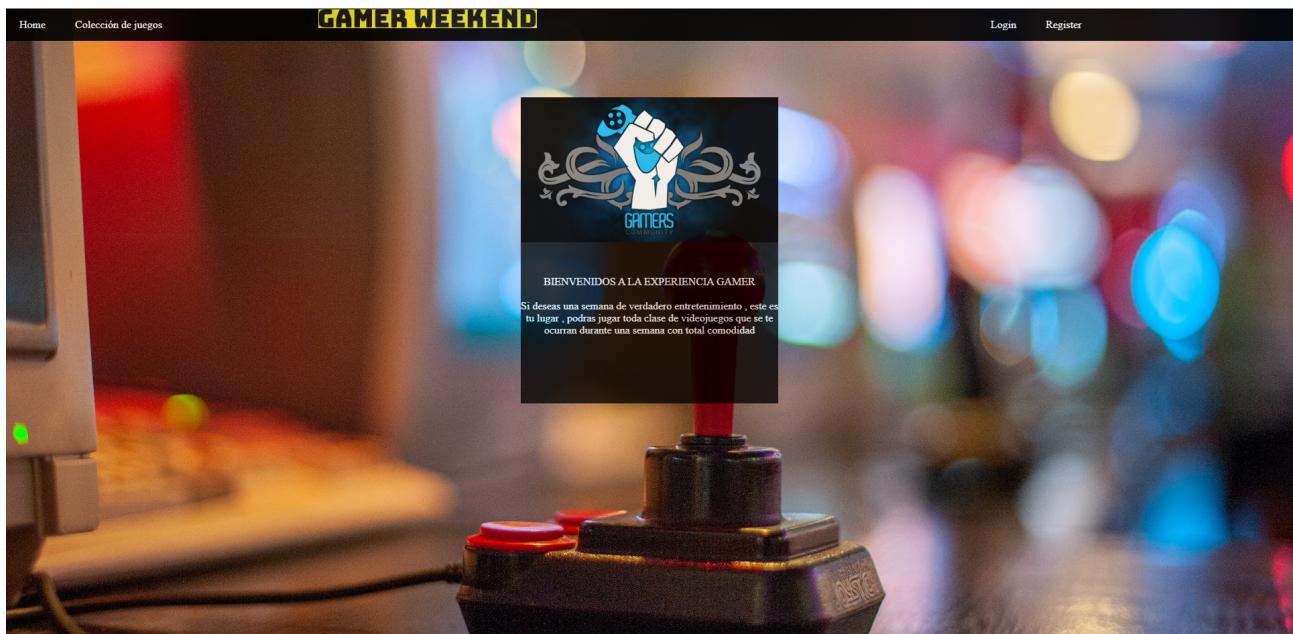


# Proyecto The Gamer Week



Alejandro Domínguez Íñiguez

Toda la documentación de esta asignatura queda recogida bajo la licencia de Creative Commons



# Índice

<b>Índice</b>	<b>2</b>
<b>Descripción</b>	<b>3</b>
Misión	3
Visión	3
Valores	3
Investigación de mercado	3
<b>Objetivos</b>	<b>3</b>
<b>Público Objetivo</b>	<b>4</b>
<b>Características de la iniciativa</b>	<b>4</b>
<b>Análisis DAFO</b>	<b>4</b>
Debilidades	4
Amenazas	4
Fortalezas	4
Debilidades	4
<b>Competencia</b>	<b>5</b>
<b>Restricciones</b>	<b>5</b>
Requisitos legales	5
Limitaciones entorno interno	5
Limitaciones entorno externo	5
<b>Presupuesto</b>	<b>5</b>
Precios de sus productos o servicios	6
Cuánto están dispuestos a invertir	6
<b>Plazos de ejecución</b>	<b>6</b>
<b>Responsabilidad Social Corporativa</b>	<b>6</b>
<b>Planteamiento</b>	<b>7</b>

## Descripción

La empresa se dedica a prestar durante una semana , 7 videojuegos de la cartelera y poder jugar con ellos durante ese periodo de tiempo , puede tener suscripción semanal y que se vaya renovando o cada semana probar otros 7 juegos diferentes , tu decides que jugar y cuando.

