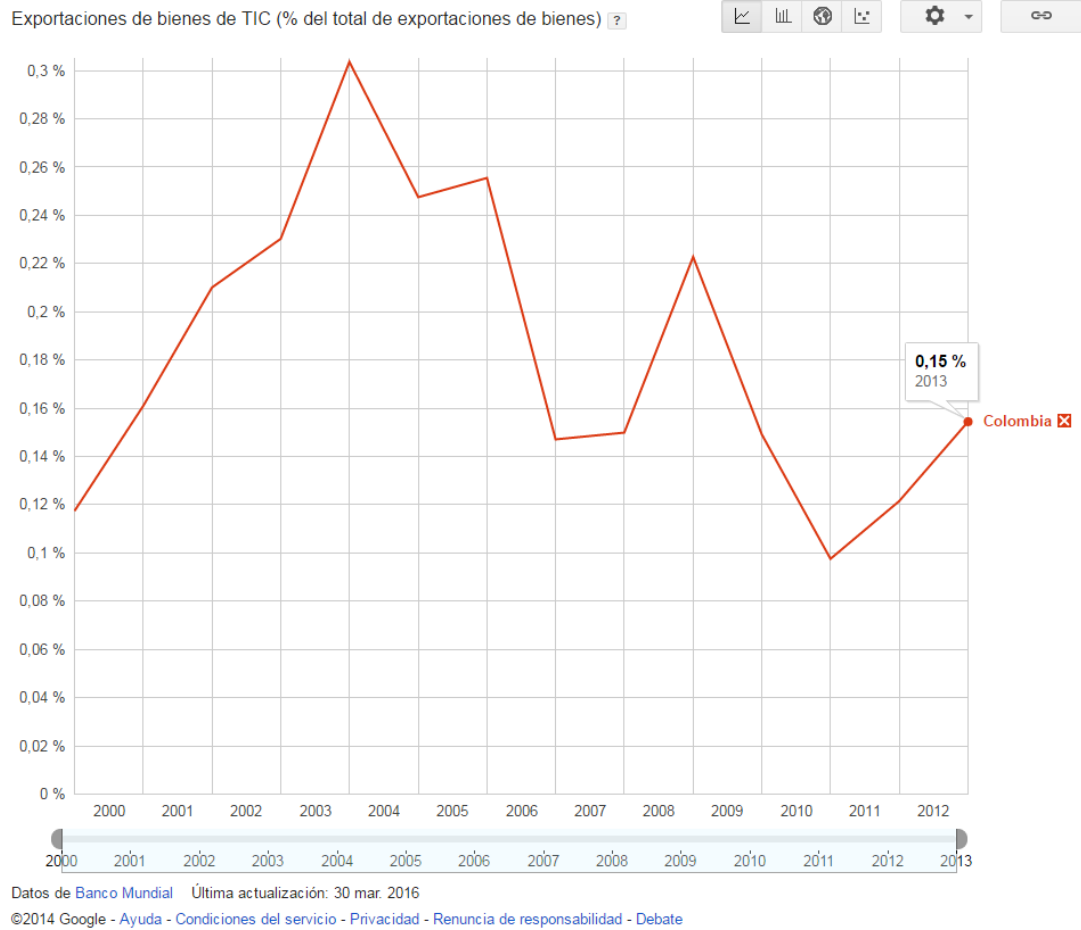


Figura 23. Exportaciones de Bienes de TIC. Fuente: Google Public Data.

Por otra parte podemos analizar en la figura 23 que las exportaciones de bienes TIC aunque está en un crecimiento moderado o disminuido muestra una tendencia siempre al aumento.

2.2.5. Modalidad de la demanda

Nuestra demanda con respecto a las estacionalidades se clasifica como regular, es decir que su crecimiento no depende del período del año en que nos encontremos, pero tampoco es una demanda que se encuentre en continuo crecimiento. Más específicamente nos encontramos con una demanda regular aleatoria con tendencia de incremento sin estacionalidad, la cual tiene un comportamiento de altas y bajas, pero con una tendencia al aumento en largos periodos.

3. MODELO DEL NEGOCIO

3.1. GENERALIDADES

3.1.1. Nombre del negocio (Business name)

PK Game's (Player Killer Games) Que traducido al español significa "Juegos del Jugador Asesino" y representa el tipo de videojuegos en los cuales se enfoca nuestro negocio.

3.1.2. Estructura del negocio (Business structure)

CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE SOCIEDAD COMERCIAL

Basado en el artículo 110 de código de comercio se hará el ejercicio de la constitución de una sociedad comercial

Artículo 110: Requisitos para la constitución de una sociedad.

La sociedad comercial se constituirá por medio de escritura pública en la cual se expresará:

1º) El Nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Para las personas naturales se debe indicar su nacionalidad y documentos de

identificación legal; con el nombre de las personas jurídicas, la ley, decreto o escritura de que se deriva su existencia;

- ✓ Nombre de la Empresa: PK Game´s S.A.S
- ✓ Dirección: Está en proceso de ubicación.
- ✓ Personas Naturales: Jaime Alexander Parra Forero.
- ✓ CC. 1.014.196.970 de Bogotá.
- ✓ Nacionalidad: colombiana.

2º) La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formando como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula este código;

- ✓ Sociedad Anónima Simplificada puesto que es de un único dueño pero pueden existir inversionistas.

3º) El Domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en mismo acto de constitución;

- ✓ Se quiere abrir solo una sede que es la principal.

4º) El objeto social, esto es, la empresa o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales. Será ineficaz la estipulación en virtud de la cual el objeto social se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o que no tenga una relación directa con aquel;

- ✓ PK Game´s está pensada en la creación de y desarrollo de videojuegos y de software.

5º) El capital social, la parte del mismo que suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución. En las sociedades por acciones deberá expresarse, además el capital suscrito y el pagado, la clase y el valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y términos en que se deberán cancelar las cuotas debidas, cuyo plazo no podrá exceder de un año;

- ✓ En caso de inversionistas se les aclarará la el tiempo de recuperación del capital y su respectivas ganancias. Y por parte de los empleados sus funciones serán definidas ya sea por el organigrama de la empresa o por la información dada en el momento de la entrevista y la debida inducción, acorde al cargo se le pagar el valor nominal correspondiente.

6º) La forma de administrar los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, y de las que se reserven los asociados, las asambleas y las juntas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad;

- ✓ En este caso la administración estaría dada por el dueño de la empresa el cual está en todo su derecho de tomar las decisiones pertinentes.

7º) La época y la forma de convocar y construir la asamblea o la junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia;

- ✓ La persona natural en este caso el inscrito como dueño de la compañía se verá en la obligación de convocar junta de inversionistas para darles un resumen de lo sucedido o del avance frente a sus inversiones.

8º) Las fechas en que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse;

- ✓ En el caso particular de la empresa de creación de videojuegos mensualmente solo se contabilizan los gastos tanto operativos como contables ya que la utilidad se ve reflejada en la terminación del juego o producto como tal, después de esto se cruzan tanto los costos como gastos y el valor de la venta del producto en este caso el juego y esto nos daría una utilidad la cual se repartiría entre los inversionistas y el dueño de la compañía, también cabe decir que en la repartición se tendría encuentra con un porcentaje de las ganancias a los empleados como reconocimiento por su labor.

9º) La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma;

- ✓ La duración de la sociedad en este caso está determinada los inversionistas, los cuales pueden cambiar si así lo determinan las dos partes.

10º) La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie;

- ✓ Con respecto al numeral 9 cabe decir que la liquidación en este caso serian las ganancias o utilidades que se pactaron en un acuerdo previo junto con los inversionistas del proyecto realizado.

11º) Las diferencias que ocurran entre los, con motivo del contrato social, han de someterse a decisión arbitral o de amigables componedores y, en caso afirmativo, la forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores;

- ✓ En este caso los inversionistas firman un contrato en el cual queda escrito que se responderá por el capital invertido y que no podrán intervenir en ninguna función de la empresa como tal, ni en la toma de decisiones.

12º) El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones, cuando esta función no corresponda, por la ley o por el contrato, a todos o algunos de los asociados;

- ✓ No aplica directamente puesto que no hay una sociedad.

13º) Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo este previsto en la ley o en los estatutos²⁹;

- ✓ El revisor fiscal lleva un control de los movimientos que se realizan en la compañía.

3.1.3. Localización (Business location)

En nuestro caso la localización no afecta ni favorece nuestro negocio. Por ende no es un punto relevante. Sin embargo se ha pensado en una locación amplia, tranquila, en la cual nuestro personal de trabajo esté cómodo para la realización del mismo.

²⁹ Alcaldía de Bogota. **DECRETO 410 DE 1971**. Recuperado 24 de Abril de 2016 de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>

3.1.4. Fecha de establecimiento (Date established)

El proyecto se iniciará tan pronto termine mi carga académica la cual es uno de los motivos por los que he trabajado, puesto que para terminar mis estudios es necesario tener un sustento económico, tan pronto termine me dedicare de lleno al proyecto ya que mi objetivo es crear mi propia empresa.

3.1.5. Socios Business owner (s)

Como tal no se manejarían socios en un principio pero hay que aclarar que al ser un proyecto con un alto grado de inversión se manejará un modelo de inversionistas. Estos no tendrán todos los beneficios que se tiene como socio pero sí se les garantiza que obtendrán el valor de su inversión más un rendimiento o ganancia con respecto a lo invertido. Por otra parte hay una figura parecida a los socios pero en este caso solo obtendrán ganancias por el rendimiento de la empresa, ya que serían los colaboradores; dichos colaboradores son el grupo creativo parte del pilar principal de la compañía puesto que con ellos se desarrollaran las historias de todos los juegos, son las personas que harán posible lo imaginable.

3.1.6. Experiencia de los socios (Relevant owner experience)

Como no se tienen se puede hablar de la experiencia del equipo creativo. En primer lugar este equipo se consideró ya que todos fueron participantes de torneos de videojuegos y algunos de ellos siguen muy relacionados con los videojuegos y asisten a diferentes eventos de lanzamientos y demás relacionados al mundo y la

industria. El grupo creativo está conformado por un ingeniero de sistemas, un pedagogo en sociología, un psicólogo, un pedagogo en lenguas y otros más que tienen un alto conocimiento en el campo de los videojuegos en pocas palabras jugadores casi de profesión, también llamados Gamer's.

3.1.7. Productos y servicios (Products/services)

Videojuegos RPG (Role Playing Game) son un tipo o género de videojuego en el cual se controla a uno o varios personajes, este personaje debe cumplir con una serie de objetivos o misiones los cuales fueron establecidos por los programadores en la etapa de diseño; estos personajes enfrentan estos retos en un mundo generalmente de fantasía épica diseñado también por los programadores, utilizando una interfaz gráfica que permite a los jugadores emplear un inventario de poderes (desarrollados con la práctica), recursos monetarios y objetos diversos en propiedad (comprados o encontrados de manera fortuita).

3.1.8. Licencias y permiso (Licences & permits)

Porfundizaremos en la norma basándonos en la Ley 1554 del nueve de julio de 2012, y de un artículo en el cual nos indican 8 requisitos para abrir un establecimiento de comercio, en este caso una empresa de creación de videojuegos.

LEY. · No~ 1554 /.9 de Julio de 2012

"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 10. 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 comercial³⁰.

Artículo 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 Policía³¹.

Según las normas vigentes, cualquier persona o empresa que quiera tener abierto al público un establecimiento de comercio en cualquier parte de Colombia, tiene que cumplir en ese caso con 8 requisitos básicos. La policía es la encargada de vigilar que se cumplan y el alcalde el encargado de aplicar las sanciones por su incumplimiento.

³⁰ MinTic, f (2012), Ley 1554 del 9 de julio de 2012, Recuperado el 24 de abril de 2016 de: http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3714_documento.pdf

³¹ MinTic, f (2012), Ley 1554 del 9 de julio de 2012, Recuperado el 24 de abril de 2016 de: http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3714_documento.pdf

En Colombia, como un fenómeno que se puede decir que se deriva de la alta tasa de desempleo, se ha visto que en los últimos años las personas decidan emprender actividades comerciales por su propia cuenta y riesgo abriendo establecimientos de comercio (pequeño o mediano) que muchas veces funcionan hasta en sus propias casas de habitación.

Por consiguiente, para quienes deciden obtener su sustento mediante la apertura de establecimientos de comercio, y también para cualquier empresa organizada que quiera abrir sus establecimientos en alguna parte de Colombia, es claro que las normas que se deben seguir en esos casos son las contenidas actualmente en los artículos 46 y 47 del Decreto Ley 2150 de diciembre 6 1995, La Ley 232 de diciembre 26 de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de julio de 2005. Esas normas fueron luego reglamentadas con el Decreto 1879 de mayo 29 de 2008³².

8 Requisitos básicos

Resumiendo lo que contienen dichas normas, se diría que actualmente los requisitos que en términos generales se exigen para tener en funcionamiento un establecimiento de Comercio en cualquier parte de Colombia sería:

1. Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedidos por la entidad competente del respectivo municipio. La ubicación de los tipos de establecimientos será determinada dentro del POT, expedido por los respectivos concejos municipales, teniendo en cuenta que en ningún caso podrán desarrollarse actividades cuyo objeto sea ilícito de conformidad con las leyes
2. Cumplir con las condiciones sanitarias y ambientales según el caso descritas por la Ley 9 de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.

³² Actualícese. Requisitos que se exigen para abrir establecimientos de comercio, Recuperado el 24 de abril de 2016 de: <http://actualicese.com/actualidad/2009/09/09/requisitos-que-se-exigen-para-abrir-establecimientos-de-comercio/>

3. Cumplir con las normas vigentes en materia de seguridad.
4. Cancelar los derechos de autor previstos en la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias, si en el establecimiento se ejecutaran obras musicales causantes de dichos pagos. Al respecto, téngase en cuenta que el artículo 84 de la Ley 962 de julio de 2005 modificó el artículo 164 de la Ley 23 de 1982, y desde esa fecha no se considera ejecución pública, para los efectos de dicha ley, la que se realice con fines estrictamente educativos, dentro del recinto e instalaciones de los institutos de educación, siempre que no se cobre suma alguna, por el derecho de entrada y la que realicen con fines estrictamente personales los comerciantes detallistas que no obtengan ningún beneficio económico por dicha ejecución, los cuales serán categorizados por el Ministerio del Interior.
5. Obtener y mantener vigente la matrícula mercantil, tratándose de establecimientos de comercio.
6. Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o. quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento. Esto se debe hacer dentro de los 15 días siguientes a la apertura del mismo. Esta notificación se puede hacer por medios virtuales (ver artículo 4 del Decreto 1879 de 2008)
7. Cancelar los impuestos de carácter distrital y municipal.

Exhibir la prueba de su inscripción en el “Registro Nacional de Turismo”. Este registro se exige en el Artículo 13 de la Ley 1101 de noviembre de 2006 para todas aquellas empresas alistadas en el artículo 12 de esa misma ley entre las cuales figuran hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedajes no permanentes (véase también nuestro anterior editorial de julio de 2009: “Gobierno reglamenta los arrendamientos de inmuebles por días a los turistas”)³³

³³ Actualícese. Requisitos que se exigen para abrir establecimientos de comercio, Recuperado el 24 de abril de 2016 de: <http://actualicese.com/actualidad/2009/09/09/requisitos-que-se-exigen-para-abrir-establecimientos-de-comercio/>

3.1.9. Dominio (Domainnames)

El dominio de la página web se trabajará en .com y de igual manera se trabajarán las redes sociales que ayudarán a divulgar información respecto a actualizaciones, lanzamientos entre otros, los cuales se encuentran en desarrollo.

3.1.10. Infraestructura (infrastructure)

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames
Infraestructura
Equipos de Oficina
2 Mesas de Computo de 8 Puestos
Un escritorio
19 Sillas Ergonómicas
2 Baños
Horno microondas
Equipos de Computo
20 Torres de Computador
20 Pantallas LCD
20 Teclados inalámbricos
20 Mouse
2 Impresora
1 Servidor

Tabla No. 5. Infraestructura. Fuente: Propia

3.2. MISIÓN

PKGame's satisface en sus proyectos de videojuegos, las necesidades de las partes interesadas, combinando criterios de solidez, responsabilidad y calidad, para obtener una rentabilidad que garantice una posición de liderazgo en el mercado a través del tiempo.

3.3. VISIÓN

En el 2020 nuestra compañía de videojuegos será reconocida no solo a nivel nacional sino que también en el mercado de la producción de videojuegos en Latinoamérica, avanzando año tras año en nuestras interfaces y generando nuevas propuestas que innoven en la oferta del mercado de videojuegos.

3.4. ORGANIGRAMA (Organization Chart)

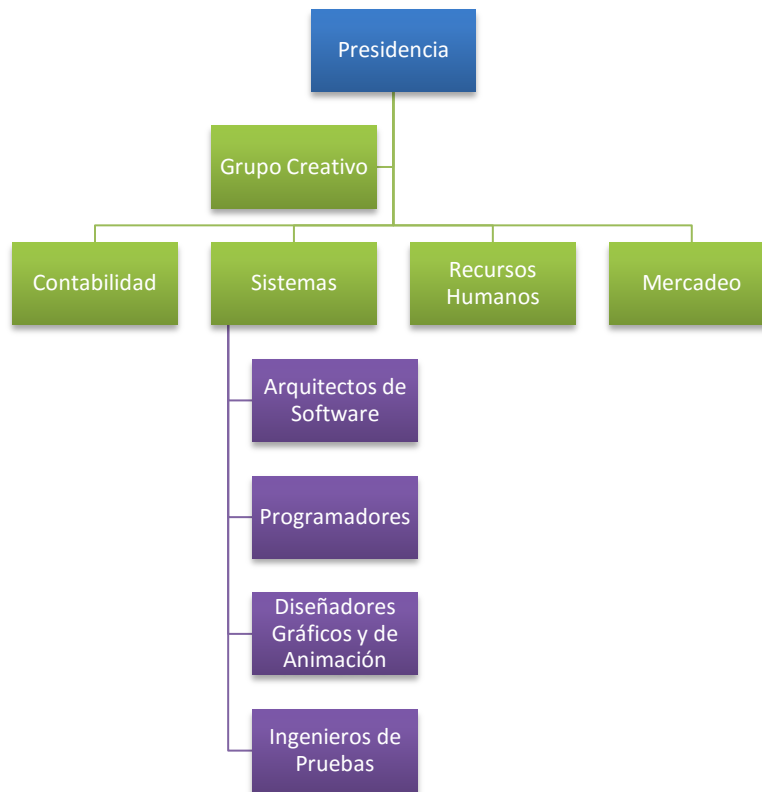


Figura 24. Organigrama. Fuente: Propia.

