



PLAN DE NEGOCIO CREACION DE LA PLATAFORMA "PED"

CRISTIAN IVAN FARFAN TIUSO

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
MODALIDAD DE GRADO
VILLAVICENCIO
2014



PLAN DE NEGOCIO CREACION DE LA PLATAFORMA "PED"

Proyecto de grado para obtener el título de Administrador de Empresas

CRISTIAN IVAN FARFAN TIUSO

CAMILO RIVEROS LESMES

Docente

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MODALIDAD DE GRADO

VILLAVICENCIO

2014



Notas de aceptación

Firma Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Villavicencio, Junio 2014



DEDICATORIA

Inicialmente deseo dedicarles este trabajo a todas las personas que siempre creyeron en mí capacidad y esfuerzo ya que cuando se quiere lograr algo se debe hacer todo lo que esté a nuestro alcance para cumplir nuestros objetivos.

A mi familia con el apoyo de ellos he logrado salir adelante, logrando mis metas paso a paso desde el jardín infantil hasta la carrera profesional para ser un gran profesional y una persona ejemplar.

CRISTIAN IVAN FARFAN TIUSO



AGRADECIMIENTOS

En el trabajo de tesis me gustaría primero agradecerle A Dios por bendecirme y ofrecerme tantas oportunidades para llegar hasta donde he llegado, a mi familia por el apoyo, y la enseñanza que me han dado para ser una buena persona, a la universidad cooperativa por todas las enseñanzas, al docente guía CAMILO RIVEROS, gracias a ellos que me han ofrecido conocimientos, apoyo y enseñanza para ser cada día mejor y salir adelante con mi carrera.

A mis compañeros de salón que en algunos momentos me ayudaron y colaboraron en cada semestre y ahorita en el trabajo de grado.

CRISTIAN IVAN FARFAN TIUSO



TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	10
RESUMENTE EJECUTIVO	11
1. PRODUCTO Y SERVICIO	12
1.1 PROPUESTA DE VALOR	14
2. EQUIPO DE TRABAJO	16
3. PLAN DE MERCADO	18
3.1 MAPA DE EMPATIA	18
3.2 COMPETIDORES.	19
3.3 ALIADOS	20
4. SISTEMA DE NEGOCIO	26
4.1 MISION.	26
4.2 VISION.	26
4.3 VALORES	26
4.4 OBJETIVOS FUNDAMENTALES:	27
4.5 ORGANIGRAMA	27
5. ANALISIS DE RIESGOS	29
5.1 MATRIZ DOFA	29
6. PLAN DE IMPLEMENTACION	33
7. PLAN FINANCIERO	34
8. ENTIDADES DE APOYO	41
CONCLUSIONES	42
RECOMENDACIONES	43
BIBLIOGRAFIA	44



LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Total de Usuarios	13
Grafica 2. Ranking Mundial	22
Grafica 3. Cuantas Horas Juega	23
Grafica 4. Tipo de videojuegos preferido	23
Grafica 5. Imitan lo que hacen las personas los videojuegos.	24
Grafica 6. Ingreso y costos Directos	35
Grafica 7. Estado de Resultados del proyecto	35
Grafica 8. Margen de rentabilidad	36
Grafica 9. Balance General Proyectado	36
Grafica 10. Ingresos por Periodo	37
Grafica 11. Flujo de caja	38
Grafica 12. Comportamiento del ingreso	38
Grafica 13. Composición gastos administrativos	39
Grafica 14. Composición del gasto venta	39
Grafica 15. Costos	40



LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Competidores	19
Tabla 2. Matriz DOFA	29
Tabla 3. Cronograma de Actividades	33
Tabla 4. Enfoque proyecto	40



LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Evolución Video Juegos	12
Figura 2. Aliados	20
Figura 3. Fotos De Video jugadores	21



INTRODUCCION

El proyecto que se desarrolla a continuación trata de un Plan de Empresa para la puesta en marcha de un negocio dedicado a la distribución y poner al público videojuegos mediante una plataforma llamada PED que unirá todas las tecnologías como lo son PLAYSTATIONS, XBOX, WI Y PC, además se espera ofrecer gran variedad de juegos para que nuestros clientes se sientan bien con el servicio. La idea de crear una empresa de estas características se basa en la gran oportunidad de negocio que presenta este sector, debido a que es uno de los sectores que sigue en crecimiento en el país.

El plan de empresa va a tener diferentes áreas de actuación. En primer lugar se ha analizado las perspectivas de la empresa y se ha concluido que nuestra plataforma PED buscara consolidarse en el mercado de los videojuegos online en el departamento y país. A nivel interno y de la competencia, según el análisis DOFA, se deduce que no existen barreras de entrada. El problema de este tipo de negocios no es la entrada sino es la supervivencia. Los proveedores y los clientes no tienen fuerza de negociación. En cuanto a la competencia directa, se dice que al ser un mercado globalizado, existe una desmesurada competencia.

Se ha analizado los aspectos operativos y los procesos del desarrollo del software, estando compuesto por: el análisis del mercado, el planteamiento del videojuego, los casos de prueba, la programación y la publicación. Asimismo se ha estudiado la estructura organizativa y los recursos humanos necesarios de plataforma PED. Con respecto a las políticas de marketing que se esperan aplicar, la estrategia de precio se basa en la competencia y en las necesidades del mercado, la cual es un centro de entretenimiento virtual llamada plataforma PED, además se espera realizar visitas a empresas, colegios y universidades e invertir en mercadeo y publicidad, Además se ha estudiado la rentabilidad de la inversión a realizar y se ha plasmado el calendario de implantación. Por último se han formulado unas conclusiones siendo las más relevantes la viabilidad del proyecto y la rentabilidad de la inversión.



RESUMENTE EJECUTIVO

La situación actual en el mercado de los videos juegos en Colombia nos muestra que ha tenido un crecimiento considerable, gracias a los avances tecnológicos en el último estudio se identificó que en Colombia existe 521.000 video jugadores y que este porcentaje crecerá sustancialmente para el año 2017 y por este motivo decidimos crear el proyecto de la plataforma PED a un precio estable y la mayoría de los recursos financieros son propios, se espera contar con el apoyo de entidades financieras, además se espera contar al momento de salir al mercado con aproximadamente con 300 usuarios, esperando seguir contando con ayuda y patrocinios de empresas privadas, publicas para hacer un proyecto más grande y poder competir con aquellas compañías de video juegos a nivel mundial, se espera que el proyecto Compita con la empresas del país y que en un futuro se pueda expandir al mercado internacional como en Estados Unidos y Europa donde se encuentra un gran porcentaje de video jugadores asiduos a estos programas más aun cuando vamos a contar con una series de innovaciones y de sorpresas para los usuarios a través de torneos y estrenos que ninguna otra plataforma lo esté contemplando, aparte de que de acuerdo a la edad y gusto de cada cliente, la plataforma PED ofrecerá gran variedad de juegos que hagan sentir cómodo y feliz con nuestro servicio y así aumentar nuestros clientes, además de ampliar nuestro catálogo de juegos.

Nuestra inversión será de \$60.000.000 aproximadamente en equipos de cómputo, escritorios y sillas, el software de aplicación, el servidor de seguridad, kit de herramientas, programas, licencias y en la adquisición de video juegos.

Nuestros ingresos serán: El valor de la suscripción será de \$70.000 mensual, cobro por publicidad \$50.000, torneo \$15.000 y patrocinadores \$40.000.