## Misión

Permitir a todos los Gamers poder probar juegos a un precio mucho más accesible para todos, para poder fomentar una cultura de videojuegos mucho más sana.

## Visión

Dar a todas las plataformas de juego la posibilidad de probar juegos para que la gente decida comprarlos después de probar brevemente el producto.

## Valores

Simplicidad , utilidad , rapidez , barato

## Investigación de mercado

nuestro sector es un sector servicio que se encuentra muy íntimamente relacionado con el mundo de la compra venta de videojuegos pero con un estigma diferenciador que consigue encontrar un hueco sin explotar en el mercado por lo que actualmente como posible rivales podrían ser cualquier plataforma de compraventa de videojuegos online

## Objetivos

1. Acercar a la totalidad del público gamer la posibilidad de probar todo de manera más barata
2. Aprovechar un hueco de mercado que no ha sido aprovechado por las grandes plataformas de venta online de videojuegos
3. Aumentar el público gamer y darle una oportunidad de mercado a empresas de videojuegos más pequeñas de que sus juegos sean probados a un menor precio y que lleguen a comprarse sus videojuegos.

## Público Objetivo

El público al que va dirigido esta empresa es a todo aquella persona de entre 14 a cualquier edad puesto que los videojuegos están hechos para que cualquier persona de cualquier edad pueda jugarlos , por lo que el público es toda aquella persona que le gusten los videojuegos independientemente de la plataforma

## Características de la iniciativa

Alquilar juegos en todas las plataformas posibles a un buen precio para promover una cultura gamer sana y dar una oportunidad a todas las empresas del sector independientemente de su tamaño a que se le pueda probar sus juegos y tener feedback de la situación de sus juegos así como comprobar cual sería un precio más acorde para sus videojuegos.

## Análisis DAFO

### Debilidades

Idea muy concreta de un sector donde grandes empresas tienen ya su hueco de mercado y puede conllevar tener un inicio muy pobre en términos de conocimiento sobre la plataforma

### Amenazas

principales competidores del sector como steam o epic games podría cerrar su hueco de mercado así como llevarse a los principales productores de videojuegos

### Fortalezas

hueco de mercado sin explotar con gran abanico de posibilidades , el cual si se lleva bien puede ser un portal alternativo a estas grandes empresas

### Debilidades

Se necesita de la interacción con los productores de videojuegos y un buen recibimiento de la comunidad así como de intentar hacerse un hueco en el mercado

## Competencia

- El principal competidor es Steam quien lleva una política de ventas de videojuegos un tanto cara, lo que conlleva a un hueco dentro del mercado para competidores como Epic Games .
- Epic games es una compañía que aunque consiguió un hueco de mercado y hacerse con juegos como rocket league , no ha conseguido llegar a más de ello , pues sus juegos aun siendo un poco mas baratos que steam su plataforma es lenta y aunque funcione correctamente , ante su principal competidor hace que se vea inferior al mismo y por lo tanto la gran mayoría vaya a steam

## Restricciones

### Requisitos legales

la adaptación a la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD)

Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI)

Así como el deber de información, la normativa de contratación, el aviso legal, la política de cookies, pasando por las obligaciones derivadas de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista y de la Ley de Consumidores.

### Limitaciones entorno interno

- Limitación económica inicial del proyecto para desarrollar correctamente las funcionalidades necesarias.
- Limitaciones en la compra-venta y alquiler de videojuegos , ya que hay que mantener una cartelera suficiente de juegos recientes y actuales que mantengan las ventas de la empresa
- Marketing suficiente para ser reconocidos

### Limitaciones entorno externo

- Que el resto de empresas del sector hagan un intento por cerrar el camino a la empresa y dejar sin ingresos a la empresa.
- que las empresas copien nuestra idea de negocio y por ello nos quedemos como una plataforma muy terciaria

## Presupuesto

Partida presupuestaria que se piensa destinar a la campaña o de forma anual.