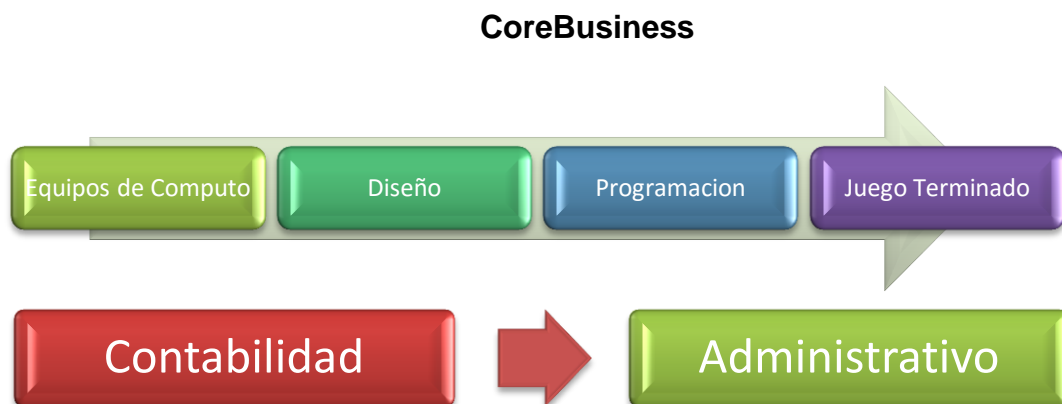


Figura 25. Fuente: Propia

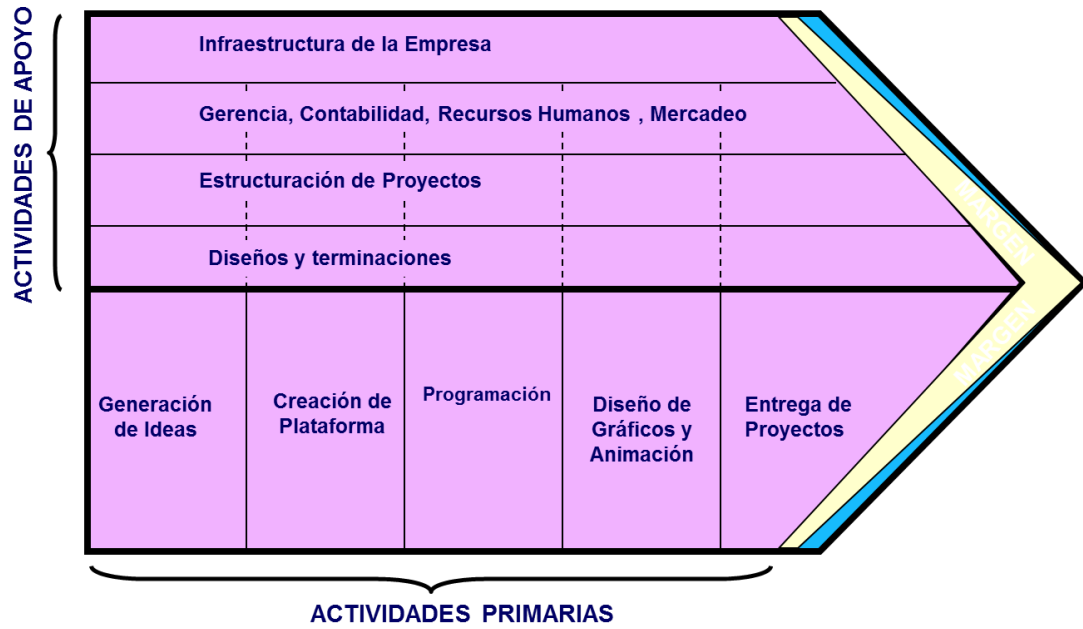


Figura 26. Fuente: Propia

3.5. RECURSOS HUMANOS (Management and Ownership)

3.5.1. Nombres de los socios (Names of owners)

No hay socios, como se mencionaba antes se manejará un sistema de inversionistas.

3.5.2. Empleados (Current staff)

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Para conocer el contenido de un puesto es necesario describirlo. Su descripción es un proceso que consiste en enunciar las tareas o responsabilidades que lo conforman y lo hacen distinto a todos los demás puestos que existen en la organización. Asimismo, su descripción es la relación de las responsabilidades o tareas del puesto que hace el ocupante), la periodicidad de su realización (cuándo lo hace), los métodos que se emplean para el cumplimiento de esas responsabilidades o tareas (cómo lo hace), los objetivos (por qué lo hace). Es básicamente una enumeración por escrito de los principales aspectos significativos del puesto y de las obligaciones y responsabilidades adquiridas³⁴.

³⁴ CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos, Octava Edición, México: Editorial McGraw Hil Cap. 8, Pág. 226.

Sistema de calidad y mejora continua.

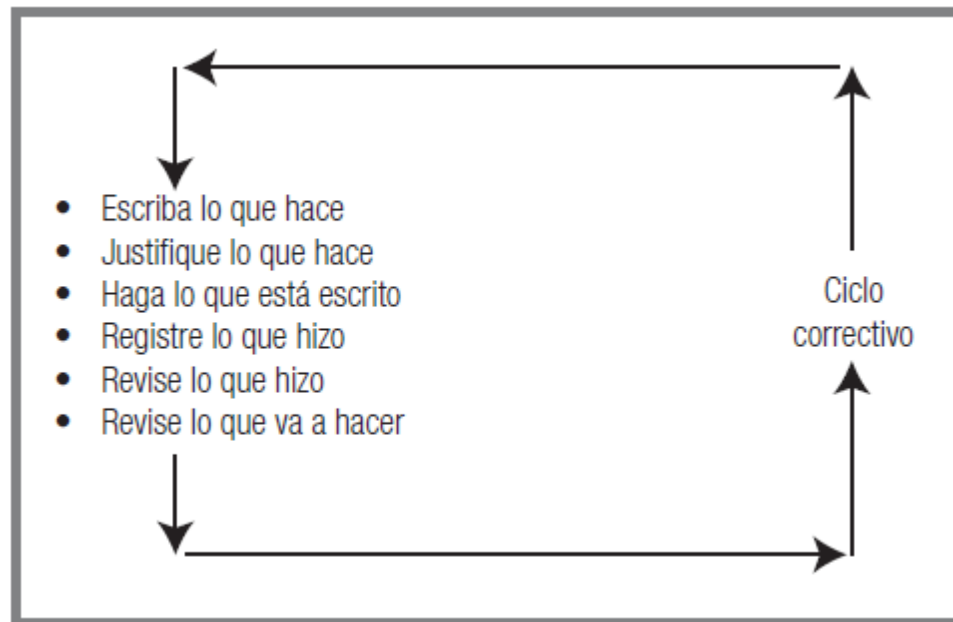


Figura 27. Sistema de Calidad y Mejora Continua. Fuente: Administración de Recursos Humanos, Idalberto Chiavenato, Pág. 226

Análisis de puestos

Una vez hecha la descripción, sigue el análisis de puestos. En otras palabras, una vez identificado el contenido (aspectos intrínsecos), se analiza el puesto en relación con los aspectos extrínsecos, es decir, en relación con los requisitos que el puesto impone a su ocupante. Aunque íntimamente relacionados en sus propósitos y en los procesos de obtención de información, la descripción de puestos y el análisis de puestos son dos técnicas perfectamente distintas. **Mientras la descripción se preocupa por el contenido del puesto (qué es lo que el ocupante hace, cómo lo hace y por qué lo hace), el análisis pretende estudiar y determinar los requisitos, responsabilidades y condiciones que el puesto exige para su adecuado desempeño.** Por medio del análisis los

puestos posteriormente se valoran y se clasifican **para efectos** de comparación. La figura 26 muestra el desglose de la descripción y del análisis de puestos³⁵.

Ejemplo de una hoja de descripción del puesto.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		
Título del puesto:	Fecha de elaboración: __/__/__	Fecha de revisión: __/__/__
Clave:		
Departamento:	División:	
Descripción genérica:		
Descripción específica:		

Figura 28. Sistema de Calidad y Mejora Continua. Fuente: Administración de Recursos Humanos, Idalberto Chiavenato, Pág. 227

³⁵ CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos, Octava Edición, México: Editorial McGraw Hil, Cap. 8, Pág. 227.

PKGames

Nombre del Puesto: Diseñador de Ideas / División Grupo Creativo

Descripción Genérica: Proporcionar ideas innovadoras y genuinas para las historias de los videojuegos.

Descripción del Puesto:

- Entregar bocetos de personajes para las historias que comprenden el juego.
- Realizar guiones para implementar en el esquema del videojuego.
- Realizar informes periódicos de avance de ideas creativas.

ANÁLISIS DEL PUESTO

Requisitos Intelectuales

- Escolaridad Indispensable: Estudios Académicos Superiores.
- Experiencia: La experiencia no es requerida, se necesitan personas con alta capacidad de creatividad.

Responsabilidades

- Relaciones: se requiere extremada discreción en asuntos confidenciales y tacto para obtener cooperación; trabajo cuando la frecuencia de relaciones es amplia.

Condiciones de trabajo

- Ambiente de trabajo: se requiere persona con habilidades sociales para el trabajo en equipo.

Tabla No. 6. Diseño de Puesto Diseñador de Ideas. **Fuente:** Propia

PKGames

Nombre del Puesto: Arquitecto de Software.

Descripción Genérica: Proporcionar el diseño de la plataforma donde se procederá a montar el Videojuego.

Descripción del Puesto:

- Entregar bocetos y diagramas en los cuales se vea reflejado el avance mediante flujogramas la estructura de la plataforma donde se montará el juego.
- Realizar informes periódicos de avance de la plataforma.

ANÁLISIS DEL PUESTO

Requisitos Intelectuales

- Escolaridad Indispensable: Estudios Académicos Superiores en Ingeniería de Sistemas.
- Experiencia: Experiencia mínima de 2 años en construcción de Software.

Responsabilidades

- Relaciones: se requiere extremada discreción en asuntos confidenciales y tacto para obtener cooperación; trabajo cuando la frecuencia de relaciones es amplia.

Condiciones de trabajo

- Ambiente de trabajo: normal de oficina.

Tabla No. 7. Diseño de Puesto Arquitecto de Software. **Fuente:** Propia

PKGames

Nombre del Puesto: Programador.

Descripción Genérica: Realizar implementación dada por el arquitecto de Software y verificar que el programa funcione correctamente, adicional realizar la integración de la programación realizada por los diseñadores gráficos.

Descripción del Puesto:

- Realizar entregas parciales respecto al progreso del desarrollo de la plataforma en la cual se está montado el videojuego.
- Realizar informes periódicos de avance de la plataforma y de la creación del videojuego.

ANÁLISIS DEL PUESTO

Requisitos Intelectuales

- Escolaridad Indispensable: Estudios Académicos Superiores en Ingeniería de Sistemas.
- Experiencia: Experiencia mínima de 1 años en programación de Software.

Responsabilidades

- Relaciones: se requiere extremada discreción en asuntos confidenciales y tacto para obtener cooperación; trabajo cuando la frecuencia de relaciones es amplia.

Condiciones de trabajo

- Ambiente de trabajo: normal de oficina. Se requiere persona con habilidades sociales para el trabajo en equipo.

Tabla No. 8. Programador. **Fuente:** Propia

PKGames

Nombre del Puesto: Diseñador gráfico.

Descripción Genérica: Realizar la interfaz gráfica tanto del juego como de los personajes.

Descripción del Puesto:

- Realizar bosquejos de personajes al igual que de escenarios que serán incluidos en el juego.
- Realizar informes periódicos acerca del avance en la interfaz gráfica del videojuego.

ANÁLISIS DEL PUESTO

Requisitos Intelectuales

- Escolaridad Indispensable: Estudios Académicos Superiores en Diseño Gráfico.
- Experiencia: Experiencia mínima de 1 años en programación y modelación.

Responsabilidades

- Relaciones: se requiere extremada discreción en asuntos confidenciales y tacto para obtener cooperación; trabajo cuando la frecuencia de relaciones es amplia.

Condiciones de trabajo

- Ambiente de trabajo: normal de oficina. Se requiere persona con habilidades sociales para el trabajo en equipo.

Tabla No. 9. Diseñador Gráfico. **Fuente:** Propia

3.6. ANÁLISIS DOFAS (W.O.T. analysis)

MATRIZ DOFA		
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Aprovechamiento de la constante mejora en tecnología adquiridas gracias a los TLC y a la globalización	Poca experiencia en el mercado y poco conocimiento acerca de cómo trabaja la competencia
	Precios mas asequibles al público ya que se manejará su venta directamente desde internet y no desde tiendas	la gran competencia que existe en el mercado de los video juegos tales como Sony, Nintendo y otros mas.
FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Procesos nuevos o totalmente Innovadores para la creación de videojuegos	Poca experiencia en el ambito empresarial
	Oportunidad de trabajo para personas que están incurriendo en el mercado laboral relacionado a la programación y diseño	Pocos puestos y cargos ya que se esta empesando por lo que se requiriera mayor personal para la empresa, y esto denotara un proceso un poco mas lento en la creacion de los juegos

Tabla No. 10. Matriz DOFA. **Fuente:** Propia

ANALISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Procesos nuevos o totalmente Innovadores para la creación de videojuegos	Poca experiencia en el ámbito empresarial
ANALISIS EXTERNO	Oportunidad de trabajo para personas que están incurriendo en el mercado laboral relacionado a la programación y diseño	Pocos puestos y cargos ya que se esta empezando por lo que se requeriría mayor personal para la empresa, y esto denotará un proceso un poco más lento en la creación de los juegos
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
Aprovechamiento de la constante mejora en tecnología adquirida gracias a los TLC y a la globalización	Aprovechar las ventajas que se tienen y los procesos que se ejecutarán teniendo en cuenta que la globalización es una gran ventaja en el medio de los juegos	Estudiar la competencias gracias a los TLC y a la globalización con mayor facilidad para mejorar los procesos de la empresa y reducir el impacto por la falta de experiencia
Precios mas asequibles al público ya que se manejará su venta directamente desde internet y no desde tiendas	Como se le dará la oportunidad a nuevos ingenieros que casi no estan en el mercado laboral y que quiere la oportunidad de aprender se ahorrara en costos al momento de los sueldos	Impulsar el empleo a través de estrategia con universidades para reducir costos de salarios pero aumentar el nivel de empleos
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
Poca experiencia en el mercado y poco conocimiento acerca de cómo trabaja la competencia	Aprovechar lo novedoso de los procesos que se implementaran y generacion de estrategias las cuales no conoce la competencia	Con trabajo en equipo se logran estrategias las cuales nos ayuden a superar la falta de experiencia tanto a nivel empresarial como a nivel de competencia
La gran competencia que existe en el mercado de los video juegos tales como Sony, Nintendo y otros más.	Mantener a los empleados a la vanguardia en cuanto a programación y programas gráficos para que siempre haya una innovación y un alto desempeño en el campo	Con la capacitación de nuevo personal seremos mas competitivos y podremos dar avances al mismo nivel de la competencia en cuestión de creación de juegos

Tabla No. 11. Estrategias de la Empresa. **Fuente:** Propia

3.7. ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO (Riskmanagement)

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS - EFE				
OPORTUNIDADES		PONDERACION	CLASIFICACION	PUNTUA CIONES PONDER ADAS
1	Aprovechamiento de la constante mejora en tecnología adquiridas gracias a los TLC y a la globalización	0,35	4	1,4
2	Precios mas Acequibles al publico ya que se maneja su venta directamente desde internet y no desde tiendas	0,25	3	0,75
AMENAZAS				
1	Poca experiencia en el mercado y poco conocimiento acerca de cómo trabaja la competencia	0,1	2	0,2
2	La gran competencia que existe en el mercado de los video juegos tales como Sony, Nintendo y otros mas.	0,3	3	0,9
TOTAL		1		3,25

Tabla No. 12. Matriz de Evaluación de Factores Internos EFE. **Fuente:** Propia

Como podemos ver en la sumatoria de la matriz EFE podemos ver que en cuanto a nivel externo la empresa responde muy bien frente a las amenazas pero esto se evidenciará a futuro.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS - EFI				
FORTALEZAS		PONDERACION	CLASIFICACION	PUNTUACIONES PONDERADAS
1	Procesos nuevo o total mente Innovadores para la creacion de videojuegos	0,35	3	1,05
2	Oportunidad de trabajo para porsonas que estan incurriendo en el mercado laboral relacionado a la programacion y diseño	0,25	3	0,75
DEBILIDADES				
1	Poca experiencia en el ambito empresarial	0,1	2	0,2
2	Pocos puestos y cargos ya que se esta empesando por lo que se requerira mayor personal para la empresa, y esto denotara un proceso un poco mas lento en la creacion de los juegos	0,3	1	0,3
TOTAL		1		2,3

Tabla No. 13. Matriz de Evaluación de Factores Internos EFI. **Fuente:** Propia

Por lo que podemos ver en cuanto a la puntuación de la matriz EFI nos damos cuenta que es una organización débil esto se da por lo que es nueva en el mercado y sus procesos no estén desarrollados por completo esto a nivel interno como la empresa está en proceso de creación podríamos decir que esta matriz es más acertada y que esto es lo que tendríamos que entrar a mejorar cuando la empresa esté en funcionamiento.