1. PRODUCTO Y SERVICIO

Nuestro producto es la Plataforma “PED”, que consiste en una plataforma en donde en las personas que buscan entretenimiento y distracción en sus ratos libres, además podrán encontrar gran variedad de juegos, ya que en el departamento y nación no existe una empresa fuerte que preste estos servicios, en nuestro país existen 521.000 video jugadores y la mayoría de ellos no cuentan con los recursos necesarios para adquirir una consola.¹

El más inmediato reflejo de la popularidad que ha alcanzado el mundo de los video juegos en las sociedades contemporáneas lo constituye una industria que da empleo a 120 000 personas y que genero ingresos a nivel mundial estimados en US\$10.000.000 de dólares en el año 2013.²

EVOLUCION DE LOS VIDEO JUEGOS PARA PC

Figura 1. Evolución Video Juegos



¹ CREATIVE-COMMONS. Bajo licencia ¡GamerFocus! Información de videojuegos desde Colombia. Disponible en: www.gamerfocus.co

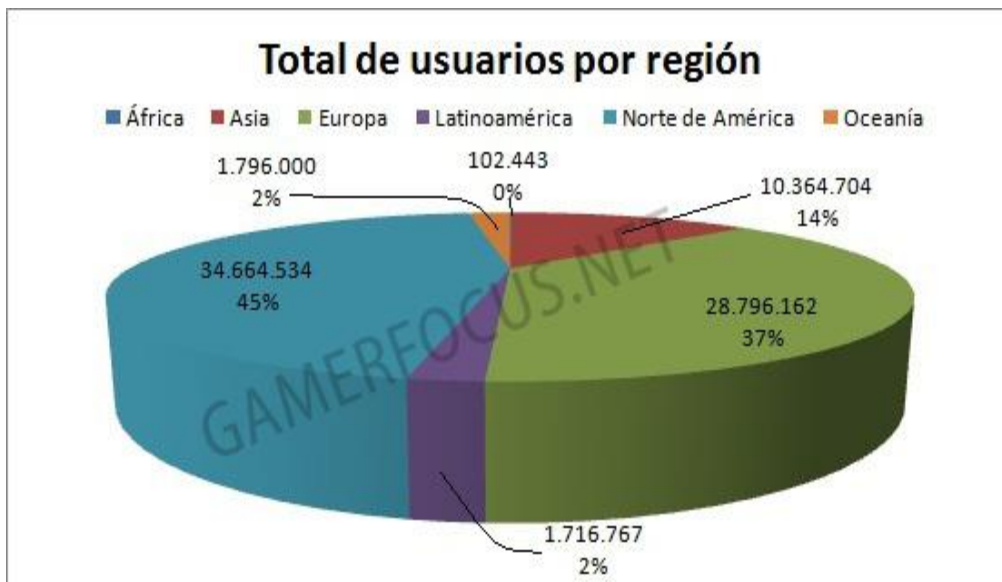
² CGAMESUSA 2013 - 18th International Conference on Computer Games. Desde el 29 de Julio al 1 de agosto 2013 en Louisville, Kentucky. Disponible en: <http://cgamesusa.com/>



Los jóvenes en la actualidad necesitan una forma de entretenerse o un pasatiempo en el cual puedan desarrollar sus habilidades y evitar el estrés y olvidarse por unas horas de sus obligaciones y tareas. La plataforma PED les facilitará divertirse y relajarse de su casa y aun bajo, en donde podrán jugar con personas de otros lugares, además de que podrán participar en un torneo mensualmente y así tendrá reconocimiento, experiencia y motivación para que participen en grandes torneos.

Los ingresos de un gamer no son nada despreciables, con un promedio de entre 12.000 y 30.000 dólares anuales y hasta la posibilidad de obtener visa de trabajo en Estados Unidos por ser líderes en video juegos.³

Grafica 1. Total de Usuarios



Este conteo se realizó teniendo en cuenta la cantidad total de la población mundial calculada en 7.000 millones de habitantes en el 2001⁴.

³ RAMÓN ALBERTO GARZA GARCÍA, Director portal Reporte Indico 2014, disponible en: www.reporteindigo.com

⁴ WORLD POPULATION, Census Bureau, International Data Base, disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Poblaci%C3%B3n_mundial.



Como se puede evidenciar en el anterior cuadro Latinoamérica tiene un gran número de video jugadores a los cuales queremos llegar con gran acogida y que puedan disfrutar de nuestra gran variedad de juegos que tendremos en nuestro catálogo.

Nuestro servicio espera satisfacer necesidades a la población que se calcula en 360.000 habitantes aproximadamente y representadas entre los 16 y 34 años, otra gran ventaja es que el valor por suscripción tiene un costo más cómodo que otras plataformas y en el Caso de nuestro proyecto será de \$70.000 mensualmente, cabe recordar que los usuarios tendrán la oportunidad de participar de un torneo por mes, además obtendrán Descuentos y estrenos de juegos, debido a que la patente será explotada en Colombia.

1.1 PROPUESTA DE VALOR

Brindar una plataforma que permite unir diferentes tecnologías (Xbox, pc, PlayStation y móviles) facilitando el desarrollo de torneos en línea para los gamers, además que se subirán videos y estrenos.

Características:

- Modelo Premium
- Personal Especializado
- Zona VIP
- Servicios de calidad
- Campeonatos
- Sin cláusula de permanencia
- Usuario y contraseña única para cada suscriptor

La plataforma PED tendrá gran acogida, debido a que su costo de suscripción es bajo, solucionan problemas de estrés y falta de entretenimiento y diversión de cada usuario y a los demás video jugadores que no cuentan con recursos para adquirir una consola.



Se pretende con esta plataforma pasar del 5% al 30% de usuarios activos que actualmente existen en Colombia y que estos se dediquen 1 hora diaria más de lo que actualmente están consumiendo el común de los colombianos y algo importante es lograr que todos busquen la creatividad y la innovación en nuevos programas o Plataformas recreativas buscando con ello que Colombia sea en el término de 3 años una potencia en la industria del video juego con nuestra plataforma PED.

Se espera que nuestro proyecto tenga gran apoyo por parte de todas las instituciones educativas y universidades para prevenir la violencia que se está presentando actualmente en nuestro país, por falta de espacios de recreación y por el mal uso de los ratos de ocio que vive la población adolescente en Colombia, es decir que son muchas las garantías y los beneficios que obtendrá tanto la comunidad y los integrantes del proyecto y así poder cubrir toda la cobertura nacional y llegar a los 360.000 video jugadores aficionados.



2. EQUIPO DE TRABAJO

Nuestro equipo de trabajo estará conformado por:

CRISTIAN IVAN FARFAN TIUSO (GERENTE) 23 años, Sueldo 2.500.000, se destaca en el manejo de personal, gestión de finanzas y en el análisis en cuanto a la toma de decisiones, tiene un año de experiencia y está terminando sus estudios en la Universidad cooperativa de Colombia sede Villavicencio. Trabajo seis meses en el consorcio ECODES GESAM en la parte de producción y auxiliar del jefe de personal.

DIANA GONZALES (AUXILIAR ADMINISTRATIVA) 25 años, Sueldo 1.000.000, se destaca en el servicio al cliente, ayuda en que haya buena comunicación en la empresa y es una joven con buena habilidad negociadora, tiene dos años de experiencia, ha trabajado en una sucursal de la empresa de teléfonos CLARO como asesor de ventas, Estudio en el Sena.

MARIA CAMILA CORTES (JEFE DE MERCADEO Y PUBLIDICIDAD) 27 años, sueldo 1.500.000 se destaca en el manejo de las redes sociales, en ventas, tiene habilidad negociadora y maneja buena relación con los clientes. Tiene dos años de experiencia, ha trabajado en mediawise Colombia en la parte de consultoría empresarial, estudio en la Universidad Central de Colombia.