Se plantea que la empresa empiece su funcionamiento después de 1 año después de un desembolso inicial de unos 15.000-20.000 euros de desembolso inicial de nuestros inversores dentro de este presupuesto entra tanto el desarrollo de nuestra plataforma y aplicación , así como todos los gastos como la oficina que alquilamos en un inicio y una vez que pasemos el 2 año de existencia podemos afianzarnos mucho mejor gracias a nuestro trabajo en marketing , para hacernos más famosos

## Precios de sus productos o servicios

En un inicio planteamos el alquiler de nuestros productos , cada semana se podrá jugar 7 juegos por un precio estimado de 15 euros y si se paga esto se tendrá una rebaja en esos juegos que se alquilaron por lo que podrán comprar luego el juego más barato , por lo que nos dedicaremos a alquilar los juegos y a acordar con los productores los precios de sus videojuegos para intentar ser lo más competitivos posibles

## Cuánto están dispuestos a invertir

Por el planteamiento inicial se plantea como un startup y planteamos buscar inversores para que después de escuchar de nuestra empresa y lo que queremos hacer inviertan entre 15.000 y 20.000 euros totales .

## Plazos de ejecución

El plazo inicial de creación y inicio será de un año para prepararnos , mientras empezaremos con el marketing para que los usuarios empiecen a hacerse oídas , por lo que a partir del segundo año con todo correctamente probado se lanzará la plataforma de alquiler y venta de videojuegos .