4. MERCADOS

4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.1.1. Determinación del problema

La principal problemática es identificar los hábitos de consumo de los habitantes o grupo seleccionado que son los Gamer's, los cuales ya se encuentran caracterizados en ciertos aspectos a través de información del DANE y otro tipo de información (cifras, gráficos e información relacionada más adelante). Además es importante considerar que es un subsector en constante crecimiento tanto a nivel mundial como a nivel nacional, lo cual hace que sean una población variada y posiblemente con hábitos de consumo distintos.

4.1.2. Objetivos general y específico

Objetivo General

Analizar el mercado en el cual se encuentra incluido PK'GAMES; análisis que nos brindará las bases para la creación de estrategias directas que nos permitan lograr la viabilidad y el desarrollo del proyecto en cuestión.

Objetivos Específicos

- Identificar la situación problema a la cuál daremos solución con la creación de nuestra empresa.
- Determinar los hábitos de consumo y comportamiento de la nuestros potenciales clientes.
- Establecer nuestro grupo objetivo consumidor, precios y condiciones, distribución y perfil del producto a través de los resultados a obtener.
- Examinar las posibles y existentes debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que comprenden el mercado del desarrollo de videojuegos en general.

4.1.3. Tipo y técnica

Tipo de Investigación

Exploratoria

La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada, es decir, un nivel superficial de conocimientos³⁶.

Esta investigación tiene como propósito complementar o hacer una posible reformulación de la hipótesis anteriormente presentada, puesto que nos permitirá recolectar información adicional para las bases de la investigación de mercados a realizar.

Para el desarrollo de esta investigación se buscará explorar los diferentes hábitos de consumo de nuestra población objetivo, denominada “Gamer’s”, pues con ello tendremos una visión más detallada y evidenciada del potencial de aceptación que tendría nuestro proyecto.

³⁶ Tipos de investigación; Exploratoria. Recuperado el 29 de abril de 2016 de:
http://planificaciondeproyctosemirarismendi.blogspot.com.co/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html

Descriptiva

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

En este tipo de investigación se señalan los datos obtenidos y la naturaleza exacta de la población de donde fueron extraídos. Una vez identificada la población con la que se trabajará, entonces se decide si se recogerán datos de la población total o de una muestra representativa de ella. El método elegido dependerá de la naturaleza del problema y de la finalidad para la que se desee utilizar los datos.

Técnica

Cuantitativa

Esta técnica de investigación es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantificables acerca de variables importantes para el estudio de nuestro mercado, para establecer una relación entre ellas y que así aporten información al comportamiento de nuestro subsector. Este tipo técnica nos permite tener una medición exacta, controlada, objetiva y con datos sólidos.

En este caso utilizaremos una técnica cuantitativa, no experimental, con análisis exploratorio a través del instrumento de la encuesta social que se basa en las declaraciones verbales de población concreta.

4.1.4. Muestra y muestreo

Ya que desconocemos el tamaño de la población se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

En dónde:

z = nivel de confianza,

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

e = error máximo admisible en términos de proporción

Para el caso PK Game's se tomaron los siguientes valores:

Nivel de confianza (z) = 1,96

Probabilidad de éxito (p) = 80%

Probabilidad de fracaso (q) = 20%

Error máximo admisible (e) = 5,5%

$$n = \frac{1,96^2 \times 80\% \times 20\%}{5,5\%^2} = 203,19$$

4.1.5. Diseño instrumentos

El instrumento a utilizar, previamente definido por el tipo y la técnica de investigación, es la encuesta social. A continuación se encuentra el formato de dicha encuesta:

FORMATO DE ENCUESTA

“Primero que todo me permito presentarme soy Jaime Parra estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Piloto de Colombia, la siguiente encuesta se realizará con fines académicos lo cual me permitirá evidenciar características del comportamiento de consumo de los Gamers.”

1) Género:

Femenino Masculino

2) Seleccione el rango de edad en el que se encuentra:

- a) 10 – 15 años.
- b) 16 – 20 años.
- c) 21 – 30 años.
- d) Más de 30 años.

3) ¿Los videojuegos hacen parte de su vida cotidiana?

- a) Sí.
- b) No.
- c) Algunas veces.

- 4) ¿Cuánto tiempo dedica a los Videojuegos?
- a) Entre 1 – 2 Horas.
 - b) Entre 3 – 4 Horas.
 - c) Más de 4 Horas.
- 5) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un buen videojuego?
- a) \$10.000 a \$100.000
 - b) \$100.000 a \$200.000
 - c) Más de \$200.000
 - d) Nada
- 6) ¿Qué consolas tiene?
- Xbox
 - PlayStation
 - Nintendo
 - PC
- 7) ¿En cuál prefiere jugar?
- a) Xbox
 - b) PlayStation
 - c) Nintendo
 - d) PC
- 8) ¿Al momento de elegir juegos por que se guía más?
- a) Graficas del Juego
 - b) Historia del Juego
 - c) Jugabilidad
 - d) Innovación

9) ¿Qué le gustaría que saliera a la venta en Videojuegos?

() Juegos de Rol (RPG).

() Juegos de Acción.

() Juegos de Estrategia.

() Juegos de Aventura.

10) ¿Le gusta que los juegos estén en constante actualización?

a) Sí.

b) No.

11) ¿Estaría dispuesto a donar por tener objetos especiales en un juego?

a) Sí.

b) No.

12) ¿Cómo suele conseguir los videojuegos?

a) Comprados

b) Prestados

c) Internet

4.1.6. Recursos

Las encuestas se realizaron vía internet, por lo tanto para la realización de estas solo fue necesario contar con un equipo o dispositivo con acceso a la red como un computador, una red de internet sea banda ancha o Wi-Fi que brindara cobertura y

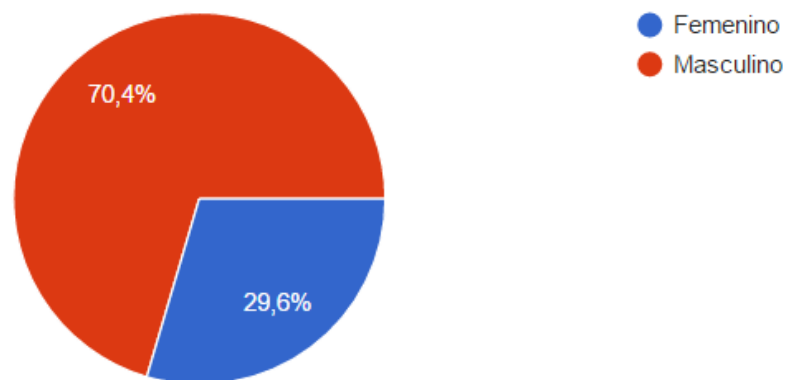
por último una cuenta en Google, ya que a través de este se realizó el formulario de encuesta tratado.

4.1.7. Trabajo de campo

El formato de encuesta realizado se dispuso para la comunidad Gamer, a través de los números grupos o páginas que existen en las redes sociales tales como Facebook y en las cuales tendrá un alcance bastante amplio. La encuesta está abierta al público desde hace 8 días, tiempo durante el cual se recibieron 203 respuestas, información suficiente y pertinente para nuestro estudio de mercados, según el tamaño de muestra hallado.

4.1.8. Análisis, conclusiones y recomendaciones

1) Genero (203 respuestas)



Grafica 1. Fuente: Del autor.

Análisis

De nuestro total de encuestados (203) el número correspondiente al género masculino fue mayor con un 70,4 % (143) y el género femenino obtuvo un 29,6% (60).

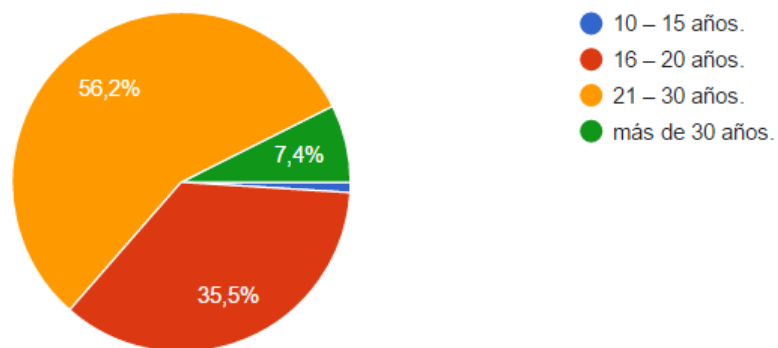
Conclusiones

La comunidad Gamer se compone en su mayoría de personas del género masculino, según los resultados obtenidos.

Recomendaciones

El diseño de los videojuegos debe ir dirigido según los gustos del género masculino, sin embargo se deben crear estrategias apuntando a incrementar también la participación del género femenino en nuestras ventas.

2) Seleccione el rango de edad en el que se encuentra. (203 respuestas)



Grafica 2. Fuente: Del autor.

Análisis

El rango de edad de mayor participación fue el de 21 a 30 años con 56,2% (114) seguido de 16 a 20 años con 35,5% (72), más de 30 años con 7,4% (15) y por último 10 a 15 años con 1% (2).

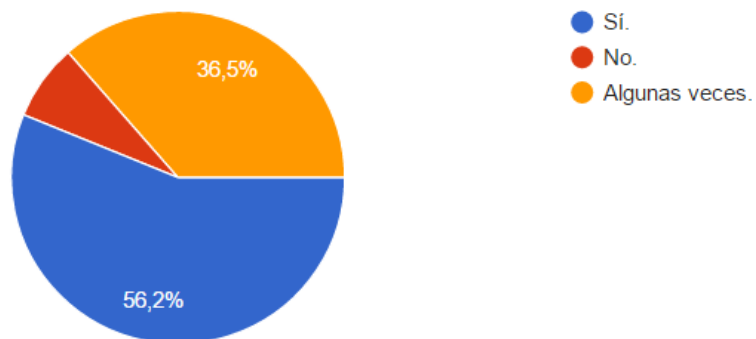
Conclusiones

Hombres y mujeres Gamer's se encuentran entre los 16 y los 30 años en su mayoría.

Recomendaciones

Se debe realizar una correcta segmentación del mercado para adecuar el producto según las diferentes combinaciones de Género-Edad posibles.

3) ¿Los videojuegos hacen parte de su vida cotidiana? (203 respuestas)



Grafica 3. Fuente: Del autor.

Análisis

Le preguntamos a nuestros encuestados si los videojuegos hacían parte de su vida cotidiana y la mayoría de ellos respondieron que sí con un 56,2% (114), luego Algunas veces con un 36,5% (74) y por último No con un 7,4% (15).

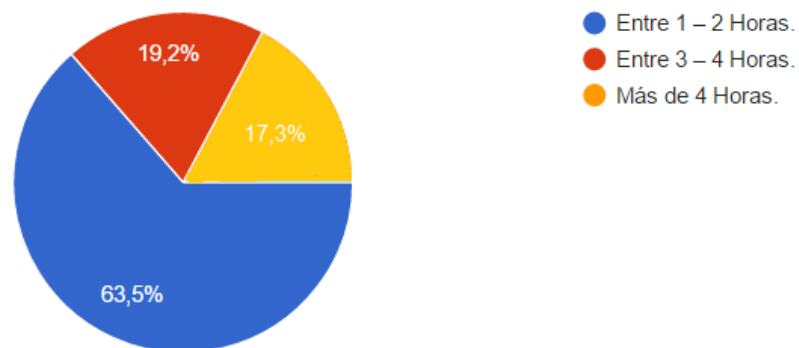
Conclusiones

Los videojuegos hacen parte de la vida cotidiana de los encuestados, quienes en su mayoría dedican de 1-2 horas al día, e incluso hasta más de 4 horas. En general se tiene una gran acogida por el público, este no es un producto que esté en la etapa de inicio sino en la etapa de crecimiento.

Recomendaciones

Sin embargo ya que en nuestra muestra no se denota una predominancia absoluta de la respuesta sí (hace parte de la vida cotidiana), se debe realizar una propuesta de valor innovadora que cautive la atención de cualquier persona del común que desee jugar videojuegos.

4) ¿Cuánto tiempo dedica a los Videojuegos al día? (203 respuestas)



Grafica 4. Fuente: Del autor.

Análisis

El 63,5% (129) dedican entre 1-2 horas a los videojuegos al día, mientras que el 19,2% (39) dedica entre 3-4 horas y el 17,3% (35) dedica más de 4 horas al día.

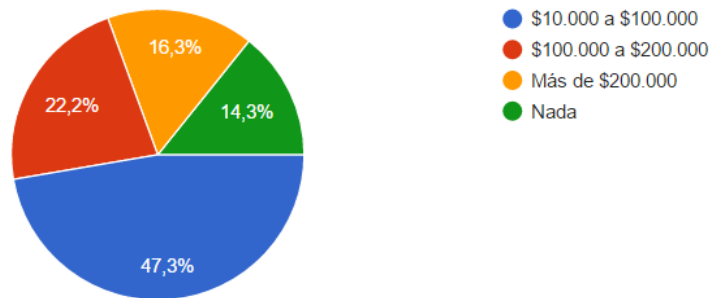
Conclusiones

Se evidencia la participación de los individuos en los videojuegos, siendo una actividad que hacen por distracción, a la cual dedican bastantes horas de práctica; esta es una característica primordial de todo Gamer.

Recomendaciones

Incentivar a aquellos que dediquen tiempo extra dentro del videojuego, para que así a futuro sienta la necesidad de seguir con nuestra línea de productos y se convierta en un cliente fiel.

5) ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un buen videojuego? (203 respuestas)



Grafica 5. Fuente: Del autor.

Análisis

En cuanto a precios el 47,3% (96) estaría dispuesto a pagar entre \$10.000 y \$100.000, por otro lado el 22,2% (45) entre \$100.000 y \$200.000, el 16,3% (33) más de \$200.000 y por último, el 14,3% (29) solo obtendría una versión gratuita del videojuego.

Conclusiones

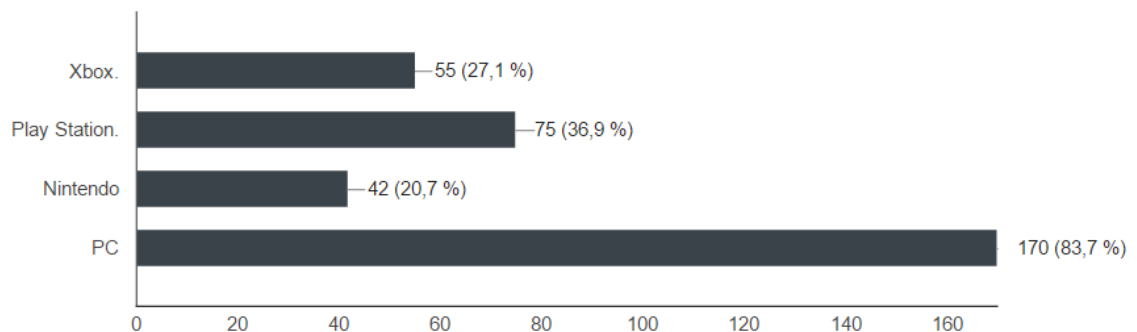
Según los resultados, el rango de precios que aceptaría el cliente se encuentra entre \$10.000 y \$200.000, con productos incluso de más \$200.000.

Lastimosamente existe una cultura del no pago de algunas personas que sólo se conforman con disponer de la versión gratuita de los juegos, evidenciada en el 14,3% de la muestra.

Recomendaciones

El rango de precios debe situarse entre los \$10.000 y \$200.000, contando sin embargo con productos especiales incluso de más \$200.000. Al realizar un producto llamativo y con un rango de precios más asequible se promueve la obtención de la versión completa (paga) del videojuego.

6) ¿Qué consolas tiene? (203 respuestas)



Grafica 6. Fuente: Del autor.

Análisis

En esta pregunta con respuesta tipo casilla de verificación, le pedimos a los encuestados que seleccionaran las consolas que poseen, obteniendo así un 83,7% (170) para PC, un 36,9% (75) para Play Station, un 27,1% para Xbox y un 20,7% (42) para Nintendo.

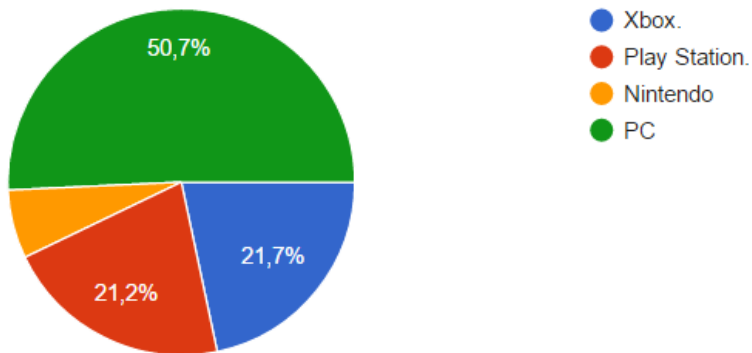
Conclusiones

La consola que más tienen los encuestados es el PC o computador personal, ya sea portátil, o de escritorio. Esto concuerda con lo predispuesto al inicio ya que se tenía planteado el diseño del videojuego para computador.

Recomendaciones

No hay que dejar de un lado los otros tipos de consolas que también suman un gran porcentaje entre todas ellas, por tal razón a medida que se alcance un mayor reconocimiento de la compañía y una estabilidad financiera, se piensa en ampliar dicho aspecto, desarrollando el videojuego para las demás consolas.

7) ¿En cuál prefiere jugar? (203 respuestas)



Grafica 7. Fuente: Del autor.