WILLIAM ORLANDO BOJACA (INGENIERO DE SISTEMAS) 20 años, sueldo 2.000.000, se destaca en el manejo de las páginas web, software y mantenimiento de equipos. Ha trabajado de forma independiente creando páginas web y mantenimiento de equipos durante 1 año, estudio en la Universidad de los Llanos.



MARLON ANTONIO PARRADO (INGENIERO DE SISTEMAS) 35 años, sueldo 2.000.000 se destaca en la creación de redes sociales, imágenes recreativas, videos y en la gestión de plataformas tecnológicas. Tiene 10 años de experiencia ha trabajado en colegios como Docente de informática y estudio en la Universidad Católica.

JUAN CARLOS BELTRAN (INGENIERO DE SISTEMAS), 26 años, sueldo 2.000.000, se destaca en seguridad informática, Privacidad en las redes sociales y en el manejo de bases de datos. Tiene tres años de experiencia ya que desde joven se ha dedicado a cuidar el café internet de la familia y en la actualidad está terminando sus estudios en la Universidad de los Llanos.

Todos tenemos ganas de salir adelante y la motivación de hacer lo que nos gusta, eso es lo más importante, ya que es una motivación de sí mismo, de superación, tener nuestro propio negocio y expandirlo, en el caso del ingeniero Marlon una gran motivación y obligación es su familia ya que es padre y esposo, los demás somos jóvenes que tenemos metas claras y que damos lo que sea por sacar adelante el proyecto, además que vimos la necesidad en nuestra ciudad, departamento y país no hay una plataforma que reúna todos los aspectos y las necesidades que tienen los clientes o muchas lo están constituidas pero no se han dado a conocer y esa es la falla que no tienen un departamento de publicidad y mercadeo claro y que se enlace con su misión u objetivo de la organización y por eso no han tenido éxito en el mercado.

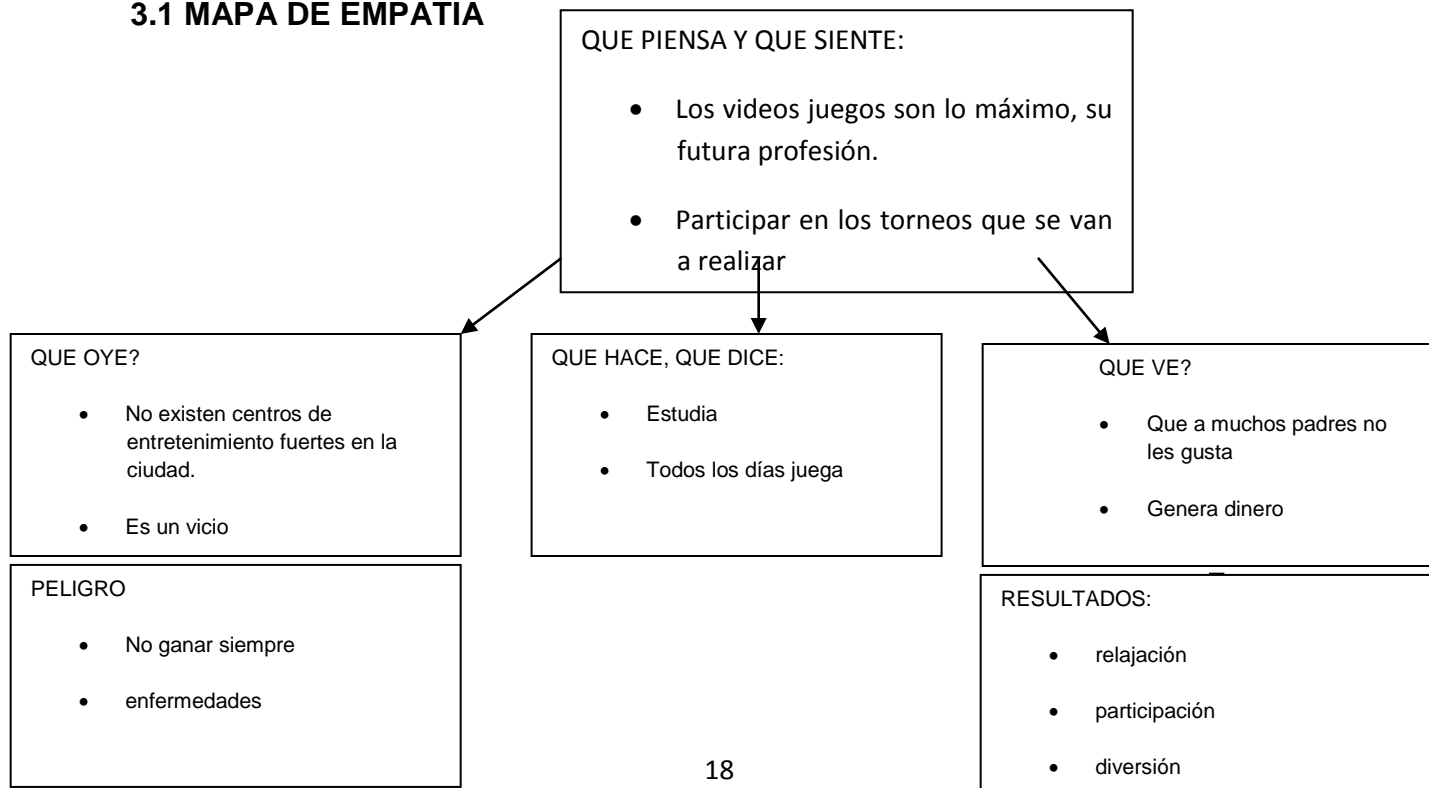


3. PLAN DE MERCADO

Es el reto principal que va adquirir nuestra empresa a través de este proyecto ya que para buscar los clientes potenciales de 16 a 34 años, se tuvo que recurrir a entrevistas, se realizaron 10 a nuestros amigos y conocidos de diferentes edades y por esta razón identificamos que las edades de nuestros clientes serán de 16 a 34 años, mapa de empatía y análisis mercado. Estos tipos de proyectos llegándole al cliente de manera directa y teniendo en cuenta que vamos a prestar un mejor servicio que nuestra competencia, aparte de tener en cuenta las sugerencias dadas por nuestros entrevistados.

Cabe anotar que esta idea también será realizada teniendo en cuenta los consejos, críticas, comentarios de amigos y conocidos con el fin de lograr un buen producto y de generar un gran impacto al momento de salir al mercado, prestando un excelente servicio.

3.1 MAPA DE EMPATIA





Los clientes que se tuvieron en cuenta fueron generalizados entre estudiantes, comerciantes, amas de casa ubicados en toda la ciudad de Villavicencio y en algunas ciudades del país como Bogotá, Medellín y Cali. Tuvimos claro que para este servicio había muchos clientes potenciales por ser una plataforma de gran innovación tanto en el aspecto económico y tecnológico. La competencia de mi empresa son juegos en línea, axeo5 que trabajan o funcionan mediante las redes sociales y no cuentan con una plataforma propia, como la va tener nuestro proyecto la plataforma PED.