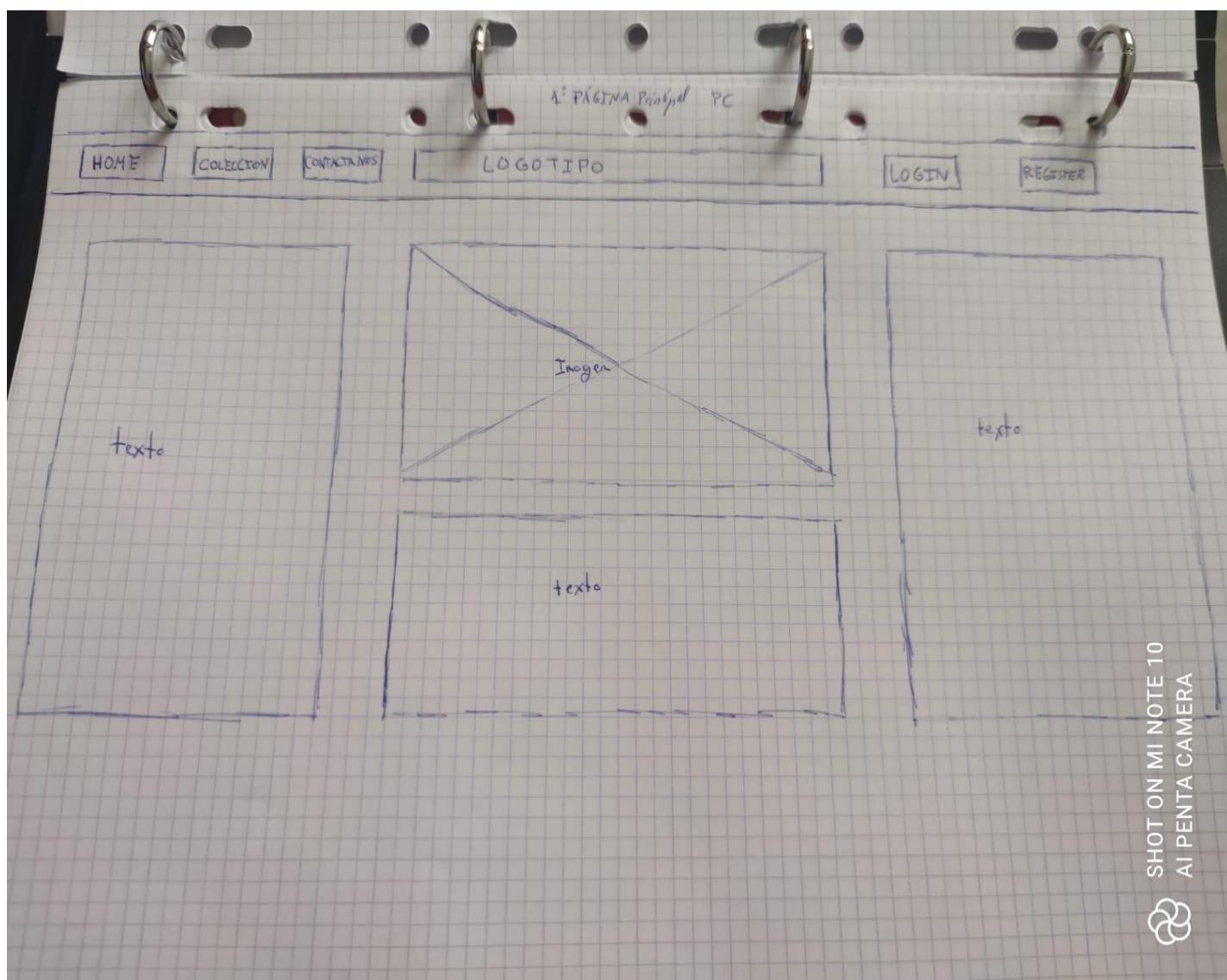
## Responsabilidad Social Corporativa

Prevenir la adicción y la compra excesiva de videojuegos a precios exorbitantes así como desarrollar una comunidad gamer más sana en cuanto a tiempos de jugar , lanzando campañas de información a nuestros usuarios.