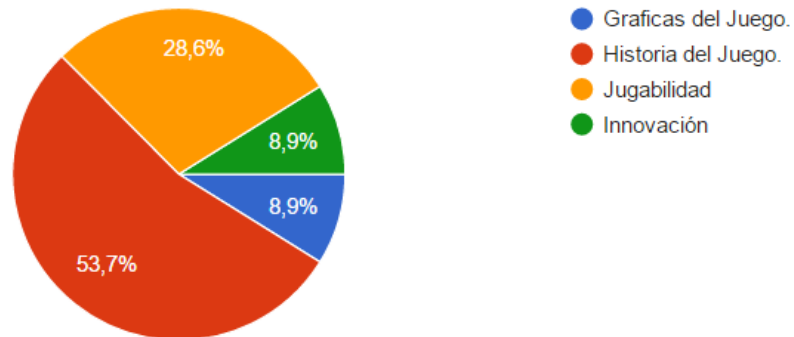
Análisis

En cuanto a la preferencia de uso consolas los resultados fueron: PC con un 50,7% (103), Xbox con un 21,7% (44), Play Station con un 21,2% (43) y Nintendo con 6,4% (13).

Conclusiones y Recomendaciones

Se complementan los resultados de la anterior pregunta con esta.

8) ¿Al momento de elegir juegos por que se guía más? (203 respuestas)



Grafica 8. Fuente: Del autor.

Análisis

Con un 53,7% (109) encabeza la lista la Historia del juego, seguido de Jugabilidad con un 28,6% (58), por último Innovación y Gráficas del juego cada una con un 8,9% (18).

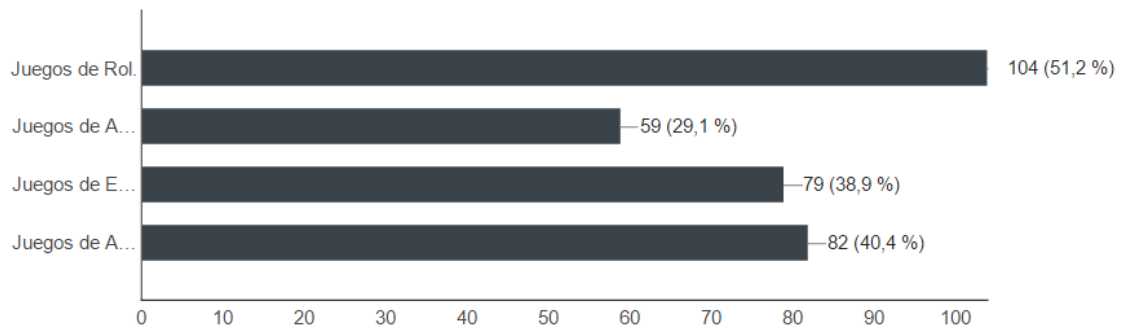
Conclusiones

La historia del juego es la característica por la cual se guían más a la hora de elegir un videojuego.

Recomendaciones

El proceso creativo de la historia y los personajes del juego, es de vital importancia y por lo tanto dicho proceso debe tener la duración suficiente y pertinente para cumplir con las expectativas del cliente, todo esto basado también en el estudio de la ruta crítica realizado.

9) ¿Qué le gustaría que saliera a la venta en Videojuegos? (203 respuestas)



Grafica 9. Fuente: Del autor.

Análisis

En esta pregunta con respuesta tipo casilla de verificación los resultados fueron: Juegos de Rol con un 51,2% (104), Juegos de Acción con un 29,1% (59), Juegos de Estrategia 38,9% (79) y Juegos de Aventura con 40,4% (82).

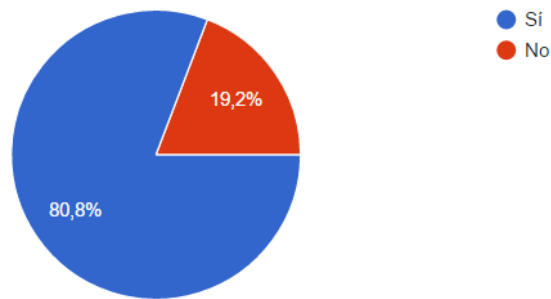
Conclusiones

Los juegos de Rol (RPG) son aquellos que tendrían mejor acogida de acuerdo a las preferencias del cliente acerca de lo que salga a la venta.

Recomendaciones

Tal como se pensó con anterioridad el producto será un videojuego de Rol ó RPG, el cual por sí solo tiene un gran respaldo, sin embargo la combinación de este tipo con algunas otras clasificaciones le darán un valor agregado que satisfará las necesidades y expectativas por encima de lo esperado por el cliente.

10) ¿Le gusta que los juegos estén en constante actualización? (203 respuestas)



Grafica 10. Fuente: Del autor.

Análisis

Para actualización de los juegos un 80,8% (164) prefiere que SÍ se actualicen constantemente y un 19,2% (39) prefiere que NO.

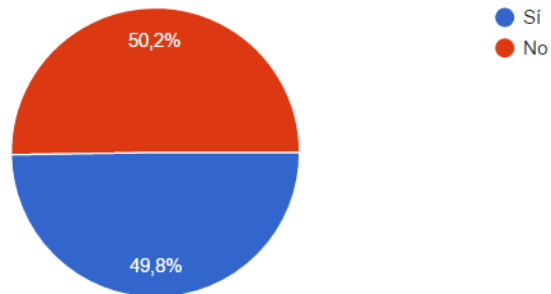
Conclusiones

Los jugadores prefieren que los juegos estén en constante actualización.

Recomendaciones

Los videojuegos deberán estar en constante actualización. Una vez puestos en funcionamiento en la plataforma, se deberá realizar un seguimiento constante para realización de mejoras y actualizaciones.

11) ¿Estaría dispuesto a donar por tener objetos especiales en un juego?
(203 respuestas)



Grafica 11. Fuente: Del autor.

Análisis

Para la obtención de objetos especiales por medio de donaciones se tienen resultados muy parejos; el SÍ con un 49,8% (101) y el NO con un 50,2% (102).

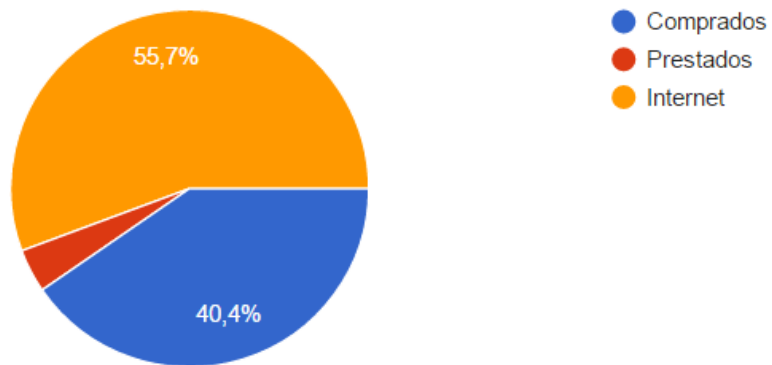
Conclusiones

Ya que los porcentajes de respuesta son tan similares es bastante difícil optar sólo por una de las dos. El resultado es inconcluso.

Recomendaciones

Debido a este tipo de resultado lo más conveniente es estar en un punto medio que satisfaga al cliente. Por lo tanto, los objetos especiales deberán ser opcionales, es decir que su avance en el juego no dependa de ellos. Que el jugador tome la decisión de si quiere o no obtenerlos a través de pago con donaciones.

12) ¿Cómo suele conseguir los videojuegos? (203 respuestas)



Grafica 12. Fuente: Del autor.

Análisis

El 55,7% (113) obtienen los videojuegos vía internet, mientras que el 40,4% (82) los consiguen comprados y el 3,9% (8) restante, prestados.

Conclusiones

El medio por el cual los consumidores obtienen sus videojuegos es vía internet, seguido de comprados (establecimiento).

Recomendaciones

Cumplimos con el medio de distribución que prefiere el cliente que es la obtención vía internet, ya que el videojuego se desarrolla en línea a través de una plataforma, para su mayor comodidad.

5. ESTRATEGIA DE MERCADEO

5.1. OBJETIVOS

5.1.1. De mercadeo

Obtener una amplia participación en el mercado de los videojuegos, expandiendo nuestro grupo objetivo de consumidor manteniendo los precios constantes y/o a la alza; lo cual nos permite mejorar la rentabilidad del producto para así lograr incrementar cuota de mercado relativa. Mantener el producto en un alto estándar y control de calidad para subir el nivel de retención de clientes.

5.1.2. De ventas

Incrementar el ingreso de ventas en un 14% al segundo año y mantener un crecimiento variable aproximadamente del 4% anual.

Con un rango de precios de nuestros productos (videojuegos) fijado por la investigación de mercados entre \$100.000 y \$200.000. Y contando los ingresos proporcionados por la obtención de objetos especiales en el juego a través de donaciones basados en los precios que maneja nuestra principal compañía competidora Blizzard³⁷ se realizó una proyección operativa de ingresos a seis años. Cabe resaltar que al estar montado sobre una plataforma en línea, el producto se venderá también a nivel internacional.

³⁷ Blizzard, Tienda de la compañía, Recuperado el 08 de mayo de 2016 de: <https://eu.battle.net/shop/en/product/game/wow>

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames							
PROYECCION OPERATIVA INGRESOS - COSTOS FIJOS Y VARIABLES A CINCO AÑOS (Desde Casa)							
PKGames							
	0	1	2	3	4	5	6
CALCULO INGRESOS Y COSTOS							
Proporción aumento ventas			14%	18%	22%	26%	30%
Proporción aumento costos			8%	10%	12%	14%	16%
Proporción aumento gastos			6%	8%	10%	12%	14%
INGRESOS		\$ 600.000.000,00	\$ 684.000.000,00	\$ 807.120.000,00	\$ 984.686.400,00	\$ 1.240.704.864,00	\$ 1.563.288.128,64
Juego		\$ 600.000.000,00	\$ 684.000.000,00	\$ 807.120.000,00	\$ 984.686.400,00	\$ 1.240.704.864,00	\$ 1.563.288.128,64
COSTOS Y GASTOS FIJOS		\$ 392.650.263,60	\$ 308.681.133,55	\$ 339.549.246,91	\$ 380.295.156,54	\$ 433.536.478,45	\$ 494.231.585,43
Sueldos		\$ 257.135.864,40	\$ 277.706.733,55	\$ 305.477.406,91	\$ 342.134.695,74	\$ 390.033.553,14	\$ 444.638.250,58
Recursos Propios		\$ 54.366.959,52	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Propiedad Intelectual		\$ 36.244.639,68	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendos		\$ 24.000.000,00	\$ 25.920.000,00	\$ 28.512.000,00	\$ 31.933.440,00	\$ 36.404.121,60	\$ 41.500.698,62
Preinversión		\$ 2.800.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Planta y Equipo		\$ 13.422.800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios		\$ 4.680.000,00	\$ 5.054.400,00	\$ 5.559.840,00	\$ 6.227.020,80	\$ 7.098.803,71	\$ 8.092.636,23
Licencias		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ESPERADA		-	207.349.736	375.318.866	467.570.753	604.391.243	807.168.386
							1.069.056.543

Tabla No. 14. Proyección de Ventas. **Fuente:** Propia

5.1.3. De comunicación

Posicionar la marca PK Game's dentro de la comunidad Gamer y público interesando en general, gracias a la alta aceptación y reconocimiento de nuestro producto en diferentes medios publicitarios, redes sociales y eventos de videojuegos como lo son SOFA, Festigame, Retrogame, Campus Party, entre otros.

5.2. GRUPO OBJETIVO – CONSUMIDOR

Personas a nivel mundial entre los 16 y 30 años, con poder adquisitivo propio o familiar, interesados en disfrutar una nueva experiencia a nivel de videojuegos.

5.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS



PK Game's brinda a sus clientes una total y reconfortante experiencia en el mundo de los videojuegos de tipo RPG a través de un videojuego innovador y genuino que reúne el mundo mítico, los personajes de fantasía, los poderes extraordinarios y la posibilidad de aplicar las habilidades/destrezas del jugador y no las que el personaje adquiere durante el juego.

5.4. PRECIOS Y CONDICIONES

El precio que se implementará es un precio de paridad puesto que manejaremos un rango de precios como los de la competencia. Al ser un producto de servicio y en especial como los videojuegos no hay una necesidad de competir con precios más económicos. Hay que resaltar que si se manejara una versión free en la que muchos gamers podrán ingresar y probar el producto en este caso el videojuego.

5.5. DISTRIBUCIÓN

La creación de una plataforma en línea permite a PK Game's distribuir el producto tanto a nivel nacional como internacional.

5.6. COMUNICACIÓN

5.6.1. Estrategia Creativa



Primero que todo para realizar la estrategia creativa usare el modelo Brand equity dentro del cual se podrá mirar la conceptualización estratégica y la estrategia creativa.

Brand equity - Modelo de Construcción de Marca

Es modelo es “el valor que tiene una marca desde un punto de vista de la capacidad de generar más ventas gracias a su notoriedad. Es decir, si la marca no fuera tan notoria, los consumidores tenderían a comprar menos sus productos y

servicios. Por lo tanto, el Brand Equity es una función de la elección del consumidor en el mercado y en consecuencia, podría ser adoptado como un indicador de ventas a largo plazo³⁸.

Primero que todo entraremos a realizar la conceptualización de la estrategia creativa, por tal motivo desarrollaremos los siguientes aspectos; Atributo, Beneficios, Valor de marca y Personalidad.

ATRIBUTOS

PKGames a diferencia de la competencia ofrecerá diversas cualidades que se tendrán en cuenta para los posibles clientes estas serán:

- Cuentas Free.
- Sistema de usuarios Premium.
- Sistema de donaciones.

BENEFICIOS

- PKGAMES implementará dentro de su plataforma un sistema en el que los usuarios Free puedan disfrutar sin necesidad de pago alguno por el juego y a su vez tendrán la oportunidad de interactuar con los usuarios Premium.
- PKGAMES a su vez sistema de usuarios Premium los cuales tendrán acceso total a todos los aplicativos y características del Juego por su puesto estos usuarios tendrán beneficios que no podrán tener los usuarios Free.
- El Sistema de donaciones que se implementará dentro del juego podrá ser usado tanto por usuarios Free como Premium estos podrán acceder a una

³⁸Republica del Branding, F (2012), **¿Qué es el Brand Equity y para qué sirve?**, Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <https://republicadelbranding.wordpress.com/2012/07/09/que-es-el-brand-equity-y-para-que-sirve/>

tienda donde habrá una gran variedad de artículos y beneficios dentro del juego tan solo por unos pocos dólares.

VALORES DE MARCA

FÍSICO

En cuanto a lo físico al no ser un producto tangible se considerará como físico la interfaz gráfica y los personajes ya que dependiendo de la calidad de las gráficas los potenciales consumidores se interesarán por el producto que en este caso sería el juego. A continuación mostraremos unos ejemplos de otras empresas que tienen gráficas totalmente magníficas.



Figura 29. Lineage 2 Infinite Odyssey. Fuente: <http://www.lineage2.com/en/media/screenshots/8.php>



Figura 30. Blizzard. Fuente: <http://us.blizzard.com/en-us/games/mists/>



Figura 29. Counter Strike. Fuente: <http://steamcommunity.com/app/730/screenshots/>

RACIONAL

Según un estudio realizado por la Universidad de Michigan³⁹ El uso de los videojuegos proporciona 12 beneficios los cuales se mencionarán a continuación:

1. **Los videojuegos pueden fomentar la creatividad.** Un estudio realizado por la Universidad de Michigan afirma que los niños que juegan en consolas tienden a ser más originales a la hora de crear.
2. **Ayudan a mejorar la visión.** La Universidad de Nottingham descubrió que algunos de estos juegos logran en una hora los mismos resultados que los parches oculares en 400 horas. Por los estallidos de acción, las múltiples perspectivas y los pequeños detalles, los ojos tienen que adaptarse a lo que ven rápidamente, haciendo más fuertes los músculos oculares⁴⁰.
3. **El cerebro literalmente crece.** Un estudio dirigido por Simone Kühn, científico del Instituto Max Planck para el Desarrollo Humano, en el que adultos jugaban Súper Mario diariamente en un periodo de ocho semanas, mostró que en estas personas (comparadas con quienes no jugaron) la materia gris había aumentado. Y entre más materia gris se tenga, mayor será el control sobre los músculos, su comunicación y sus emociones.
4. **Mejoran la toma decisiones.** Quienes han jugado, por ejemplo, Resident Evil, saben que esto es más que cierto. La rapidez con la que deben tomarse decisiones durante un juego, beneficia directa y positivamente la vida real.
5. **Mejoran la capacidad de atención.** Además de esto, también ayudan a incrementar habilidades de conducción y aptitudes multi-tarea.
6. **Aumentan la habilidad y el hábito de lectura.** Los videojuegos requieren un alto nivel de concentración y esto afecta positivamente la capacidad de lectura.
7. **Mejoran la memoria.** Algunos investigadores están utilizando los juegos de video en distintos programas, ya que ayudan a detener el declive cognitivo

³⁹ Michigan State University, F (2011), **VIDEO GAME PLAYING TIED TO CREATIVITY**, Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <http://cartelurbano.com/noticias/12-beneficios-de-los-videojuegos>

⁴⁰ Cartel Urbano, F (2014), **12 Beneficios de los videojuegos**, Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <http://cartelurbano.com/noticias/12-beneficios-de-los-videojuegos>

que viene con el envejecimiento. Siga jugando a ver si se acuerda dónde carajos dejó las llaves de la casa.