3.2 COMPETIDORES.

Tabla 1. Competidores

EMPRESAS FACTORES	COMPETENCIA 1	COMPETENCIA 2	COMPETENCIA 3	COMPETENCIA 4	
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	Valve juegos (USA) 	Juegos en línea (Colombia)	Juegos.com 	Axeso5 	PED (Colombia)
PRECIO	Desde 10 Dólares	Gratis	Gratis	\$92.000	\$70.000
CANAL DE DISTRIBUCION	Portal web	Página web	Página web	Página Web	Página Web, redes sociales, periódico tradicional, forma directa.
VALOR AGREGADO	Gran variedad de juegos, chat de mensajes y foros	Juegos clásico e infantiles	Juegos Infantiles	Solo juegos de guerra.	Torneos, gran variedad de juegos y chat compartido.
TECNOLOGIA	Plataforma Web	Plataforma Web	Plataforma Web	Plataforma Web	Plataforma

UTILIZADA					Web
ESTRATEGIA PROMOCIONAL	Prueba de juegos por un día	Que todos los juegos son gratis	Todos los juegos son gratis	Ninguna	Videos y estrenos
PERFIL DE CLIENTES	Cualquier persona	Niños	Personas jóvenes	Aficionados a las armas.	Personas de 16 a 34 años

3.3 ALIADOS

Figura 2. Aliados

EFEECTO STUDIOS (COLOMBIA) : Crean juegos



BRAINZ COLOMBIA: Audio Ninja catalogado un de los mejores juegos en Latinoamérica.



MICROSOFT: Provee Equipos.



Se esperan tener alianzas con las anteriores empresas ya que trabajan a nivel mundial y sus productos son de gran importancia para nuestro funcionamiento.

Nuestro mercado potencial son 520.567 video jugadores que existen en el país, de tal manera que a largo plazo esperamos expandir nuestros servicios a nivel mundial y por tal razón cada día mejoraremos nuestro servicio, ya que todos los clientes no desean los mismos juegos o no les interesan nuestros servicios y por esta razón tendremos gran variedad de juegos, además que los aficionados alrededor del mundo gastan miles de dólares en membresías y suscripciones para poder disfrutar y entretenerse en sus ratos libres.

El mercado objetivo de nuestro proyecto son los 360.000 habitantes representadas entre los 16 a 34 años, que esperamos satisfacer sus necesidades en cuanto a la prestación de nuestros servicios, no importa el lugar de procedencia, ni su profesión ya que los estudios realizados nos dieron como resultado que estas personas son las que más necesitan los video juegos, son los grandes aficionados y son los que nosotros queremos atraer para que adquieran nuestros servicios y así podamos satisfacer sus necesidades de jugar y divertirse en su tiempo de descanso a un precio cómodo y en donde podrán disfrutar de gran variedad de juegos.

Figura 3. Fotos De Video jugadores



Fotos tomadas en el campus party 2013 realizado en nuestro país en la ciudad de Medellín en donde asisten grande emprendedores de la tecnología en cuantos a los videos juegos, además que miles de aficionados visitan este evento.⁵

Grafica 2. Ranking Mundial



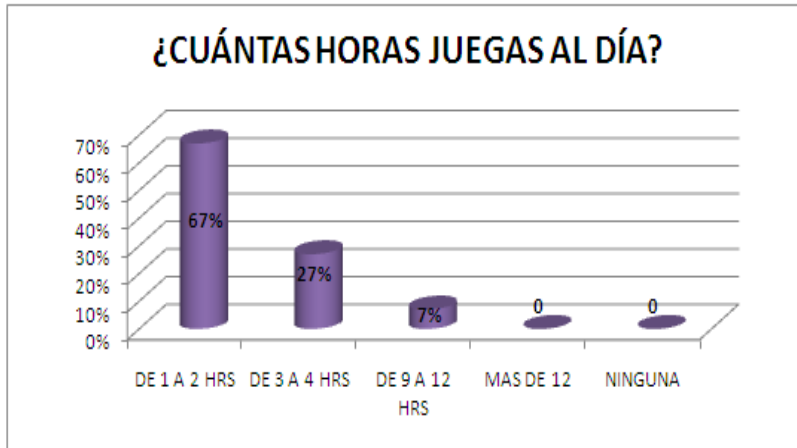
En el anterior cuadro nos muestra los países en donde los aficionados a los videos juegos dedican más tiempo para ello y En donde nuestro país se ubica en el puesto 12 con un 49,5% aproximadamente de uso semanal y esto nos conlleva a que hay gran demanda para nuestro proyecto.⁶

Según un estudio hecho en un colegio a 736 alumnos de los grados octavo, noveno, decimo y once, de las edades 14 a 19 años para evidenciar cuantas horas diarias juegan:

⁵ CAMPUS PARTY Colombia 7a. Edición, tecnología, emprendimiento, cultura y ocio digital, Disponible en: <http://www.campus-party.com.co/2014>.

⁶ CORPORACIÓN COLOMBIA Digital; Actualidad, proyectos y generación de opinión sobre nuevas tecnologías de la información; Disponible en: <http://www.colombiadigital.net/>

Grafica 3. Cuantas Horas Juega



El 67% de los encuestados juegan de 1 a 2 horas, el 27% de los encuestados juegan de 3 a 4 horas, 7% de los encuestados juega de 9 a 12 horas, el 0% dijo más de 12 horas y el 0% dijo ninguna, esto quiere decir que los video jugadores se toman un tiempo corto en el día para distraerse y alejarse de sus obligaciones.

Grafica 4. Tipo de videojuegos preferido



El 20% de los encuestados respondieron que le gustan los videojuegos de aventuras, el 17% de los encuestados le gustan los videojuegos de carreras, el 53% respondieron que le gustan más los videojuegos de violencia y el 10% de los encuestados le gustan otro tipo de videojuegos, esta grafica nos ayuda a

enfocarnos en los videos juegos de guerra, de acción, de misiones para satisfacer a nuestros clientes.

Grafica 5. Imitan lo que hacen las personas los videojuegos.



El 75% respondió que si imita lo que hacen los personajes del videojuego, apenas el 25% respondió que no y un 0% respondió a veces, se nota la afición de los jugadores ya que se disfrazan de los héroes con los que juegan o interactúan en los juegos.⁷

La plataforma que entrara a operar tendrá un valor al cliente por suscripción de \$70.000 mensuales, un costo menor que la competencia y el cálculo de este valor está determinado mediante estudios de mercado y estrategia de precio, siempre teniendo en cuenta que el cliente se encuentre satisfecho como estrategia principal.

Por último la estrategia para la distribución del producto la haremos mediante el establecimiento propio que en nuestro caso será por medio de la oficina que estará en el barrio bosque alto y para promocionar la plataforma PED utilizaremos varios canales de transmisión de la información tales como la publicidad tradicional a través del periódico, el mercadeo directo que lo harán a la directora de

⁷ Rodríguez Pereira German " videojuegos". Monografias.com S.A [en línea]. (2013) disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos16/video-juegos/video-juegos.shtml>



servicio al cliente y la jefe de mercadeo que en muchos de los casos hará visitas en colegios, universidades.

Empresas promocionando nuestros servicios, mercado digital como lo son la página web, redes sociales que estarán a cargo de nuestros ingenieros.

Con el desarrollador de software que se utilizara para crear la plataforma es de alta tecnología y por ende de fácil acceso a los clientes de las edades antes mencionados es decir jóvenes de los 16 a 34 años población que mantiene un alto porcentaje de supervivencia tanto en Colombia como en el mundo entero nos hizo que en el mercado de la informática y tecnología nos ubicáramos en gran parte del mercado más aun cuando los valores son de menos costo, es por ello que para la elaboración del mercadeo en la implementación de esta plataforma se tuvieron en cuenta los mas mínimos detalles manifestados por las personas y futuros clientes entrevistados y no se escatimo esfuerzo alguno como económico, tecnológico para decir que va ser uno de los proyectos con mayor proyección a nivel nacional como internacional, contando con el esfuerzo y la participación de los integrantes de la empresa.



4. SISTEMA DE NEGOCIO

4.1 MISION.

Creamos felicidad y relajación satisfaciendo las necesidades y los deseos de los clientes al brindar el mejor entretenimiento y la diversión con costos bajos y para personas de las edades 16 a 34 años, mediante una plataforma de juegos en línea.