## Planteamiento

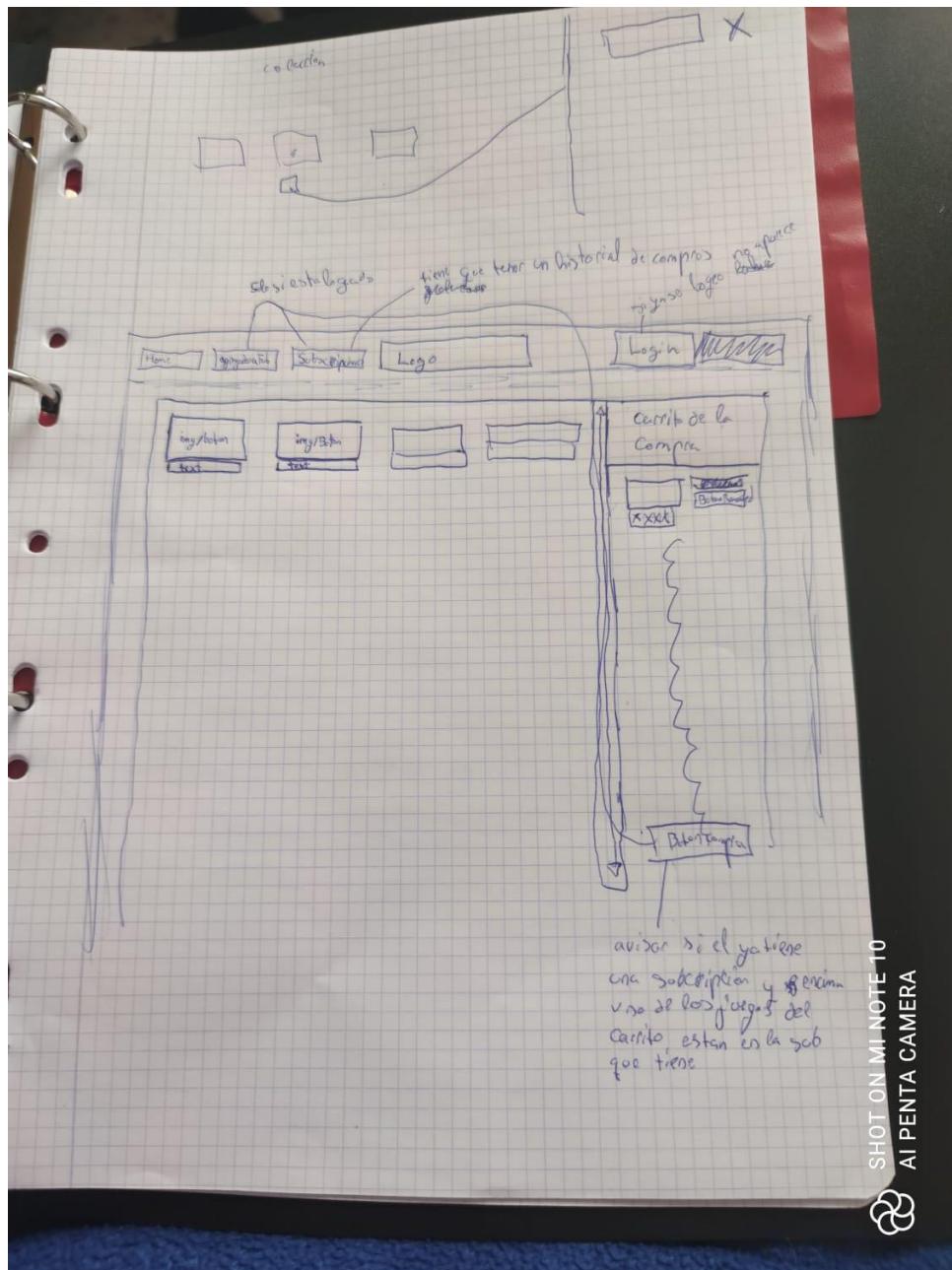
El trabajo será sobre una plataforma de semi alquiler de videojuegos en donde a cambio de un dinero a la semana se podrá jugar a lo largo de ese mismo tiempo a 7 juegos a la vez , para poder probar dichos juegos y si al usuario le gusta , que los pueda comprar con un descuento añadido por haberlos jugado .