8. **Reducen el dolor.** Un investigador se encargó de realizar un estudio en el que un puñado de voluntarios corrían carreras de autos virtuales mientras se les infligía dolor. Los conejillos de indias que estaban pegados a la pantalla no sentían tanto dolor. Es que jugar Play quita el hambre, el sueño y, por lo que vemos, también el sufrimiento.
9. **Personas más felices.** No es mentira que a uno se le quita el malgenio con dos partidas de Call of Duty. Además, los juegos de fantasía pueden ayudar a las personas que sufren de depresión.
10. **Mejoran el desempeño de los empleados.** Agarre su consola, llévesela para la oficina y dígale a su jefe que la Universidad de Colorado School Denver Business encontró, en una reciente investigación, que el uso de videojuegos, gracias a las tramas y acertijos, ayudan en la retención de información a la hora de capacitarse. Que lo digan las agencias de publicidad, lugares en los que no puede faltar un Play con la última versión de Fifa⁴¹.
11. **Fortalece lazos familiares.** Investigadores de la Universidad Brigham Young, afirmaron que las niñas que juegan videojuegos en compañía de sus padres se conectan más con su familia y, además, tienen mejor salud mental que las que juegan solas.
12. **Reduce el estrés.** Después de un estudio realizado por el profesor Christopher Ferguson, personas que jugaron un videojuego violento llegaron a un estado final de calma y relajación, con el mejor ánimo, ya que estos simuladores ayudan a expresar rabia y negatividad a través de un personaje ficticio⁴².

EMOCIONAL Y ESPIRITUAL

Alrededor de todo el mundo desde una décadas atrás hacia la actualidad los videojuegos han hecho parte de la infancia y adolescencia de una gran parte de la población, tanto así que han perdurado en la vida cotidiana de estos niño que hoy

⁴¹ Cartel Urbano, F (2014), **12 Beneficios de los videojuegos**, Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <http://cartelurbano.com/noticias/12-beneficios-de-los-videojuegos>

⁴² Cartel Urbano, F (2014), **12 Beneficios de los videojuegos**, Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <http://cartelurbano.com/noticias/12-beneficios-de-los-videojuegos>

en día son adultos, recordándoles los gratos momentos que pasaron mientras vivían la experiencia de jugar. Cabe decir que los videojuegos unen familias ya que se convierten en un espacio donde pueden compartir tiempo los hermanos, primos, amigos y en ocasiones los padres.

PERSONALIDAD DE MARCA

Primero que todo vamos a hablar acerca de qué es la personalidad: “es un conjunto de características emocionales y asociativas conectadas a una empresa o marca. Estas modelan la forma en la que las personas sienten e interactúan con una empresa. Con frecuencia la personalidad de marca refleja la personalidad de su base de clientes objetivo. Las marcas pueden tener una variedad de tipos de personalidades y, si no se definen, estas podrían cambiar día a día (lo que puede confundir a clientes y usuarios)⁴³”.

Actualmente PKGAMES no tiene una personalidad de marca ya que no se encuentra constituida legalmente o esté en funcionamiento y con productos en el mercado. Por tal razón se procederá a realizar la personalidad de marca con base en las 5 dimensiones de la personalidad de marca:

Sinceridad (Se refiere a las marcas que son honestas, auténticas y alegres)

En la actualidad **PKGAMES** no posee productos que se encuentren en el mercado, sin embargo se considera que va a ser una empresa auténtica ya que se van a crear juegos innovadores con los que los usuarios se sientan identificados y tengan una empatía hacia ellos.

Emoción (Enseña rasgos como ser audaz, enérgico, imaginativo y vanguardista)

⁴³ Staff Creativa, Cómo crear la personalidad de tu marca, Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <http://www.staffcreativa.pe/blog/personalidad-de-marca/>

Se podría decir que la imagen de la empresa aún no se ha consolidado en el mercado por una razón la cual es que no se ha lanzado el primer producto al público ya que se encuentra en proceso de constitución. Por esta razón no se podría definir frente a la competencia una imagen que nos identifique.

Competencia (Fiabilidad, inteligencia, éxito, responsabilidad, seriedad y eficiencia)

Actualmente el equipo creativo el cual diseñará la historia del juego cuenta con una alta capacidad para innovar y realizar un tipo de historia que pueda competir con grandes juegos. **Ya que su experiencia no solo es de Gamer's sino también tiene un alto conocimiento tanto cultural como intelectual y lo más importante una mente abierta a nuevas ideas.**

Sofisticación (Rasgos como el encanto, el glamour, la pretensión y el romance)

La sofisticación será un factor determinante ya que los productos deben ser innovadores, llamativos, que atraigan al público no solo por sus diseños gráficos sino también por la historia.

Robustez (Están relacionados con la solidez de la empresa)

La solidez se dará con el tiempo ya que como hasta ahora comenzará a incursionar en la industria tendrá un largo camino por recorrer que estará lleno de éxito como fracaso.

5.6.2. Plan de medios

Divulgación asertiva a través de internet, show rooms, ferias y cualquier evento relacionado con la promoción de videojuegos que promueva la recordación de marca y la exposición de nuestro producto a nivel nacional e internacional.

Vía internet: divulgación de videoclips acerca de nuestra compañía dando a conocer los atributos de nuestros productos.

Presencia en show rooms, ferias y demás eventos sobre videojuegos: Muestra al público de nuestro producto, tanto visual como práctica, es decir se le dará la oportunidad al jugador de probar el videojuego con una versión demo diseñada exclusivamente para la presentación en dichos eventos como lo son: SOFA, Festigame, Retrogame, Campus Party, entre otros.

5.6.3. Control

Se realizará un informe del alcance, número de likes y dislikes, comentarios de nuestras publicaciones en internet. Al finalizar cada evento les pediremos a los participantes calificar el producto y dar a conocer qué les gustó y qué no específicamente del mismo.

5.7. PLAN DE ACCIÓN

5.7.1. Cronograma – planeación – ejecución

Como tal no se ha establecido fechas exactas para la ejecución de los procesos, pero si se cuenta con un esquema de fases a seguir, y una ruta crítica que permite establecer una duración aproximada de cada una de ellas:

1. Fase creativa y de diseño
2. Creación e implementación de la plataforma
3. Montura del juego dentro de la plataforma por los programadores
4. Pruebas preliminares del funcionamiento del juego
5. Lanzamiento oficial en alguna de los eventos mencionados
6. Divulgación y promoción vía internet y presentación en demás eventos
8. Seguimiento y control del impacto del producto
9. Si es necesario, mejoramiento del producto e implementación de estrategias de mercadeo para el relanzamiento de las mejoras realizadas.

5.7.2. Controles, evaluación

Para nuestros clientes siempre vamos a tener disponible y en línea una pequeña encuesta de satisfacción con el producto adquirido que podrán responder y enviar automáticamente a los servidores de nuestra empresa, nos permitirá saber tanto el nivel de satisfacción como las respectivas sugerencias del cliente en cuestión.

SONDEO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



Producto a evaluar:	
Nivel de satisfacción: (4)-Totalmente satisfecho (3)-Satisfecho (2)-Insatisfecho (1)-Totalmente insatisfecho	
¿Cuál es su queja? (Que no va bien)	
¿Cuál es su sugerencia? (Que se podría mejorar y cómo)	

Tabla No. 15. Sondeo de satisfacción del cliente. **Fuente:** Propia

6. ESTUDIO TECNICO

6.1. LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

Hecho por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames				
PRESUPUESTO				
CONCEPTO	TIPO	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Oficina (Apartamento)	Mes	\$ 2.000.000	12	\$ 24.000.000
Adecuación	Fijo	\$ 3.000.000	1	\$ 3.000.000
Aspectos Legales		\$ 500.000		\$ 500.000
TOTAL				\$ 27.500.000

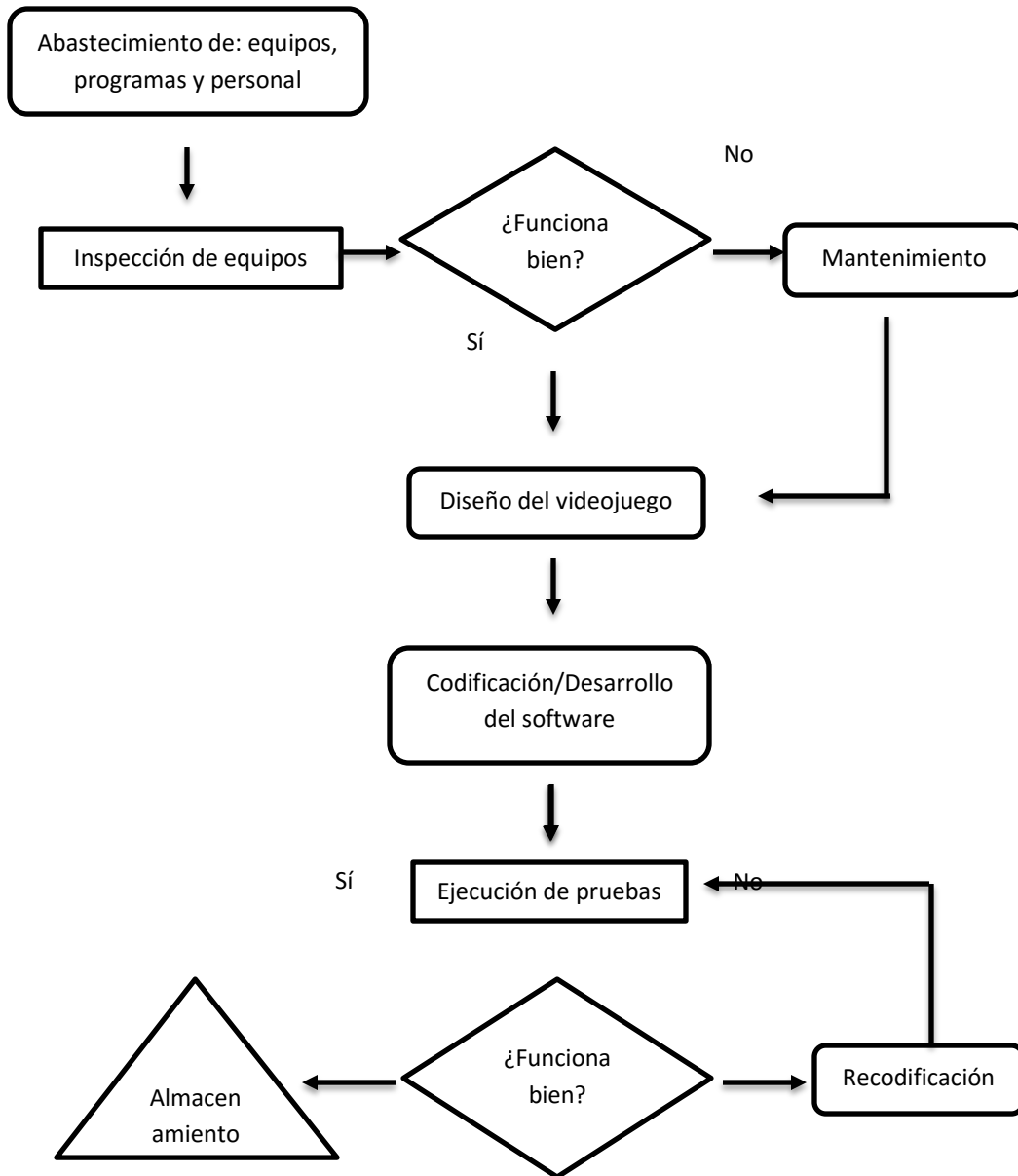
Tabla No. 16. Presupuesto de Localización. **Fuente:** Propia

6.2. FICHA TÉCNICA

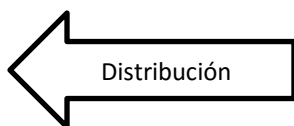
FICHA TÉCNICA DEL VIDEOJUEGO	
Desarrollador	PK GAME'S
Distribuidor	PK GAME'S
Idioma	Inglés/Español
Plataforma	PC
Año de Lanzamiento	Por definir
Género	RPG
Temática	Histórico
Clasificación	+12años
Número de Jugadores	Multijugador Online

Tabla No. 17. Ficha técnica del producto. **Fuente:** Propia

6.3. PRODUCCIÓN (PROCESS)



6.4. TAMAÑO DEL PROCESO



No.	Actividad	Predecesora	a	m	b	Tiempo Esperado	Varianza
1	Creación de historia y personajes	-	2	5	12	5,667	2,778
2	Preparar estimaciones de costos	-	0,5	1,5	5	1,917	0,563
3	Construcción de la plataforma	1	1,5	3	4	2,917	0,174
4	Preparación y adecuación del diseño	1	1	4	11	4,667	2,778
5	Diseño y modelamiento de personajes, por los diseñadores gráficos	1	1,5	3	4	2,917	0,174
6	Diseño y modelamiento de entornos, por los diseñadores gráficos	3	1,5	2	2,5	2,000	0,028
7	Ensamblaje de personajes y escenario por programadores	4	1,5	3	4,5	3,000	0,250
8	Hacer pruebas preliminares del juego	2,5	1	3,5	7,5	3,750	1,174
9	Preparar la asignación de precio y reporte de pronóstico	8	0,5	2	2,5	1,833	0,111
10	Preparar reporte final	6,7,9	1	2	3	2,000	0,111

Tabla No. 18. Datos para calcular Ruta crítica. **Fuente:** Propia

Tiempo optimista (a)

Tiempo probable (m)

Tiempo pesimista (b)

$$t = a + 4m + b / 6$$

$$\text{Varianza} = (b - a / 6)^2$$

No.	Actividad	Tiempo Esperado	Varianza	ES	LS	EF	LF	H	Critica
1	Creación de historia y personajes	5,667	2,778	0	0	6	6	0	Si
2	Preparar estimaciones de costos	1,917	0,563	0	7	2	9	7	
3	Construcción de la plataforma	2,917	0,174	6	10	9	13	4	
4	Preparación y adecuación del diseño	4,667	2,778	6	7	11	12	1	
5	Diseño y modelamiento de personajes, por los diseñadores gráficos	2,917	0,174	6	6	9	9	0	Si
6	Diseño y modelamiento de entornos, por los diseñadores gráficos	2,000	0,028	3	13	11	15	4	
7	Ensamblaje de personajes y escenario por programadores	3,000	0,250	11	12	14	15	1	
8	Hacer pruebas preliminares del juego	3,750	1,174	3	9	13	13	0	Si
9	Preparar la asignación de precio y reporte de pronóstico	1,833	0,111	13	13	15	15	0	Si
10	Preparar reporte final	2,000	0,111	15	15	17	17	0	Si

Tabla No. 19. Datos para calcular Ruta crítica. **Fuente:** Propia

Cálculo de terminar en menos de 20 semanas

X=20 semanas

U= Duración del proyecto

Varianza 2,72

Desviación estándar 1,65

$Z = X - u / \sigma$

$Z = 20 - 17 / 1,65$ 1,82

Por lo tanto la probabilidad es de 0,9656

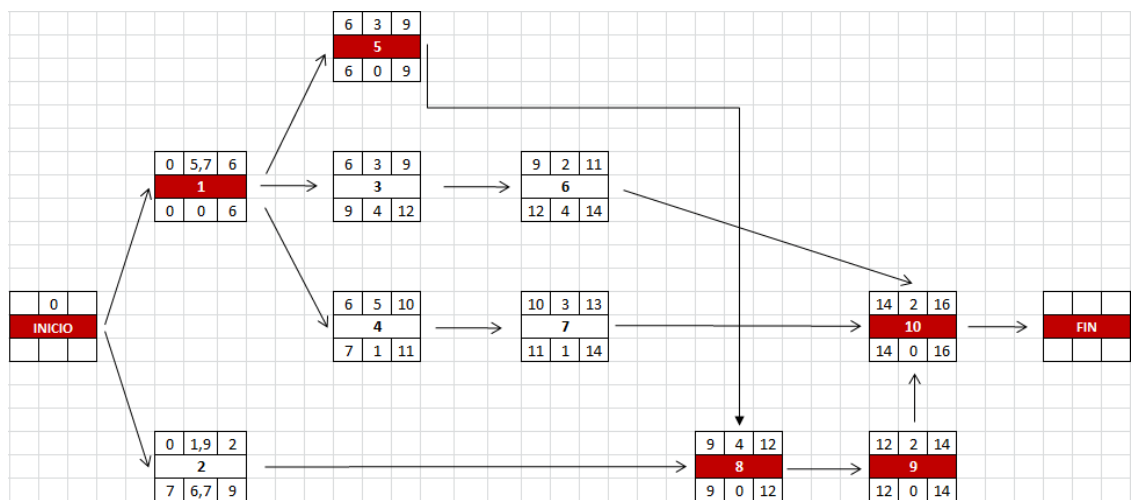


Tabla No. 20. Ruta crítica. Fuente: Propia

6.5. INVENTARIO (INVENTORY)

Es el proceso mediante el cual se da manejo al inventario de producto. (Si aplica)

“NO APLICA”

6.6. MAQUINARIA Y EQUIPO

Maquinaria y Equipo PKGames				
Linux	Unidad	\$ -	4	\$ -
Geomview 1.9.4 - Cpsed 0.4	Unidad	\$ -	3	\$ -
Gigabyte Z77 UD3H	Unidad	\$ 330.000,00	4	\$ 1.320.000
Thermal Take Soprano	Unidad	\$ 180.000,00	4	\$ 720.000
Disco Duro 1000 GB	Unidad	\$ 179.900,00	4	\$ 719.600
Fuente Color Master 550W	Unidad	\$ 193.000,00	4	\$ 772.000
Monitor 22" AOC	Unidad	\$ 445.000,00	4	\$ 1.780.000
Nvidia Geforce 560 GTX	Unidad	\$ 1.073.000,00	4	\$ 4.292.000
Memoria Ram 8 GB DDR3	Unidad	\$ 164.900,00	8	\$ 1.319.200
Muebles y Enceres	Unidad	\$ 2.500.000,00	1	\$ 2.500.000
Total				\$ 13.422.800

Tabla No. 21. Maquinaria y Equipo PKGames. **Fuente:** Propia

6.7. PROPIEDAD INTELECTUAL

Este estudio incluye 2 momentos: propiedad industrial en donde se encuentra por un lado el apartado de registro marcario, nombre comercial, lema comercial y denominación de origen; y por otro lado el apartado de propiedad industrial que incluye, patente, modelo de utilidad, diseño industrial o circuito integrado. Derechos de autor: que incluye software, obras literarias o musicales. Cronograma de dos tiempos.