4.2 VISION.

Ser reconocido por la calidad en el servicio de video juegos en línea, ser líder en la venta de suscripciones en los mercados donde llegue la empresa, generando un impacto económico en el mercado nacional e internacional.

4.3 VALORES

Nuestro Personal exaltara valores como:

- Honestidad
- Transparencia
- Responsabilidad
- Sentido de pertenencia institucional
- Tolerancia
- Seriedad con sus funciones
- Respeto hacia el Cliente

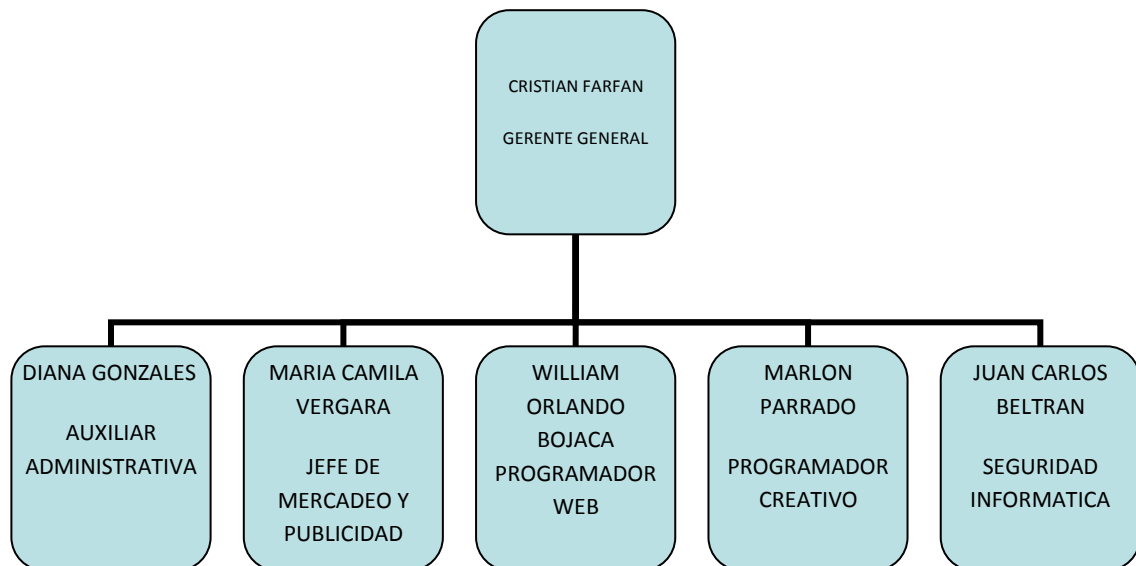
Se inculcaran en nuestra empresa para que los clientes se sientan cómodos con nuestros servicios y atención.



4.4 OBJETIVOS FUNDAMENTALES:

- Aumentar las suscripciones de juegos en línea
- Aumentar los ingresos a medida que vaya creciendo la empresa
- Mejorar el servicio a diario
- Diseñar nuevos juego

4.5 ORGANIGRAMA



El gerente tendrá el papel de supervisar y hacer que la compañía cumpla con sus objetivos, tomara decisiones, contratara el personal y llevara las finanzas del proyecto. La auxiliar administrativa ayudara al gerente en sus funciones, en cuanto a las finanzas y tendrá a cargo la oficina en donde nuestros clientes podrán ir por si tienen alguna sugerencia. La jefe de mercadeo estará encargada de toda la publicidad de la empresa hará las visitas a las universidades, colegios, empresas y tendrá la función de que la empresa la escuchen hasta en las poblaciones más lejanas del departamento. Los ingenieros tendrán a cargo el manejo de las redes sociales y que estén actualizando las ultimas ocurrencias en cuanto a la empresa, el ingeniero Marlon tendrá a cargo incorporar los juegos, las imágenes de los patrocinadores y las empresas que paguen por publicidad y el ingeniero Juan



tendrá la responsabilidad de la seguridad de toda la información privilegiada de la empresa, como la base de datos y los contenidos de nuestra pagina web.

Actividades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición del desarrollador de software. 2. selección de suscriptores 3. selección del personal 4. selección de los juegos 5. definir el presupuesto 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tutoriales de Instrucción. 2. Presentación de nuevos juegos. 3. Capacitaciones del nuevo personal. 4. Asesorías de expertos en video juegos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Internet. 2. Capacitaciones para todo el grupo de trabajo. 3. Alianzas empresariales 4. Proveedores 5. Patrocinadores 	Visitas a empresas y universidades Entrega de volantes. Socialización por el periódico. Redes sociales. Atención al cliente. Página web.	PRESTACION DEL SERVICIO	Llamadas telefónicas para conocer el nivel de satisfacción de los clientes. Chat de sugerencia. Chat o correo para responder preguntas frecuentes.
	Logística interna	Operaciones	Logística externa	MERCADEO Y VENTAS		SERVICIO POSVENTA
DISEÑO Y CONCEPCION						

En el anterior diagrama se dieron conocer las diferentes actividades que va tener nuestra plataforma PED al momento de su estructuración y funcionamiento en el cual observamos una logística interna única a nivel nacional, además con juegos bastantes creativos y con la opción de entrar en alianzas o patrocinios con empresas serias y de alta competencia, más aun cuando se cuenta con un servicio de posventa que hace estar pendiente del objetivo principal en toda empresa como lo es el cliente referente a las innovaciones y programas que se vayan creando.



5. ANALISIS DE RIESGOS

5.1 MATRIZ DOFA

Tabla 2. Matriz DOFA

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de experiencia en algunos Integrantes del equipo de trabajo• Falta de financiación• Falta de comunicación• Vida del juego muy corta	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Elevada competencia a nivel mundial.• Poca fidelidad de los jugadores• Entrada de empresas extranjeras• Avance tecnológico
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Bajo costo de producción• Fácil acceso y jugabilidad• Plataforma Propia• Inmune a la piratería• Unión en el equipo de trabajo	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Crecimiento económico• Videojuegos como cultura y entretenimiento.• Redes sociales• Crecimiento de la población

En la matriz DOFA encontramos varias debilidades y amenazas que en el futuro van afectar el funcionamiento y la producción del proyecto y por eso vamos a contar con un capital grande para así colocar en nuestro catálogo juegos recientes y cada día estar mejorando nuestro servicio, además de contar con la última tecnología en cuanto a plataforma y diseño de juegos para estar al tanto con nuestros clientes y con la competencia. En cuanto a la falta de comunicación se va realizar semanalmente una reunión para resolver inquietudes en todo el equipo de



trabajo y que cada uno de su opinión y así resolver los problemas entre todos como grupo o equipo.

En cuanto a las fortalezas y Oportunidades vamos aprovecharlas al 100% para que nuestros clientes se sientan complacidos y no abandonen nuestra plataforma, pero de ninguna manera vamos a dejar de trabajar para el mejoramiento de nuestros servicios ya que es nuestra gran virtud, trabajar para nuestros clientes y hacerlos sentir bien.

Como en todo negocio, la creación de una empresa deben tenerse en cuenta todos los riesgos que se pueden presentar a favor y en contra para el desarrollo de la misma por ello se a diseñado unas estrategias para enfrentar cualquier inconveniente que se presente, las cuales serán:

DIMENSION: ORGANIZACIONAL

RIESGO:

- No encontrar el personal adecuado para el manejo de la plataforma.
- Falta de comunicación dentro de la empresa.
- Disminución de la productividad.