## Modelo de la página original



Modelo de cómo será la página principal de la página web

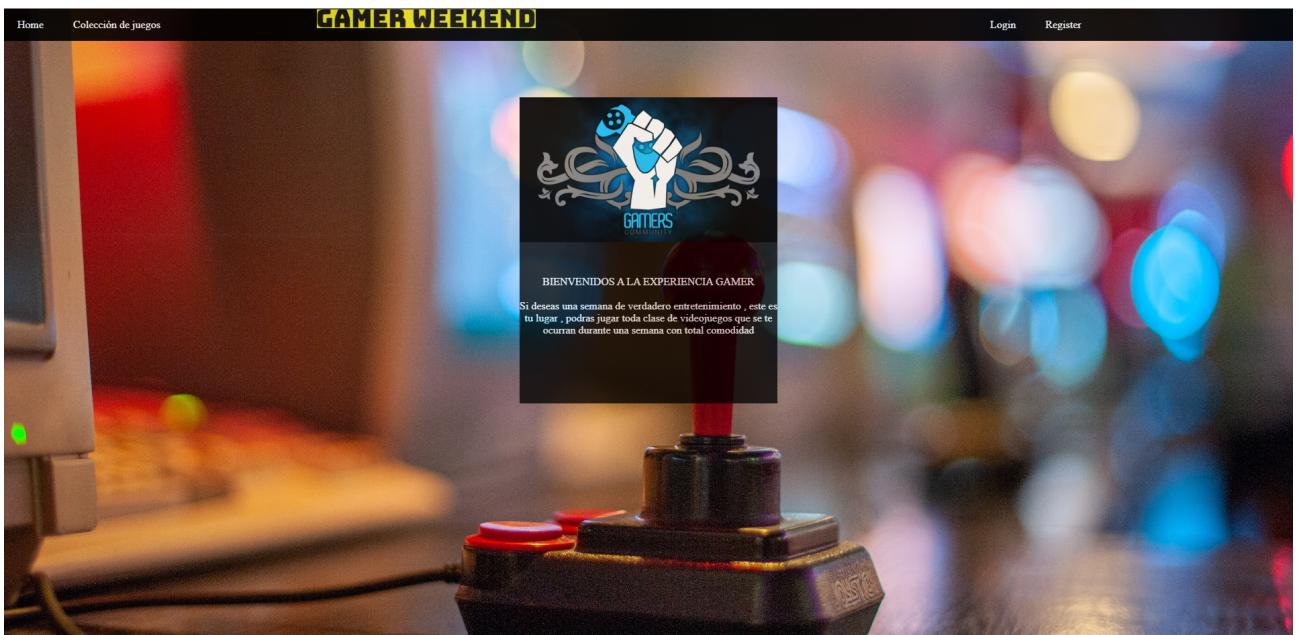




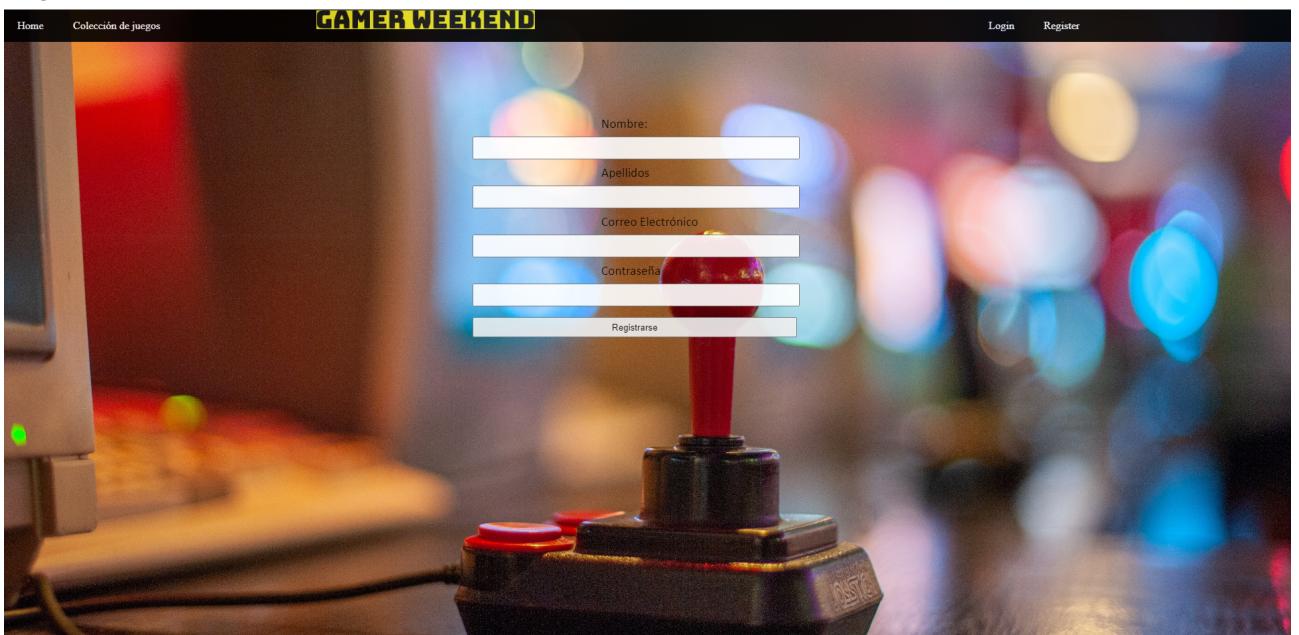
SHOT ON MI NOTE 10  
 AI PENTA CAMERA  


anotaciones de diseño y implementación de la página de compra y alquiler de videojuegos