6.8. CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Luego de un proceso de selección de nuestro equipo de trabajo por parte del departamento de recursos humanos, el paso a seguir es la inducción del nuevo personal, a través de un programa de orientación y entrenamiento.

Esta capacitación les permitirá a nuestros empleados tener las bases del conocimiento de nuestra compañía y los objetivos que nos planteamos, para que así puedan desarrollar sus labores para nuestro beneficio. Dichas capacitaciones serán tomadas en la sede de la empresa y el día será remunerado con total normalidad a los empleados.

El programa de orientación del personal se realizará en las siguientes fases:

- Una breve introducción del negocio donde se buscará familiarizar al empleado con la empresa, sus valores, su misión, su visión, su políticas y sus objetivos.

- Descripción del cargo de cada uno y las labores a desempeñar.

- Se les dará a conocer el tiempo en el cual se espera que se cumplan los procesos (organigrama).

6.9. Estimación de los Gastos Pre – operativos

En este punto se verá el costo y tiempo que se gastará antes de empezar el proyecto de la creación de la empresa.

Actividad	Valor	Tiempo
Plan de Mercadeo	\$ 75.000,00	7 Días
Estudio Técnico	\$ 1.500.000,00	2 Semanas
Estudio Legal	\$ 800.000,00	Un Mes
Estudio Financiero	\$ 350.000,00	15 Días
Total	\$ 2.725.000,00	Dos meses y medio

Tabla No. 22. Pre inversión. **Fuente:** Propia

7. ANALISIS DE IMPACTOS

CADENA DE IMPACTO						
PkGame s						
FACTORES ECONOMICOS	Calificacion 1 - 10	Hecho 0 - 1	Impacto	Alto 10 - 8	Medio 7 - 5	Bajo 4 - 1
Acuerdos de libre comercio	9	0.9	8	X		
Inestabilidad del sector	5	0.6	3			X
Incentivos gubernamentales	4	0.7	3			X
Tasa de interés	6	0.6	4			X
Política cambiaria, Tasa de cambio	8	0.9	7		X	
Competencia global desigual	7	0.8	6		X	
Desarrollo del mercado	8	1	8	X		
Poder Adquisitivo	7	0.9	6		X	
FACTORES SOCIALES, CULTURALES	Calificacion 1 - 10	Hecho 0 - 1	Impacto	Alto 10 - 8	Medio 7 - 5	Bajo 4 - 1
Emprendimiento	7	0.8	6		X	
Seguridad General	7	0.9	6		X	
Educacion	6	0.7	4			X
Cultura	7	0.8	6		X	
Nivel de Empleo	6	0.5	3			X
Indice de Pobreza	4	0.5	2			X
FACTORES TECNOLOGICOS	Calificacion 1 - 10	Hecho 0 - 1	Impacto	Alto 10 - 8	Medio 7 - 5	Bajo 4 - 1
TIC S	7	0.9	6		X	
Modernizacion de Equipos	6	0.8	5		X	
Equipos y Maquinaria	7	0.8	6		X	
Innovacion	8	0.9	7	X		

Tabla No. 23. Cadena de Impacto. Fuente: Propia

8. ESTUDIO FINANCIERO

8.1. EL BALANCE INICIAL

8.2. PROYECCIÓN PRESUPUESTAL

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames					
PRESUPUESTO					
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	
Empleados Trabajo En Oficina					
Diseñadores	Mes	\$ 2.126.149,50	12	\$ 25.513.794,00	
Programadores	Mes	\$ 1.700.919,60	3	\$ 5.102.758,80	
Total				\$ 30.616.552,80	
A 12 Meses	12	\$ 30.616.552,80		\$ 367.398.633,60	
Mantenimiento					
Servicio de agua	Metros2	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000	
servicio de luz	Kilobatios	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000	
servicio de telefono/internet	Variable	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000	
Total				\$ 6.600.000	
Empleados Trabajo desde Casa					
Diseñadores					
Porsentajes Sueldos					
Primer Pago 50%		\$ 7.200.000,00	12	\$ 86.400.000,00	
Segundo Pago 25%		\$ 4.350.000,00	12	\$ 52.200.000,00	
Tercer Pago 25%		\$ 4.350.000,00	12	\$ 52.200.000,00	
Programadores	Mes	\$ 1.700.919,60	3	\$ 5.102.758,80	
A 12 Meses	12	\$ 5.102.758,80		\$ 61.233.105,60	
Total		\$ 21.002.758,80		\$ 257.135.864,40	
Mantenimiento					
Servicio de agua	Metros2	\$ 40.000	12	\$ 480.000	
servicio de luz	Kilobatios	\$ 150.000	12	\$ 1.800.000	
servicio de telefono/internet	Variable	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000	
Total				\$ 4.680.000	

Tabla No. 24. Presupuesto. Fuente: Propia

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames																		
CONCEPTO	PRESUPUESTO OPERATIVO			PRESUPUESTO OPERATIVO PROYECTADO 1			PRESUPUESTO OPERATIVO PROYECTADO 2			PRESUPUESTO OPERATIVO PROYECTADO 3			PRESUPUESTO OPERATIVO PROYECTADO 4			PRESUPUESTO OPERATIVO PROYECTADO 5		
	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	COSTO	CANTIDAD	TOTAL	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Empleados Trabajo En Oficina																		
Diseñadores	\$ 2.126.149,50	12	\$ 25.513.794,00	\$ 2.236.369,09	12	\$ 26.836.429,08	\$ 2.449.547,26	12	\$ 29.394.567,08	\$ 2.476.957,48	12	\$ 29.723.488,51	\$ 2.615.352,48	12	\$ 31.384.229,72	\$ 2.754.090,72	12	\$ 33.049.089,60
Programadores	\$ 1.700.919,60	3	\$ 5.102.758,80	\$ 1.789.095,27	3	\$ 5.367.285,82	\$ 1.879.637,81	3	\$ 5.638.913,43	\$ 1.981.565,90	3	\$ 5.944.697,71	\$ 2.092.281,98	3	\$ 6.276.865,94	\$ 2.203.272,94	3	\$ 6.609.837,74
Total	\$ 30.616.552,80	12	\$ 30.616.552,80	\$ 32.203.714,90	12	\$ 32.203.714,90	\$ 33.833.480,50	12	\$ 406.001.766,01	\$ 35.668.186,24	12	\$ 428.018.234,89	\$ 37.661.075,67	12	\$ 451.932.968,00	\$ 39.658.906,43	12	\$ 475.906.877,15
Mantenimiento																		
Servicio de agua	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000
servicio de luz	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000
servicio de telefono/internet	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000
Total	\$ 6.600.000	12	\$ 6.600.000	\$ 6.600.000	12	\$ 6.600.000	\$ 6.600.000	12	\$ 6.600.000	\$ 6.600.000	12	\$ 6.600.000	\$ 6.600.000	12	\$ 6.600.000	\$ 6.600.000	12	\$ 6.600.000
Empleados Trabajo desde Casa																		
Porsentajes Sueldos																		
Primer Pago 50%	\$ 7.200.000,00	12	\$ 86.400.000,00	\$ 7.573.248,00	12	\$ 90.878.976,00	\$ 7.956.514,93	12	\$ 95.478.170,22	\$ 8.387.977,01	12	\$ 100.655.724,09	\$ 8.856.638,65	12	\$ 106.279.663,78	\$ 9.326.462,33	12	\$ 111.971.547,81
Segundo Pago 25%	\$ 3.600.000,00	12	\$ 43.200.000,00	\$ 3.786.624,00	12	\$ 45.439.488,00	\$ 3.978.257,47	12	\$ 47.739.089,61	\$ 4.193.988,50	12	\$ 50.127.862,05	\$ 4.428.319,32	12	\$ 53.139.831,89	\$ 4.663.231,16	12	\$ 55.958.773,87
Tercer Pago 25%	\$ 3.600.000,00	12	\$ 43.200.000,00	\$ 3.786.624,00	12	\$ 45.439.488,00	\$ 3.978.257,47	12	\$ 47.739.089,61	\$ 4.193.988,50	12	\$ 50.127.862,05	\$ 4.428.319,32	12	\$ 53.139.831,89	\$ 4.663.231,16	12	\$ 55.958.773,87
Programadores	\$ 1.700.919,60	3	\$ 5.102.758,80	\$ 1.789.095,27	3	\$ 5.367.285,82	\$ 1.879.637,81	3	\$ 5.638.913,43	\$ 1.981.565,90	3	\$ 5.944.697,71	\$ 2.092.281,98	3	\$ 6.276.865,94	\$ 2.203.272,94	3	\$ 6.609.837,74
A 12 Meses	\$ 19.502.758,80	12	\$ 234.033.105,60	\$ 203.513.781,82	12	\$ 246.165.381,79	\$ 21.551.943,29	12	\$ 258.623.319,44	\$ 22.720.651,72	12	\$ 272.647.820,66	\$ 23.990.123,24	12	\$ 287.881.478,89	\$ 25.262.742,38	12	\$ 303.152.908,72
Mantenimiento																		
Servicio de agua	\$ 40.000	12	\$ 480.000	\$ 42.074	12	\$ 504.888	\$ 44.203	12	\$ 530.434	\$ 46.600	12	\$ 559.198	\$ 49.204	12	\$ 590.443	\$ 51.814	12	\$ 621.764
servicio de luz	\$ 150.000	12	\$ 1.800.000	\$ 157.776	12	\$ 1.893.312	\$ 165.761	12	\$ 1.989.129	\$ 174.750	12	\$ 2.096.994	\$ 184.513	12	\$ 2.214.166	\$ 194.301	12	\$ 2.331.616
servicio de telefono/internet	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000	\$ 210.268	12	\$ 2.524.416	\$ 221.014	12	\$ 2.652.172	\$ 232.999	12	\$ 2.795.992	\$ 246.018	12	\$ 2.952.213	\$ 259.068	12	\$ 3.108.821
Total	\$ 4.680.000	12	\$ 4.680.000	\$ 4.992.631	12	\$ 5.378.213	\$ 5.171.795	12	\$ 5.571.795	\$ 5.462.195	12	\$ 5.842.195	\$ 5.759.831	12	\$ 6.062.200	\$ 5.958.831	12	\$ 6.302.200

Tabla No. 25. Presupuesto proyectado. Fuente: Propia

Proyección Presupuestal de ingresos, costos, gastos y utilidades

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames							
PROYECCION OPERATIVA INGRESOS - COSTOS FIJOS Y VARIABLES A CINCO AÑOS (Desde Casa)							
PKGames							
CALCULO INGRESOS Y COSTOS	0	1	2	3	4	5	6
Proporción aumento ventas			14%	18%	22%	26%	30%
Proporción aumento costos			8%	10%	12%	14%	16%
Proporción aumento gastos			6%	8%	10%	12%	14%
INGRESOS		\$ 600.000.000,00	\$ 684.000.000,00	\$ 807.120.000,00	\$ 984.686.400,00	\$ 1.240.704.864,00	\$ 1.563.288.128,64
Juego		\$ 600.000.000,00	\$ 684.000.000,00	\$ 807.120.000,00	\$ 984.686.400,00	\$ 1.240.704.864,00	\$ 1.563.288.128,64
COSTOS Y GASTOS FIJOS		\$ 392.650.263,60	\$ 308.681.133,55	\$ 339.549.246,91	\$ 380.295.156,54	\$ 433.536.478,45	\$ 494.231.585,43
Sueldos		\$ 257.135.864,40	\$ 277.706.733,55	\$ 305.477.406,91	\$ 342.134.695,74	\$ 390.033.553,14	\$ 444.638.250,58
Recursos Propios		\$ 54.366.959,52	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Propiedad Intelectual		\$ 36.244.639,68	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendos		\$ 24.000.000,00	\$ 25.920.000,00	\$ 28.512.000,00	\$ 31.933.440,00	\$ 36.404.121,60	\$ 41.500.698,62
Preinversión		\$ 2.800.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Planta y Equipo		\$ 13.422.800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios		\$ 4.680.000,00	\$ 5.054.400,00	\$ 5.559.840,00	\$ 6.227.020,80	\$ 7.098.803,71	\$ 8.092.636,23
Licencias		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ESPERADA	-	207.349.736	375.318.866	467.570.753	604.391.243	807.168.386	1.069.056.543
PROYECCION OPERATIVA INGRESOS - COSTOS FIJOS Y VARIABLES A CINCO AÑOS (Oficina)							
PKGames							
CALCULO INGRESOS Y COSTOS	0	1	2	3	4	5	6
Proporción aumento ventas			14%	18%	22%	26%	30%
Proporción aumento costos			8%	10%	12%	14%	16%
Proporción aumento gastos			6%	8%	10%	12%	14%
INGRESOS		\$ 600.000.000,00	\$ 684.000.000,00	\$ 807.120.000,00	\$ 984.686.400,00	\$ 1.240.704.864,00	\$ 1.612.916.323,20
Juego		\$ 600.000.000,00	\$ 684.000.000,00	\$ 807.120.000,00	\$ 984.686.400,00	\$ 1.240.704.864,00	\$ 1.612.916.323,20
COSTOS Y GASTOS FIJOS		\$ 503.898.632,80	\$ 435.116.255,62	\$ 478.627.881,18	\$ 536.063.226,92	\$ 611.112.078,69	\$ 708.890.011,28
Sueldos		\$ 367.398.633,60	\$ 389.442.551,62	\$ 428.386.806,78	\$ 479.793.223,59	\$ 546.964.274,89	\$ 634.478.558,88
Recursos Propios		\$ 54.366.959,52	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Propiedad Intelectual		\$ 36.244.639,68	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendos		\$ 24.000.000,00	\$ 25.440.000,00	\$ 27.984.000,00	\$ 31.342.080,00	\$ 35.729.971,20	\$ 41.446.766,59
Preinversión		\$ 2.800.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios		\$ 6.600.000,00	\$ 6.996.000,00	\$ 7.695.600,00	\$ 8.619.072,00	\$ 9.825.742,08	\$ 11.397.860,81
Licencias		\$ 12.488.400,00	\$ 13.237.704,00	\$ 14.561.474,40	\$ 16.308.851,33	\$ 18.592.090,51	\$ 21.566.825,00
UTILIDAD ESPERADA	-	96.101.367	248.883.744	328.492.119	448.623.173	629.592.785	904.026.312

Tabla No. 26. Proyección de Operaciones e Ingresos. Fuente: Propia

8.2.1. Proyección de Balance General Presupuestado

BALANCE GENERAL 2017		
ACTIVO		
CORRIENTE		
BANCOS	\$ -	
CLIENTES	\$ 500.000.000	
INVENTARIO	\$ -	
MATERIA PRIMA	\$ -	
TOTAL CORRIENTE		\$ 500.000.000
NO CORRIENTE		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 58.679.600	
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 58.679.600
ACTIVO		\$ 558.679.600
PASIVO		
CORRIENTE		
PROVEEDORES	\$ 6.600.000	
IMPUESTOS	\$ 14.629.275	
PASIVO		\$ 21.229.275
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	\$ -	
RESERVA LEGAL	\$ 7.680.369	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 69.123.323	
PATRIMONIO		\$ 69.123.323
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 90.352.597

Tabla No. 27. Balance General. Fuente: Propia

8.2.2. Proyección de Flujo de Caja Presupuestado

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames							
FLUJO DE CAJA PROYECTADO A TRES AÑOS SIN FINANCIACION Y CON FINANCIACION							
PKGames							
FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO SIN FINANCIACION							
	0	1	2	3	4	5	6
INVERSION	392.650.264						
INGRESOS		500.000.000	570.000.000	672.600.000	820.572.000	1.033.920.720	1.302.740.107
-COSTOS VARIABLES Y FIJOS		392.650.264	308.681.134	339.549.247	380.295.157	433.536.478	494.231.585
FFN	(392.650.264)	107.349.736	261.318.866	333.050.753	440.276.843	600.384.242	808.508.522
Tasa de Oportunidad Proyectada	20%						
Valor Presente Neto Esperado	\$ 662.825.571						
TIR	64%						
TIRM	44,3%						

Tabla No. 28. Flujo de Caja Proyectado. Fuente: Propia

8.2.3. Proyección de Flujo de Caja Neto del proyecto y del inversionista

FLUJO DE FONDOS NETO DEL EMPRESARIO SIN IMPUESTO Y CON FINANCIACION							
	0	1	2	3	4	5	6
INVERSION	(392.650.264)						
PRESTAMO 1	302.038.664						
INGRESOS		500.000.000	570.000.000	672.600.000	820.572.000	1.033.920.720	1.302.740.107
-COSTOS VARIABLES Y FIJOS		392.650.264	308.681.134	339.549.247	380.295.157	433.536.478	494.231.585
-Costo Bancario		50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777
- INTERES PRESTAMO1 (gasto)		66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506
FFN	(392.650.264)	(9.438.547)	144.530.583	216.262.470	323.488.560	483.595.958	691.720.238
VNA	\$ 339.175.056						
TIR	42%						
TIRM	34,9%						
FLUJO DE FONDOS NETO DEL EMPRESARIO CON IMPUESTO Y FINANCIACION							
	0	1	2	3	3	3	3
INVERSION	(392.650.264)						
PRESTAMOS	302.038.664						
INGRESOS		500.000.000	570.000.000	672.600.000	820.572.000	1.033.920.720	1.302.740.107
-COSTOS VARIABLES Y FIJOS		392.650.264	308.681.134	339.549.247	380.295.157	433.536.478	494.231.585
-DEPRECIACION		24.197.064	15.220.464	15.220.464	15.220.464	15.220.464	15.220.464
-AMORTIZACION DIFERIDOS		50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777
- INTERESES		66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506
UAI	(392.650.264)	(33.635.611)	129.310.119	201.042.006	308.268.096	468.375.494	676.499.774
-IMPUESTOS		(10.763.396)	41.379.238	64.333.442	98.645.791	149.880.158	216.479.928
UDI	(392.650.264)	(22.872.215)	87.930.881	136.708.564	209.622.305	318.495.336	460.019.847
+DEPRECIACION		24.197.064	15.220.464	15.220.464	15.220.464	15.220.464	15.220.464
+AMORTIZACION DIFERIDOS		50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777
FFN	(392.650.264)	51.664.626	153.491.122	202.268.805	275.182.547	384.055.577	525.580.088
VNA	\$ 4.417.781,63						
TIR	41%						
TIRM	26,3%						

Tabla No. 29. Flujo de Caja Proyectado. Fuente: Propia

8.3. Evaluación Financiera de Plan de Inversión y Financiación

Tasa de Oportunidad Proyectada	20%
Valor Presente Neto Esperado	\$ 662.825.571
TIR	64%
TIRM	44,3%

Tabla No. 30. VPN, TIR, TIRM. Fuente: Propia

8.3.1. Cálculo del Valor Presente Neto

El valor presente neto es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. En términos concretos, calcular el valor presente neto consiste en comparar los ingresos con los egresos en pesos de la misma fecha. Por convencionalismo, se ha determinado el momento cero para hacer esta comparación, pero es perfectamente válido hacerla en cualquiera otra fecha⁴⁴.