COMO AFRONTARLO:

- Capacitación de manera constante a los empleados.
- Reunión semanal con el equipo de trabajo a fin de que cada uno exprese sus inquietudes.
- Ofreciendo incentivos y salidas recreacionales.

REDUCIR IMPACTO:

- Presencia constante del gerente para determinar el inconveniente.
- Motivar mensualmente a los empleados con comisiones e incentivos.



DIMENSION: FINANCIERO

RIESGO:

- Pocos recursos propios.
- Falta de colaboración por parte de las entidades financieras.

COMO AFRONTARLO:

- Tener a la mano futuros inversionistas potenciales económicamente
- Contar con el apoyo de entidades estatales.

REDUCIR IMPACTO:

- Debemos darle solución de manera inmediata.

DIMENSION: LEGISLACION

RIESGO:

- Creación de nuevas normas.
- Desconocimiento de las normas.

COMO AFRONTARLO:

- Capacitaciones

REDUCIR IMPACTO:

- Contratar los servicios de un profesional del derecho

DIMENSION: MERCADO

RIESGO:

- Surge más competencias.
- Falta de suscriptores.



COMO AFRONTARLO:

- Invirtiendo en tecnología
- Haciendo promociones y descuentos.

REDUCIR EL IMPACTO:

- Estar al tanto de los cambios tecnológicos.

Anteriormente se dio a conocer todos los mecanismos con que cuenta la empresa a fin de contrarrestar cualquier riesgo que se presente ya sea en el orden administrativo, financiero, legislativo y de mercadeo dando de manera inmediata las soluciones y los mecanismos para evitar que estos se presenten nuevamente, haciendo énfasis en que estos son sencillos y de fácil aplicación por parte de los integrantes de la empresa.



6. PLAN DE IMPLEMENTACION

Tabla 3. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES														Responsable	Producto y resultado	Costo
Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
DESARROLLO																
Adquirir el software	X													Cristian	Activos	3.000.000
Desarrollo de software		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		Marlon	Archivos	5.000.000
Selección de juegos	X	X												Marlon	Catalogo	1.000.000
Puesta en marcha	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		Cristian	Informe	1.500.000
Software de prueba	X	X	X											Marlon	Archivos	8.000.000
Desarrollo de un método de pago	X	X												Cristian	Informe	1.000.000
MARKETING																
Visitas a empresas universidades y colegios			X	X	X									Camila	Informe	500.000
Socialización en Redes sociales y periódico tradicional		X	X	X	X									Camila	Informe	1.000.000



Inicio en Villavicencio	X	X	X												Cristian	Informe	3.000.000
Inicio en Bogotá													X		Cristian	Informe	3.000.000
DIRECCIÓN Y OPERACIONES																	
Fundación empresa	X														Cristian	Archivo	6.000.000
Formación del Equipo de Trabajo	X														Cristian	Perfiles	11.000.000
Inicio de Alianzas				X	X			X	X	X	X	X	X		Cristian	Informe	1.000.000

7. PLAN FINANCIERO

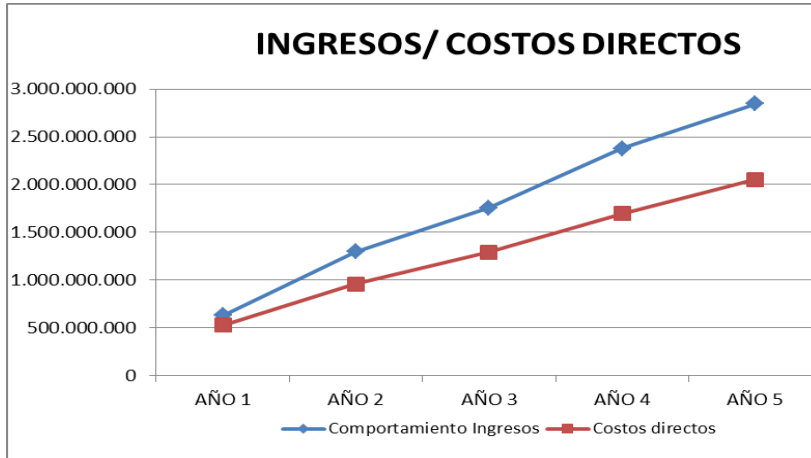
7.1 PUNTO DE EQUILIBRIO:

- ARRIENDO: 1.000.000
- SERVICIOS PUBLICOS: 400.000
- TRANSPORTE-CONTACTO-CLIENTE: 600.000
- MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTO Y REDES: 470.000
- FOTOCOPIAS Y PAPELERIAS: 30.000
- HOSTING Y DOMINIO DE LA PAGINA WEB: 2.000.000
- COMISIONES: 500.000
- NOMINA: 11.000.000
- GASTOS: \$16.000.000
- SUSCRIPCIONES VALOR: $70.000 \times 200 = 14.000.000$
- PATROCINADORES VALOR: $40.000 \times 5 = 200.000$
- TORNEOS VALOR: $15.000 \times 90 = 1.350.000$
- PUBLICIDAD VALOR: $50.000 \times 9 = 450.000$



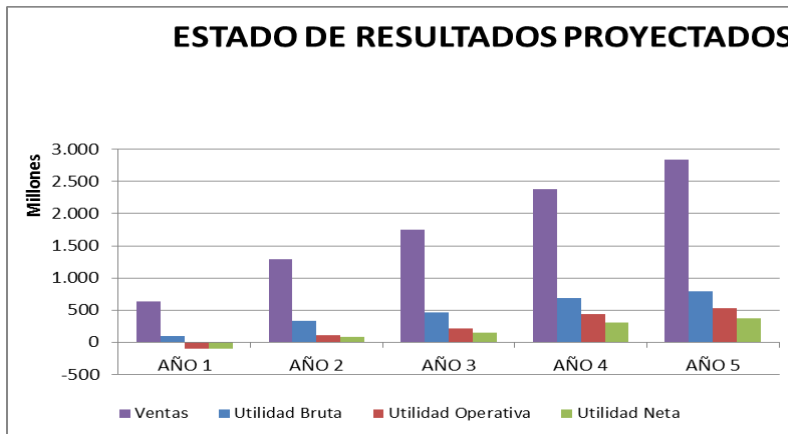
Esta es la cantidad que se deberá vender para obtener un punto de equilibrio, en donde no se gana ni se pierde, pero tiene para pagar sus obligaciones.

Grafica 6. Ingreso y costos Directos



Se puede evidenciar que el comportamiento de los ingresos a medida que pasa el tiempo es mayor ya que nuestro proyecto va aumentando sus clientes y sus servicios, esto conlleva a que tengamos mas ganancias pero a la vez nuestros costos directos va aumentando porque el volumen de nuestros servicios o productos es mayor.