8.3.2. Cálculo de la tasa interna de retorno

Cuando se realiza una operación financiera, generalmente, se cree que la tasa de interés obtenida (TIR) representa el rendimiento o costo sobre la inversión inicial. La TIR es la tasa de interés pagada sobre los saldos de dinero tomado en

⁴⁴ Jhonny de Jesús Meza Orozco. Matemáticas financieras aplicadas, Bogotá: Ecode Ediciones Cuarta edición, Cap. 7, Pág. 496.

préstamo o la tasa de rendimiento ganada sobre el saldo no recuperado de la inversión⁴⁵.

8.3.3. Análisis y conclusiones

- Ya que nuestro VPN positivo, esto representa que la empresa aumentará su valor, por lo tanto es viable invertir en este proyecto.
- De acuerdo con el estudio financiero, en cuanto a inversión y los flujos de caja, se obtuvo un valor presente neto (VPN) positivo y significativamente favorable en términos económicos y financieros, lo cual hace viable el plan de negocio.
- En cuanto a la tasa interna de retorno (TIR) obtenida fue positiva (64%) característica favorable para la propuesta de inversión dada la alta rentabilidad esperada.

⁴⁵ Jhonny de Jesús Meza Orozco. Matemáticas financieras aplicadas, Bogotá: Ecode Ediciones Cuarta edición, Cap. 7, Pág. 524.

9. CONCLUSIONES

- El macroentorno es favorable a nivel nacional en el sector del desarrollo de software, debido a que en Colombia se han venido desarrollando decisiones que generan beneficio para el mismo.
- En cuanto a uno de los indicadores macro globales como lo es la TRM, se ha evidenciado una subida del dólar, factor que puede afectar el alza del precio los equipos/insumos.
- En el microentorno también se encontraron aspectos favorables, como el hecho de no tener un competidor directo que ofrezca el mismo tipo de productos que PK Game's.
- Durante el proceso de ejecución del instrumento, en este caso las encuestas virtuales, tuvieron gran aceptación por parte de la población, se obtuvo el tamaño de muestra necesario así como un resumen de respuestas favorables para el proyecto.
- Los videojuegos hacen parte de la vida cotidiana de nuestra población objetivo, lo cual es un gran comienzo para la introducción de nuestro proyecto.
- El canal de distribución del producto será a través de una plataforma montada en internet, lo cual nos permitirá llegar a consumidores no solo a nivel nacional sino también mundial.
- La promesa de valor que nos planteamos es brindarle al consumidor un videojuego innovador, que le permita tener todas las características que satisfagan los gustos y necesidades del jugador en cuanto a historia, personajes, jugabilidad, gráficas, etc.
- El impacto generado por los videojuegos es positivo gracias a sus numerosos beneficios para el cuerpo y la mente del ser humano.

- En cuanto a las estrategias de comunicación y contacto con la gente, se hará a través de eventos tales como: SOFA, Festigame, Retrogame, Campus Party, entre otros.
- El precio manejado para la incursión en el mercado será de paridad con respecto a productos sustitutos presentes en la competencia que nos puedan generar un riesgo y estará dentro del rango aceptado por el consumidor, hallado gracias a los resultados de la aplicación del instrumento
- Contribuimos a la disminución de las tasas de desempleo en el país, contratando al personal necesario dispuesto en el organigrama presentado.
- Los costos son pertinentes y permiten al proyecto la solventes de generar una utilidad óptima para poder incluso expandir la producción a futuro.
- Con base en el estudio financiero evidenciado en el cálculo del VPN y la TIR, el proyecto se visualiza como una idea de negocio tentativa que nos dará un atractivo a la hora encontrar inversionistas.

10. CANVAS MODEL

<p>RECURSOS CLAVES</p> <p>-Recurso humano: Grupo creativo, arquitectos de software, programadores y demás personas que le darán vida al proyecto</p> <p>-Equipos de hardware y software necesarios para el desarrollo de la idea</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <p>-Proceso creativo de la historia y personajes del videojuego</p> <p>-Contacto con la comunidad Gamer a través de eventos</p> <p>-Evaluación de la satisfacción del cliente</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>-Combinación del mundo mítico, los personajes de fantasía, los poderes extraordinarios y demás; y la posibilidad de aplicar las habilidades/destrezas del jugador y no las que el personaje adquiere durante el juego.</p> <p>-Disponibilidad en todo el mundo al estar montado en una plataforma vía internet</p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</p> <p>-Contacto personal a través de eventos tales como: SOFA, Festigame, Retrogame, Campus Party, entre otros.</p> <p>-Recepción de quejas y sugerencias vía internet</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>Personas a nivel mundial entre los 16 y 30 años, con poder adquisitivo propio o familiar, interesados en disfrutar una nueva experiencia a nivel de videojuegos.</p>
	<p>SOCIOS CLAVE</p> <p>-Nuestros inversionistas</p> <p>-Proveedores: Microsoft, Linux, ETB, K-Tronix.</p> <p>-Organizadores de eventos</p>		<p>CANALES</p> <p>-Internet: Plataforma donde se ha montado el videojuego</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <p>-Costos fijos: salarios del personal empleado, costos de producción, maquinaria y equipos ya mencionados</p> <p>-Costos variables: mantenimiento, capacitación, recodificación, gastos imprevistos</p>		<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <p>-Compra de videojuegos en la plataforma</p> <p>-Sistema de donaciones para la obtención de objetos especiales dentro del videojuego</p>		

Tabla No. 30. Canvas Model. Fuente: Propia

11. BIBLIOGRAFIA

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos. Octava Edición, México: Editorial McGraw Hil, Cap. 8, Pág. 226-227.

MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús. Matemáticas financieras aplicadas, Cuarta edición, Bogotá: Ecode Ediciones, Cap. 7, Pág. 496.

MEZA OROZCO, Jhonny de Jesús. Matemáticas financieras aplicadas, Cuarta edición, Bogotá: Ecode Ediciones, Cap. 7, Pág. 524.

OJEDA CASTRO, Fernando Alonso, f (2015), Entorno de los Negocios, Recuperado Mayo 08 de 2016 de: Documento en PDF, Pág. 114

12. WEBGRAFIA

ITU News, F.(2011). **EL Mundo de Los Videojuegos**. Recuperado 24 de abril de 2014 de: <https://itunews.itu.int/es/2041-El-mundo-de-los-videojuegos.note.aspx>

PROCOLOMBIA. **Oportunidades de Negocio en Sector Animación Digital y Videojuegos**. Recuperado 24 de abril de 2016 de: <http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/servicios/animacion-digital-y-videojuegos>

PROEXPORCOLOMBIA. **Oportunidades de Negocio en Sector Animación Digital y Videojuegos**. Recuperado 24 de abril de 2016 de: <http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/servicios/animacion-digital-y-videojuegos>

Michael E. Porter; 2008. **Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia**. Recuperado el 11 de abril de 2016 Publicación en línea Disponible en: https://www.academia.edu/5151135/Las_5_fuerzas_competitivas_Michael_Porter?auto=download usar cuenta de Gmail para su visualización

Dinero, f. (2015), **Desafíos de la política monetaria colombiana**. Recuperado 24 de abril de 2016 de: <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/opinion-sobre-desafios-politica-monetaria-colombiana/211291>

Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). **Política fiscal**. Recuperado abril 24 de 2016 de: http://admin.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/politica_fisca

El Colombiano, f. (2016). **Déficit fiscal para 2016 será de 30,5 billones de pesos: Minhacienda**. Recuperado abril 24 de 2016 de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/deficit-fiscal-para-2016-sera-de-30-5-billones-de-pesos-minhacienda-HE3644966>

Superintendencia Financiera De Colombia. (2016). **Tasa de cambio - TRM**. Recuperado abril 29 de 2016 de: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?!Servicio=Publicaciones&ITipo=publicaciones&IFuncion=loadContenidoPublicacion&id=60819>

Superintendencia Financiera De Colombia. (2016). **Histórico TRM para estados financieros** Recuperado abril 29 de 2016 de: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?!Servicio=Publicaciones&ITipo=publicaciones&IFuncion=loadContenidoPublicacion&id=60819>

MinTic. **12 % creció en el 2014 el sector de software**. Recuperado abril 3 de 2016 de: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-13056.html>

ColCapital / Crowe Horwath. **Informe Sectorial TICs Q3 2015**. Recuperado abril 3 de 2016 de: http://www.horwathcolombia.com/informe_tics_3q_2015.pdf

Dane, f. (2015) **Índice de precios al consumidor**. Recuperado abril 3 de 2016 de: <http://www.dane.gov.co/index.php/precios-e-inflacion/indice-de-precios-al-consumidor>

Portafolio, F.(2013). **Colombia, un país de Gamer´s**. Recuperado abril 3 de 2016 de: <http://www.portafolio.co/tendencias/colombia-pais-gamers-72644>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2012) **Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Revisión 4 Adaptada Para Colombia CIIU Rev. 4 A.C**. Recuperado abril 3 de 2016 de: <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/TODO-sobre-el-codigo-CIIU>

IGDA Colombia. **Directorio de empresas**. Recuperado 17 de septiembre de 2015 de: <http://igdacolombia.co/desarrolladores/>

12 Hit Combo. **Acerca de Nosotros**. Recuperado 24 de abril de 2016 de: <http://www.12hitcombo.com/#about>

Blizzard. **Cronología Blizzard**. Recuperado 24 de abril de 2016 de: <http://eu.blizzard.com/es-es/company/about/b20/timeline.html>

Alcaldía de Bogotá. **DECRETO 410 DE 1971**. Recuperado 24 de abril de 2016 de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>

MinTic, f (2012), **Ley 1554 del 9 de Julio de 2012**. Recuperado el 24 de abril de 2016 de: http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3714_documento.pdf

Actualícese. **Requisitos que se exigen para abrir establecimientos de comercio**. Recuperado el 24 de abril de 2016 de: <http://actualicese.com/actualidad/2009/09/09/requisitos-que-se-exigen-para-abrir-establecimientos-de-comercio/>

Tipos de investigación: Exploratoria. Recuperado el 29 de abril de 2016 de: http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com.co/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html

Blizzard. **Tienda de la compañía**. Recuperado el 08 de mayo de 2016 de: <https://eu.battle.net/shop/en/product/game/wow>

República del Branding, F (2012), **¿Qué es el Brand Equity y para qué sirve?**, Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <https://republicadelbranding.wordpress.com/2012/07/09/que-es-el-brand-equity-y-para-que-sirve/>

Michigan State University, F (2011), **VIDEO GAME PLAYING TIED TO CREATIVITY**. Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <http://cartelurbano.com/noticias/12-beneficios-de-los-videojuegos>

Cartel Urbano, F (2014), **12 Beneficios de los videojuegos**. Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <http://cartelurbano.com/noticias/12-beneficios-de-los-videojuegos>

Staff Creativa, **Cómo crear la personalidad de tu marca**. Recuperado el 18 de mayo de 2016 de: <http://www.staffcreativa.pe/blog/personalidad-de-marca/>

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames

PRESUPUESTO				
CONCEPTO	TIPO	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Oficina	Mes	\$ 2.000.000	12	\$ 24.000.000
Adecuación	Fijo	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000
Aspectos Legales		\$ 800.000	1	\$ 800.000
TOTAL				\$ 26.800.000

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames

PRESUPUESTO				
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Equipos de Computo				
Presupuesto de Inversión con Windows				
Windows 10 Home Premium	Unidad	\$ 639.900,00	16	\$ 10.238.400
Autodesk 3ds Max	Unidad	\$ 150.000,00	15	\$ 2.250.000
Gigabyte Z77 UD3H	Unidad	\$ 330.000,00	16	\$ 5.280.000
Thermal Take Soprano	Unidad	\$ 180.000,00	16	\$ 2.880.000
Disco Duro 1000 GB	Unidad	\$ 179.900,00	16	\$ 2.878.400
Fuente Color Master 525W	Unidad	\$ 193.000,00	16	\$ 3.088.000
Monitor Samsung 22" Hdmi 1920x1080	Unidad	\$ 445.000,00	16	\$ 7.120.000
Tarjeta De Video Nvidia Geforce Evga Gtx 960 4gb Ddr5 Ssc	Unidad	\$ 1.073.000,00	16	\$ 17.168.000
Memoria RAM 8 GB DDR3	Unidad	\$ 164.900,00	32	\$ 5.276.800
Muebles y Enceres	Unidad	\$ 2.500.000,00	1	\$ 2.500.000
Total				\$ 58.679.600
Presupuesto de Inversión con Linux				
Linux	Unidad	\$ -	16	\$ -
Geomview 1.9.4 - Cpsed 0.4	Unidad	\$ -	15	\$ -
Gigabyte Z77 UD3H	Unidad	\$ 330.000,00	16	\$ 5.280.000
Thermal Take Soprano	Unidad	\$ 180.000,00	16	\$ 2.880.000
Disco Duro 1000 GB	Unidad	\$ 179.900,00	16	\$ 2.878.400
Fuente Color Master 550W	Unidad	\$ 193.000,00	16	\$ 3.088.000
Monitor 22" AOC	Unidad	\$ 445.000,00	16	\$ 7.120.000
Nvidia Geforce 560 GTX	Unidad	\$ 1.073.000,00	16	\$ 17.168.000
Memoria Ram 8 GB DDR3	Unidad	\$ 164.900,00	32	\$ 5.276.800
Muebles y Enceres	Unidad	\$ 2.500.000,00	1	\$ 2.500.000
Total				\$ 46.191.200
Presupuesto de Inversión con Windows Trabajadores en Casa				
Windows 10 Home Premium	Unidad	\$ 200.000,00	4	\$ 800.000
Autodesk 3ds Max	Unidad	\$ 500.000,00	3	\$ 1.500.000
Gigabyte Z77 UD3H	Unidad	\$ 330.000,00	4	\$ 1.320.000
Thermal Take Soprano	Unidad	\$ 180.000,00	4	\$ 720.000
Disco Duro 1000 GB	Unidad	\$ 179.900,00	4	\$ 719.600
Fuente Color Master 525W	Unidad	\$ 193.000,00	4	\$ 772.000
Monitor Samsung 22" Hdmi 1920x1080	Unidad	\$ 445.000,00	4	\$ 1.780.000
Tarjeta De Video Nvidia Geforce Evga Gtx 960 4gb Ddr5 Ssc	Unidad	\$ 1.073.000,00	4	\$ 4.292.000
Memoria Ram 8 GB DDR3	Unidad	\$ 164.900,00	8	\$ 1.319.200
Muebles y Enceres	Unidad	\$ 2.500.000,00	1	\$ 2.500.000
Total				\$ 15.722.800,00
Presupuesto de Inversión con Linux Trabajadores en Casa				
Linux	Unidad	\$ -	4	\$ -
Geomview 1.9.4 - Cpsed 0.4	Unidad	\$ -	3	\$ -
Gigabyte Z77 UD3H	Unidad	\$ 330.000,00	4	\$ 1.320.000
Thermal Take Soprano	Unidad	\$ 180.000,00	4	\$ 720.000
Disco Duro 1000 GB	Unidad	\$ 179.900,00	4	\$ 719.600
Fuente Color Master 550W	Unidad	\$ 193.000,00	4	\$ 772.000
Monitor 22" AOC	Unidad	\$ 445.000,00	4	\$ 1.780.000
Nvidia Geforce 560 GTX	Unidad	\$ 1.073.000,00	4	\$ 4.292.000
Memoria Ram 8 GB DDR3	Unidad	\$ 164.900,00	8	\$ 1.319.200
Muebles y Enceres	Unidad	\$ 2.500.000,00	1	\$ 2.500.000
Total				\$ 13.422.800

Valor Unitario de Equipo
\$ 3.355.700,00

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames

PRESUPUESTO				
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Empleados Trabajo En Oficina				
Diseñadores	Mes	\$ 2.126.149,50	12	\$ 25.513.794,00
Programadores	Mes	\$ 1.700.919,60	3	\$ 5.102.758,80
Total				\$ 30.616.552,80
A 12 Meses	12	\$ 30.616.552,80		\$ 367.398.633,60
Mantenimiento				
Servicio de agua	Metros2	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000
servicio de luz	Kilobatios	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000
servicio de telefono/internet	Variable	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000
Total				\$ 6.600.000
Empleados Trabajo desde Casa				
Porsentajes Sueldos		Diseñadores		
Primer Pago 50%		\$ 7.200.000,00	12	\$ 86.400.000,00
Segundo Pago 25%		\$ 4.350.000,00	12	\$ 52.200.000,00
Tercer Pago 25%		\$ 4.350.000,00	12	\$ 52.200.000,00
Programadores	Mes	\$ 1.700.919,60	3	\$ 5.102.758,80
A 12 Meses	12	\$ 5.102.758,80		\$ 61.233.105,60
Total		\$ 21.002.758,80		\$ 257.135.864,40
Mantenimiento				
Servicio de agua	Metros2	\$ 40.000	12	\$ 480.000
servicio de luz	Kilobatios	\$ 150.000	12	\$ 1.800.000
servicio de telefono/internet	Variable	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000
Total				\$ 4.680.000