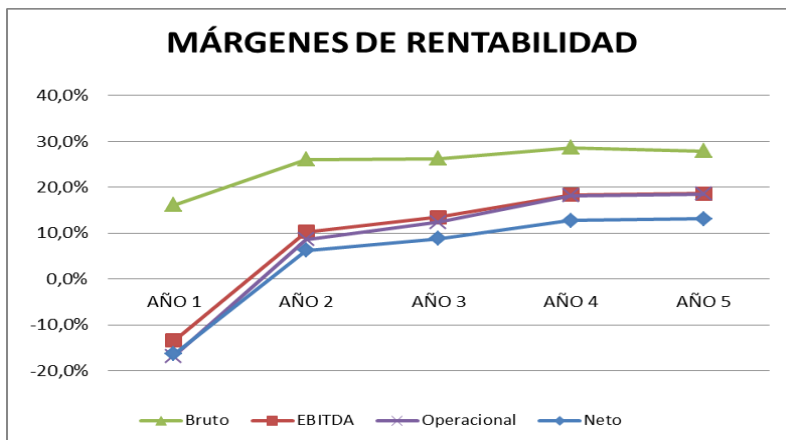
Grafica 7. Estado de Resultados del proyecto





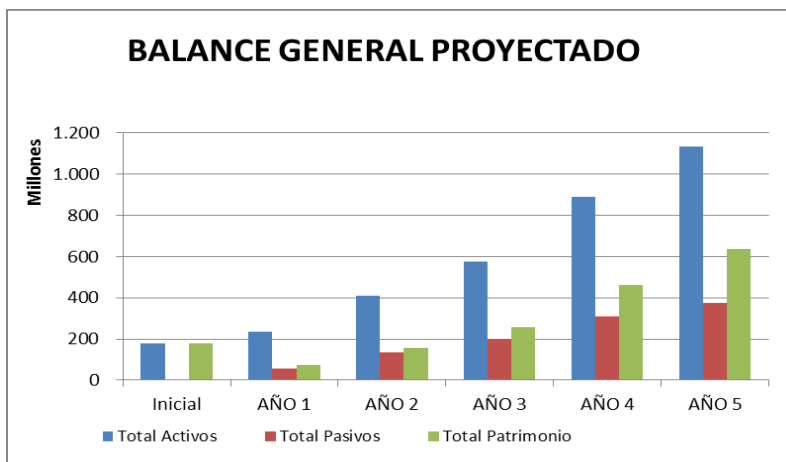
Como se ve anterior cuadro las ventas suben cada año, esto es por el aumento de clientes y la gran acogida que tendra nuestro proyecto en el mercado, pero en cuanto a las utilidades no se ve un gran aumento ya que en el primer año se refleja perdidas pero ya en el segundo año se Identifican unas ganancias en las utilidades, esto sucede porque el proyecto ya tomo poder y esta atrayendo todo los clientes posibles que estan en el mercado.

Grafica 8. Margen de rentabilidad



La rentabilidad Bruta desde el primer año a sido positiva ya que a esta no se le a restado los gastos del proyecto, en las demas en el primer año son negativas ya que en el, la empresa obtuvo perdidas, pero apartir del segundo el panorama de la empresa cambio y empezaron las utilidades y el progreso del proyecto.

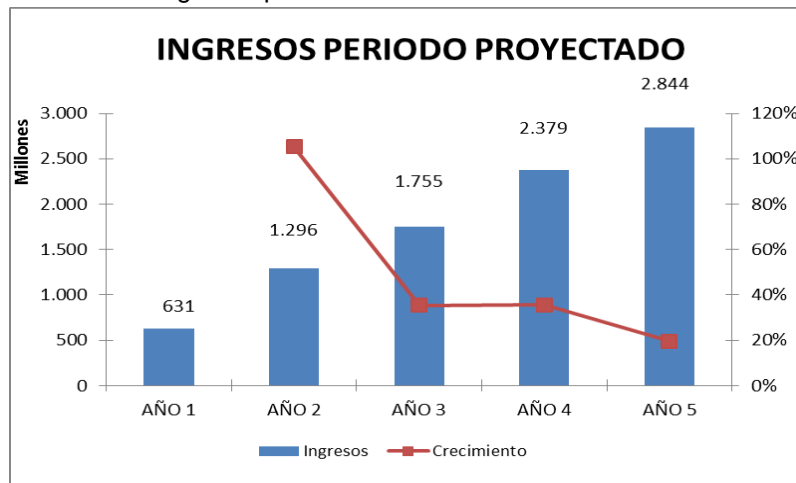
Grafica 9. Balance General Proyectado





Como se ve en el cuadro desde el inicio de la empresa contamos con un buen capital de activos, esto quiere decir que estamos Preparados para salir al mercado y responder con todas nuestras obligaciones o necesidades que debamos satisfacer a nuestros clientes, nuestro pasivo como siempre desde el primer año ya que comienzan nuestras obligaciones financieras y nuestras deudas a proveedores.

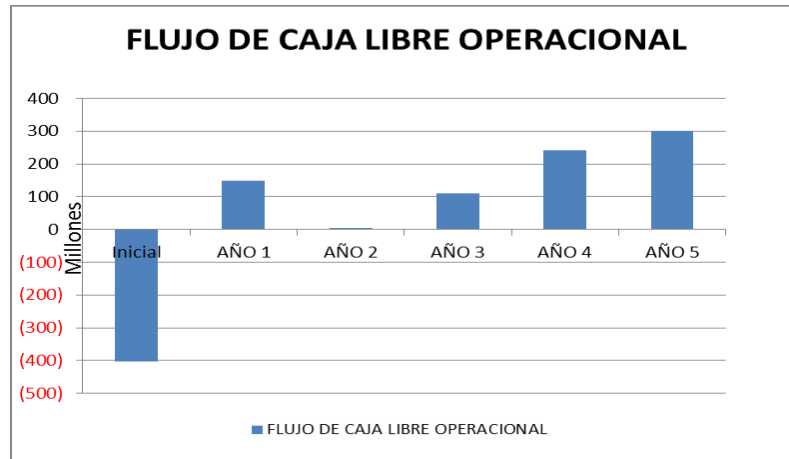
Grafica 10. Ingresos por Periodo



Los ingresos cada año tiene un gran aumento ya que los clientes son mas, a medida que pasa el tiempo, en la parte del crecimiento en el segundo año llego al tope pero apartir de este empezo a disminuir, esto puede ser por el aumento de la competencia y de los avances tecnologicos que hacen que los jovenes o aficionados tengas mas facilidad para jugar en linea o comprar juegos.

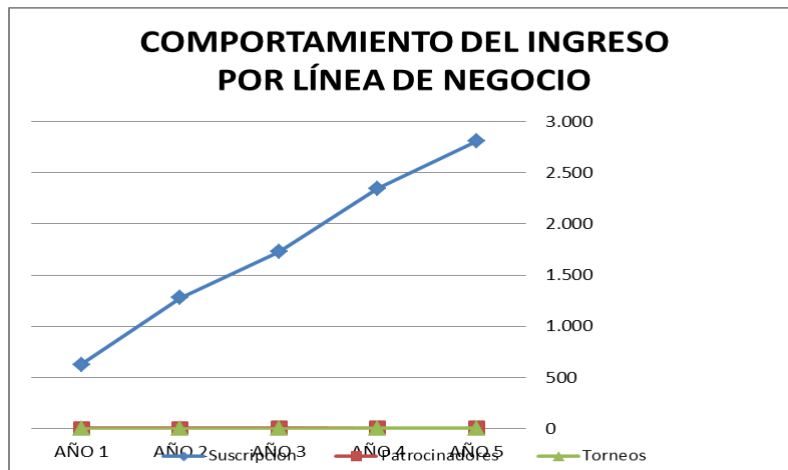


Grafica 11. Flujo de caja



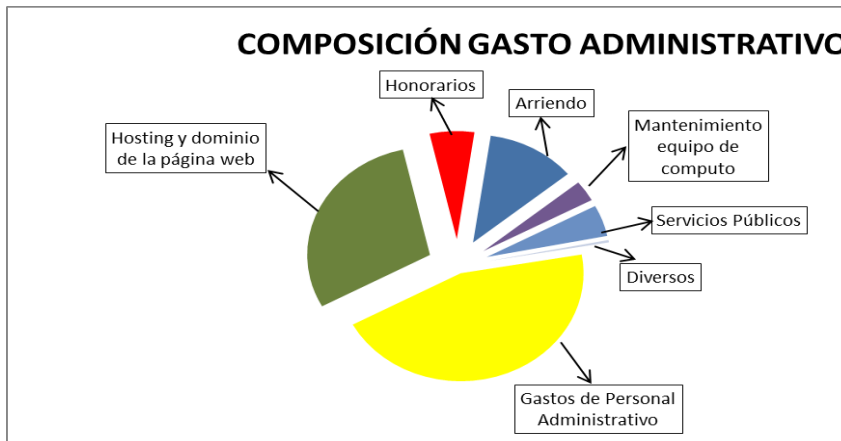
Obtuvo perdidas del inicio hasta el primer año, pero desde el segundo se empezaron a reflejar el movimiento de caja, esto quiere decir que el dinero que entraba a la empresa era para el pago de los empleados o de las obligaciones financieras y que no quedaban utilidades.

Grafica 12. Comportamiento del ingreso



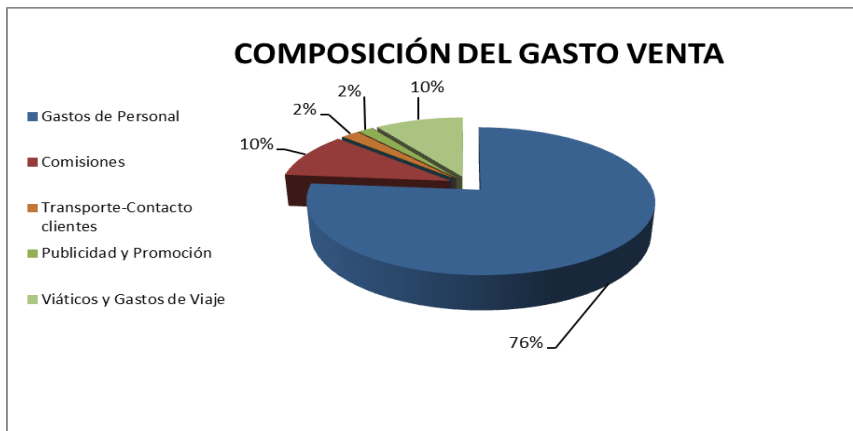
Como lo muestra la grafica nuestra mayor fuente de ingreso son las suscripciones a la plataformas que nos arrojan gran cantidad de utilidades, por otro lado los ingresos por los patrocinadores, torneo y por publicidad son bajos ya que son nuestra fuente secundaria de ingresos y para ellos no hay mucha inversion como lo es para la plataforma y su funcionamiento.

Grafica 13. Composición gastos administrativos



Nuestro mayor gasto es el de personal administrativo, seguido por el hosting y dominio de la pagina web ya que va ser nuestra gran fuerza para atraer nuestros clientes al igual que con las redes sociales.

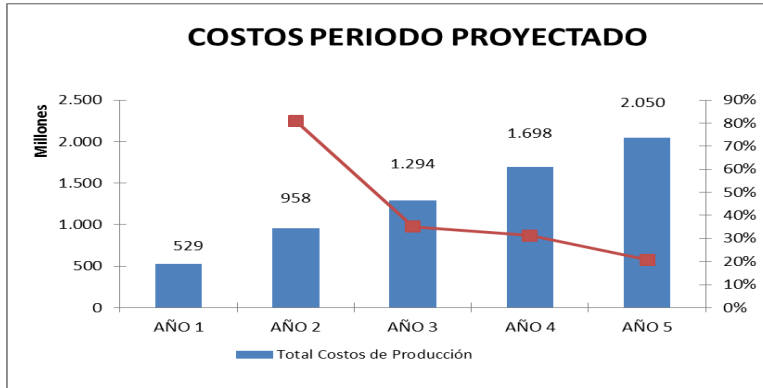
Grafica 14. Composición del gasto venta



Los gastos del personal son altos, seguido por publicidad y promocion ya que nosotros antes y al momento de salir al mercado queremos llegar pisando duro y que nos reconozcan en todo el departamento y en la nacion a medida que pasa el tiempo.



Grafica 15. Costos



A medida que la empresa crece, los clientes aumentan y esto hace que los costos sean mayores para así producir nuestro servicio, el cual es incorporar los últimos juegos que han llegado a la plataforma, se requiere de más mano de obra directa e indirecta y el mejoramiento de ella misma.

Tabla 4. Enfoque proyecto

ENFOQUE PROYECTO	
EVALUACIÓN SIN DEUDA	
Con valor residual	
Tasa de descuento	20,7%
Crecimiento a perpetuidad	2,00%
VP Flujos de caja	1.058.526.292
Inversión inicial	(403.158.805)
VPN	655.367.487
TIR	53,2%

Con una inversión de \$ 403.158.805, nuestra empresa a los 5 años tendrá una tasa de retorno de 53.2% lo que hará que nuestra empresa valga \$ 655.367.487.



8. ENTIDADES DE APOYO

- Ministerio de tecnologías y comunicaciones
- Alcaldía de Villavicencio
- Gobernación del Meta
- DOCENTE GUIA : camilo Andrés Riveros
- Fundación Bavaria
- Las familias de cada integrante del equipo de trabajo
- Concurso Ventures 2014



CONCLUSIONES

- El ciclo del desarrollo de la plataforma virtual engloba: diseño y creación de la plataforma y página web, creación de las redes sociales, implementación, mantenimiento y actualización de cada una de ellas.
- La misión de la plataforma PED es Crear felicidad y relajación al brindar el mejor entretenimiento y diversión para personas de las edades entre 16 a 34 años mediante una plataforma de juegos en línea.
- La plataforma PED cuenta con 6 trabajadores los cuales son: el gerente, Auxiliar administrativa, jefe de mercadeo y publicidad, un programador de web, un programador creativo y jefe de seguridad informática.
- Se necesita una inversión aproximada de \$400.000.000 la cual será financiación propia y ajena para poder realizar este proyecto ya que se necesita de un gran capital.
- La empresa realiza bastante publicidad, actualizando a sus clientes desde nuestras redes sociales y además de las visitas que realiza nuestro jefe de mercadeo y publicidad.
- Se identificó que en el primer año se obtuvo pérdida, pero es algo normal en el mercado ya que la empresa está iniciando sus labores y se esperan ganancias a partir del segundo o tercer año.



RECOMENDACIONES

- Tener bien estructurada la idea para no tener problemas al momento de implementarlo.
- En cuanto a la Misión del proyecto se debe tener en cuenta cual va ser su cliente objetivo para así cumplir con sus expectativas.
- Tener claro que cargos y funciones necesita para el desarrollo del proyecto ya que muchos no tienen claro que personas necesitan, para poder ejercer su empresa, además de saber cuánto se les puede pagar, para no tener problemas en la parte financiera de la organización.
- Un proyecto de este tipo se necesita de un gran capital financiero y para ellos se debe hacer un préstamo bancario con el objetivo de tener todo estructurado y que no falte nada al momento de salir al mercado.
- No asustarse si el primer año obtiene pérdidas ya que la empresa apenas está comenzando y no tiene los clientes suficientes para obtener las ganancias esperadas, pero de igual forma tratar de obtener las pérdidas más bajas.



BIBLIOGRAFIA

- GARCIA, Albert 31 de Diciembre del 2013
<http://lavanguardia.com/tecnología/videojuegos/pc.html>
- Alta densidad, 2 de mayo del 2013 <http://altadensidad.com>
- GONZALES, Carlos 26 de julio del 2013
<http://www.reporteindigo.com/indigonomics/el-negocio-de-ser-gamer>
- GARCIA, Sergio 23 de mayo del 2013 <http://www.hobbyconsolas.com>
- GOMEZ, Andrés 15 de Abril del 2013 www.colombiadigital.net
- SANCHEZ, José 22 de enero del 2014 www.adictos.com