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames

PROYECCION OPERATIVA INGRESOS - COSTOS FIJOS Y VARIABLES A CINCO AÑOS (Desde Casa)

PKGames

CALCULO INGRESOS Y COSTOS	0	1	2	3	4	5	6
Proporción aumento ventas			14%	18%	22%	26%	30%
Proporción aumento costos			8%	10%	12%	14%	16%
Proporción aumento gastos			6%	8%	10%	12%	14%
INGRESOS		\$ 500.000.000,00	\$ 570.000.000,00	\$ 672.600.000,00	\$ 820.572.000,00	\$ 1.033.920.720,00	\$ 1.302.740.107,20
Juego		\$ 500.000.000,00	\$ 570.000.000,00	\$ 672.600.000,00	\$ 820.572.000,00	\$ 1.033.920.720,00	\$ 1.302.740.107,20
COSTOS Y GASTOS FIJOS		\$ 392.650.263,60	\$ 308.681.133,55	\$ 339.549.246,91	\$ 380.295.156,54	\$ 433.536.478,45	\$ 494.231.585,43
Sueldos		\$ 257.135.864,40	\$ 277.706.733,55	\$ 305.477.406,91	\$ 342.134.695,74	\$ 390.033.553,14	\$ 444.638.250,58
Recursos Propios		\$ 54.366.959,52	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Propiedad Intelectual		\$ 36.244.639,68	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arrendos		\$ 24.000.000,00	\$ 25.920.000,00	\$ 28.512.000,00	\$ 31.933.440,00	\$ 36.404.121,60	\$ 41.500.698,62
Preinversión		\$ 2.800.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Planta y Equipo		\$ 13.422.800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios		\$ 4.680.000,00	\$ 5.054.400,00	\$ 5.559.840,00	\$ 6.227.020,80	\$ 7.098.803,71	\$ 8.092.636,23
Licencias		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ESPERADA		-	107.349.736	261.318.866	333.050.753	440.276.843	808.508.522

PROYECCION OPERATIVA INGRESOS - COSTOS FIJOS Y VARIABLES A CINCO AÑOS (Oficina)

PKGames

CALCULO INGRESOS Y COSTOS	0	1	2	3	4	5	6
Proporción aumento ventas			14%	18%	22%	26%	30%
Proporción aumento costos			8%	10%	12%	14%	16%
Proporción aumento gastos			6%	8%	10%	12%	14%
INGRESOS		\$ 600.000.000,00	\$ 684.000.000,00	\$ 807.120.000,00	\$ 984.686.400,00	\$ 1.240.704.864,00	\$ 1.612.916.323,20
Juego		\$ 600.000.000,00	\$ 684.000.000,00	\$ 807.120.000,00	\$ 984.686.400,00	\$ 1.240.704.864,00	\$ 1.612.916.323,20
COSTOS Y GASTOS FIJOS		\$ 503.898.632,80	\$ 435.116.255,62	\$ 478.627.881,18	\$ 536.063.226,92	\$ 611.112.078,69	\$ 708.890.011,28
Sueldos		\$ 367.398.633,60	\$ 389.442.551,62	\$ 428.386.806,78	\$ 479.793.223,59	\$ 546.964.274,89	\$ 634.478.558,88
Recursos Propios		\$ 54.366.959,52	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Propiedad Intelectual		\$ 36.244.639,68	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arrendos		\$ 24.000.000,00	\$ 25.440.000,00	\$ 27.984.000,00	\$ 31.342.080,00	\$ 35.729.971,20	\$ 41.446.766,59
Preinversión		\$ 2.800.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios		\$ 6.600.000,00	\$ 6.996.000,00	\$ 7.695.600,00	\$ 8.619.072,00	\$ 9.825.742,08	\$ 11.397.860,81
Licencias		\$ 12.488.400,00	\$ 13.237.704,00	\$ 14.561.474,40	\$ 16.308.851,33	\$ 18.592.090,51	\$ 21.566.825,00
UTILIDAD ESPERADA		-	96.101.367	248.883.744	328.492.119	448.623.173	904.026.312

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A CINCO AÑOS SIN FINANCIACION Y CON FINANCIACION
PKGames

FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO SIN FINANCIACION							
	0	1	2	3	4	5	6
INVERSION	392.650.264						
INGRESOS		500.000.000	570.000.000	672.600.000	820.572.000	1.033.920.720	1.302.740.107
-COSTOS VARIABLES Y FIJOS		392.650.264	308.681.134	339.549.247	380.295.157	433.536.478	494.231.585
FFN	(392.650.264)	107.349.736	261.318.866	333.050.753	440.276.843	600.384.242	808.508.522

Tasa de Oportunidad Proyectada	20%
Valor Presente Neto Esperado	\$ 662.825.571
TIR	64%
TIRM	44,3%

FLUJO DE FONDOS NETO DEL EMPRESARIO SIN IMPUESTO Y CON FINANCIACION							
	0	1	2	3	4	5	6
INVERSION	(392.650.264)						
PRESTAMO 1	302.038.664						
INGRESOS		500.000.000	570.000.000	672.600.000	820.572.000	1.033.920.720	1.302.740.107
-COSTOS VARIABLES Y FIJOS		392.650.264	308.681.134	339.549.247	380.295.157	433.536.478	494.231.585
-Costo Bancario		50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777
- INTERES PRESTAMO1 (gasto)		66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506
FFN	(392.650.264)	(9.438.547)	144.530.583	216.262.470	323.488.560	483.595.958	691.720.238

VNA	\$ 339.175.056
TIR	42%
TIRM	34,9%

FLUJO DE FONDOS NETO DEL EMPRESARIO CON IMPUESTO Y FINANCIACION							
	0	1	2	3	3	3	3
INVERSION	(392.650.264)						
PRESTAMOS	302.038.664						
INGRESOS		500.000.000	570.000.000	672.600.000	820.572.000	1.033.920.720	1.302.740.107
-COSTOS VARIABLES Y FIJOS		392.650.264	308.681.134	339.549.247	380.295.157	433.536.478	494.231.585
-DEPRECIACION		24.197.064	15.220.464	15.220.464	15.220.464	15.220.464	15.220.464
-AMORTIZACION DIFERIDOS		50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777
- INTERESES		66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506	66.448.506
UAI	(392.650.264)	(33.635.611)	129.310.119	201.042.006	308.268.096	468.375.494	676.499.774
-IMPUESTOS		(10.763.396)	41.379.238	64.333.442	98.645.791	149.880.158	216.479.928
UDI	(392.650.264)	(22.872.215)	87.930.881	136.708.564	209.622.305	318.495.336	460.019.847
+DEPRECIACION		24.197.064	15.220.464	15.220.464	15.220.464	15.220.464	15.220.464
+AMORTIZACION DIFERIDOS		50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777	50.339.777
FFN	(392.650.264)	51.664.626	153.491.122	202.268.805	275.182.547	384.055.577	525.580.088

VNA	\$ 4.417.781,63
TIR	41%
TIRM	26,3%

En las condiciones normales del proyecto se logra cubrir en su totalidad los costos fijos, variables y gastos financieros, logrando a hoy una rentabilidad, sin embargo disminuyendo de la rentabilidad pero en ningún caso por debajo de la proyectada, y permitiendo en estas condiciones la reinversión de los recursos

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames

Préstamo	\$ 302.038.664,00	1	2	3	4	5	6
Cuota		\$ 116.788.283,41	\$ 116.788.283,41	\$ 116.788.283,41	\$ 116.788.283,41	\$ 116.788.283,41	\$ 116.788.283,41
Intereses	22,00%	\$ 66.448.506,08	\$ 66.448.506,08	\$ 66.448.506,08	\$ 66.448.506,08	\$ 66.448.506,08	\$ 66.448.506,08
Amortización		\$ 50.339.777,33	\$ 50.339.777,33	\$ 50.339.777,33	\$ 50.339.777,33	\$ 50.339.777,33	\$ 50.339.777,33
saldo		\$ 251.698.886,67	\$ 201.359.109,33	\$ 151.019.332,00	\$ 100.679.554,67	\$ 50.339.777,33	\$ -

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames

INVERSION	\$ 392.650.264				
INTERES	1,83%	MENSUAL			
Periodos	60	meses			
Cuota	Amortizacion	Saldo	Interes	Pago	
0		\$ 392.650.264			
1	\$ 6.544.171	\$ 386.106.093	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
2	\$ 6.544.171	\$ 379.561.921	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
3	\$ 6.544.171	\$ 373.017.750	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
4	\$ 6.544.171	\$ 366.473.579	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
5	\$ 6.544.171	\$ 359.929.408	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
6	\$ 6.544.171	\$ 353.385.237	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
7	\$ 6.544.171	\$ 346.841.066	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
8	\$ 6.544.171	\$ 340.296.895	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
9	\$ 6.544.171	\$ 333.752.724	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
10	\$ 6.544.171	\$ 327.208.553	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
11	\$ 6.544.171	\$ 320.664.382	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
12	\$ 6.544.171	\$ 314.120.211	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	\$ 164.913.111
13	\$ 6.544.171	\$ 307.576.040	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
14	\$ 6.544.171	\$ 301.031.869	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
15	\$ 6.544.171	\$ 294.487.698	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
16	\$ 6.544.171	\$ 287.943.527	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
17	\$ 6.544.171	\$ 281.399.356	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
18	\$ 6.544.171	\$ 274.855.185	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
19	\$ 6.544.171	\$ 268.311.013	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
20	\$ 6.544.171	\$ 261.766.842	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
21	\$ 6.544.171	\$ 255.222.671	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
22	\$ 6.544.171	\$ 248.678.500	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
23	\$ 6.544.171	\$ 242.134.329	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
24	\$ 6.544.171	\$ 235.590.158	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	\$ 164.913.111
25	\$ 6.544.171	\$ 229.045.987	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
26	\$ 6.544.171	\$ 222.501.816	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
27	\$ 6.544.171	\$ 215.957.645	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
28	\$ 6.544.171	\$ 209.413.474	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
29	\$ 6.544.171	\$ 202.869.303	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
30	\$ 6.544.171	\$ 196.325.132	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
31	\$ 6.544.171	\$ 189.780.961	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
32	\$ 6.544.171	\$ 183.236.790	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
33	\$ 6.544.171	\$ 176.692.619	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
34	\$ 6.544.171	\$ 170.148.448	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
35	\$ 6.544.171	\$ 163.604.277	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
36	\$ 6.544.171	\$ 157.060.105	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	\$ 164.913.111
37	\$ 6.544.171	\$ 150.515.934	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
38	\$ 6.544.171	\$ 143.971.763	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
39	\$ 6.544.171	\$ 137.427.592	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
40	\$ 6.544.171	\$ 130.883.421	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
41	\$ 6.544.171	\$ 124.339.250	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
42	\$ 6.544.171	\$ 117.795.079	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
43	\$ 6.544.171	\$ 111.250.908	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
44	\$ 6.544.171	\$ 104.706.737	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
45	\$ 6.544.171	\$ 98.162.566	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
46	\$ 6.544.171	\$ 91.618.395	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
47	\$ 6.544.171	\$ 85.074.224	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
48	\$ 6.544.171	\$ 78.530.053	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	\$ 164.913.111
49	\$ 6.544.171	\$ 71.985.882	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
50	\$ 6.544.171	\$ 65.441.711	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
51	\$ 6.544.171	\$ 58.897.540	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
52	\$ 6.544.171	\$ 52.353.368	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
53	\$ 6.544.171	\$ 45.809.197	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
54	\$ 6.544.171	\$ 39.265.026	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
55	\$ 6.544.171	\$ 32.720.855	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
56	\$ 6.544.171	\$ 26.176.684	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
57	\$ 6.544.171	\$ 19.632.513	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
58	\$ 6.544.171	\$ 13.088.342	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
59	\$ 6.544.171	\$ 6.544.171	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	
60	\$ 6.544.171	\$ (0)	\$ 7.198.588	\$ 13.742.759	\$ 164.913.111
			\$ 431.915.290	\$ 824.565.554	

\$ 86.383.058

Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para PKGames

Empleado	Sueldo	Días	Básico	Aux trans	Total Extras	Total Deven	Salud	Pensión
Administrador	\$ 1.600.000	\$ 30	\$ 1.600.000	\$ -	\$ -	\$ 1.600.000	\$ 64.000	\$ 64.000
Diseñador	\$ 1.500.000	\$ 30	\$ 1.500.000	\$ -	\$ -	\$ 1.500.000	\$ 60.000	\$ 60.000
Programador	\$ 1.200.000	\$ 30	\$ 1.200.000	\$ -	\$ -	\$ 1.200.000	\$ 48.000	\$ 48.000

Fondo Sol	Retefuente	Total Dedu	Neto	Cesantías	INT Cesantía	Prima	Vacaciones	Salud Empleado
\$ -	\$ -	\$ 128.000	\$ 1.472.000	\$ 133.280	\$ 1.333	\$ 133.280	\$ 48.000	\$ 64.000
\$ -	\$ -	\$ 120.000	\$ 1.380.000	\$ 124.950	\$ 1.250	\$ 124.950	\$ 45.000	\$ 60.000
\$ -	\$ -	\$ 96.000	\$ 1.104.000	\$ 99.960	\$ 1.000	\$ 99.960	\$ 36.000	\$ 48.000

Pensión Empleado	Salud Patrono	Pensión Pat	ARP	Sena	ICBF	Cajas	Total Presta	Total Parafi
\$ 64.000	\$ 136.000	\$ 192.000	\$ 8.000	\$ 32.000	\$ 48.000	\$ 64.000	\$ 315.893	\$ 480.000
\$ 60.000	\$ 127.500	\$ 180.000	\$ 7.500	\$ 30.000	\$ 45.000	\$ 60.000	\$ 296.150	\$ 450.000
\$ 48.000	\$ 102.000	\$ 144.000	\$ 6.000	\$ 24.000	\$ 36.000	\$ 48.000	\$ 236.920	\$ 360.000

Total Nomina	UVT	RN	HED	HEN	HEDD	HEDN	Rn	Hed
\$ 2.267.893	\$ 43	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
\$ 2.126.150	\$ 40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
\$ 1.700.920	\$ 32	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		

Hen	Hedd	Hedn

La nomina de los diseñadores y programadores es igual en costos en base con lo indicado teniendo en cuenta que son 15 diseñadores y 3 programadores

**Realizado por Jaime Alexander Parra Forero Para
PKGames**

Infraestructura

Equipos de Oficina

2 Mesas de Computo de 8 Puestos

Un escritorio

19 Sillas Ergonómicas

2 Baños

Horno microondas

Equipos de Computo

20 Torres de Computador

20 Pantallas LCD

20 Teclados inalámbricos

20 Mouse

2 Impresora

1 Servidor

ESTADO DE RESULTADOS 2017

ESTADO DE RESULTADOS 2017	
INGRESOS	
VENTAS	\$ 500.000.000
COSTO	
COSTOS DE FABRICACION	\$ 28.680.000
UTILIDAD OPERACIONAL BRUTA	\$ 471.320.000
GASTOS	
OPERACIONALES DE ADMINISTRACION	\$ -
GASTOS DE PERSONAL	\$ 367.398.634
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 103.921.366
	\$ -
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 103.921.366
IMPUESTO SOBRE LA RENTA Y COMPLEMENTARIOS 30%	\$ 31.176.410
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 72.744.956
RESERVA (10%)	\$ -
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 72.744.956

BALANCE GENERAL 2017**ACTIVO**

CORRIENTE			
BANCOS		\$ -	
CLIENTES		\$ 500.000.000	
INVENTARIO		\$ -	
MATERIA PRIMA		\$ -	
TOTAL CORRIENTE			\$ 500.000.000
NO CORRIENTE			
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 58.679.600	
DEPRECIACION ACUMULADA		\$ -	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE			\$ 58.679.600
ACTIVO			\$ 558.679.600

PASIVO

CORRIENTE			
PROVEEDORES		\$ 6.600.000	
IMPUESTOS		\$ 31.176.410	
PASIVO			\$ 37.776.410

PATRIMONIO

CAPITAL SOCIAL		\$ -	
RESERVA LEGAL		\$ -	
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 72.744.956	
PATRIMONIO			\$ 72.744.956
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			\$ 110.521.366

FLUJO DE EFECTIVO 2017

Flujo de efectivo de las actividades operativas	
Utilidad/perdida neta	\$ 72.744.956
Ajustes para reconciliar la utilidad neta con el efectivo neto por las actividades operativas	
+depreciacion/gastos de amortizacion	-
+perdida sobre la venta de activos a largo plazo	
-ganancia sobre la venta de activos a largo plazo	
-incrementos en activos circulantes distintos del efectivo	892.650.264
+decrementos en activos circulantes distintos de efectivo	892.650.264
+incrementos en pasivos circulantes	-
-decrementos en pasivos circulantes	-
EFFECTIVO NETO DE LAS ACTIVIDADES OPERATIVAS	72.744.956
flujos de efectivo por las actividades de inversion	
+entradas de efectivo por la venta de activos a largo plazo	-
-compras de activos a largo plazo	-
Efectivo usado para actividades de inversion	-
Flujos de efectivo por las actividades de financiamiento	
+entradas de efectivo por emision de acciones	-
+ venta de acciones en tesoreria	-
-compra de acciones en tesoreria	-
+entradas de efectivo por la emision de documentos o bonos por pagar	-
-pago de documentos o bonos por pagar	-
-pago dividendos	-
Efectivo neto proporcionado por actividades de financiamiento	-
Incremento/decremento neto en efectivo durante el periodo	\$ 72.744.956
+Efectivo inicial	\$ -
=efectivo final	\$ 72.744.956