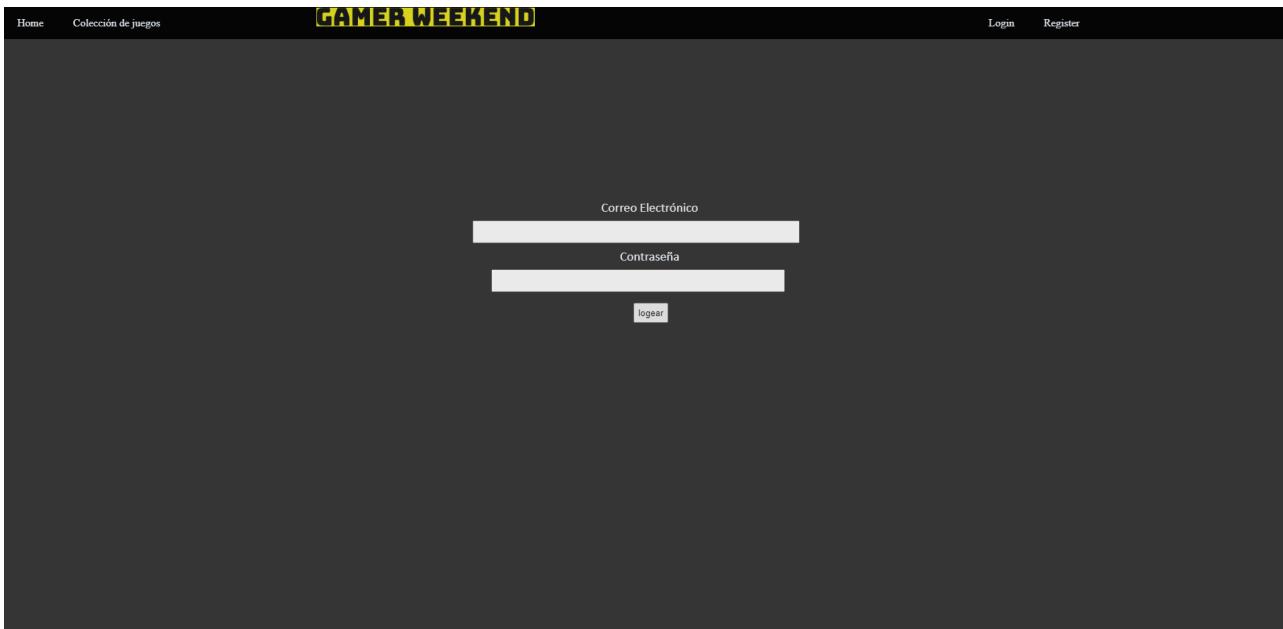
## Representación



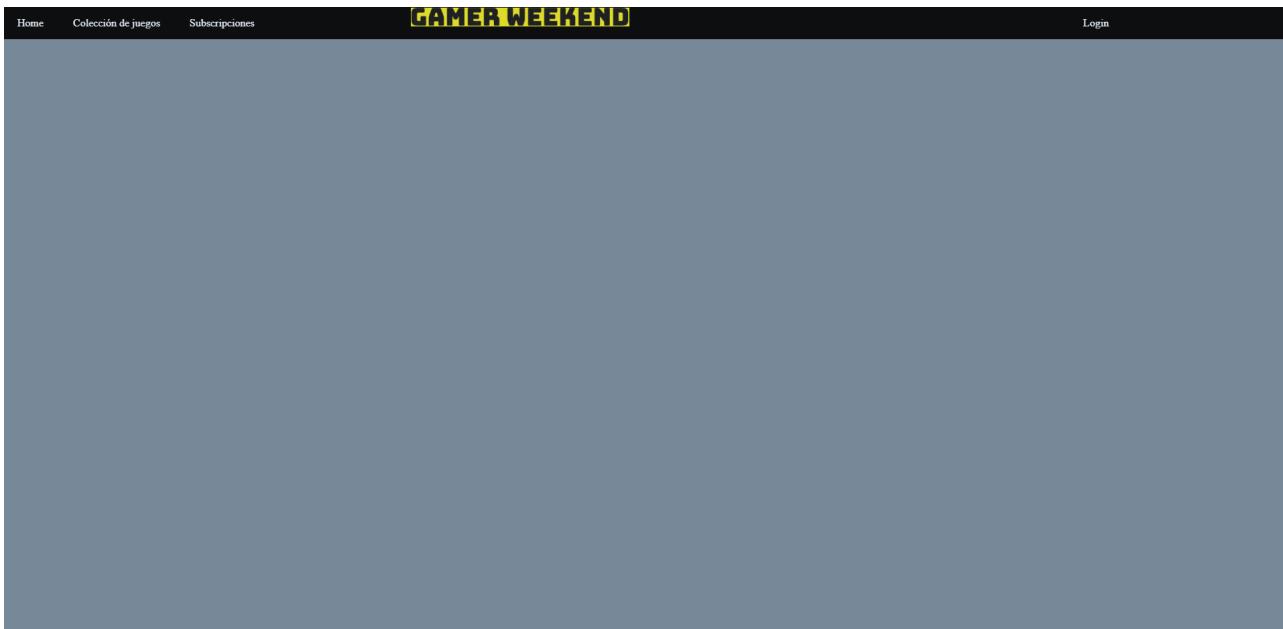
Página principal



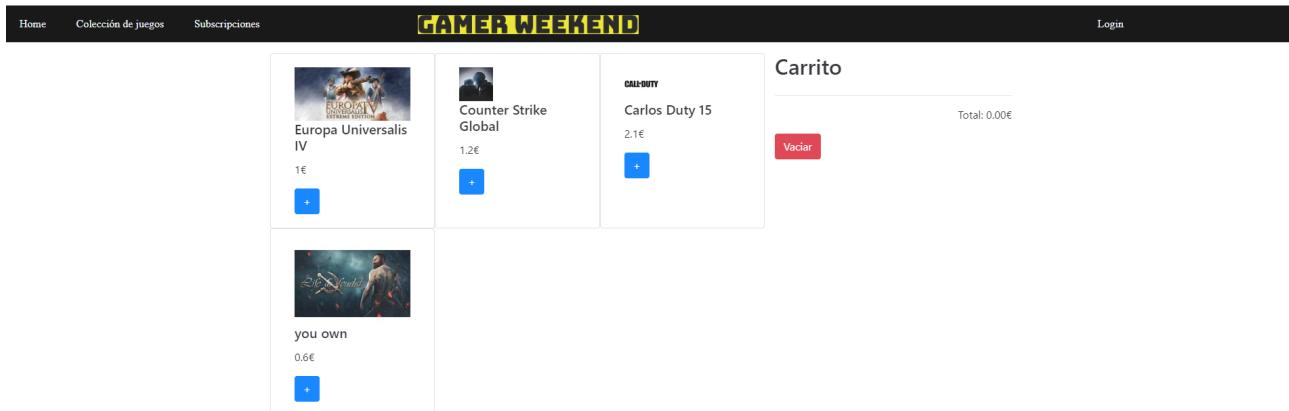
Página de registrarse que lleva a la página de login



Página de login



Página de colección de juegos antes de implementación



The screenshot shows a grid of game offers under the heading 'GAMER WEEKEND'. The first row contains three items: 'Europa Universalis IV' (1€), 'Counter Strike Global' (1.2€), and 'CALL-DUTY Carlos Duty 15' (2.1€). Each item has a blue '+' button to add it to the cart. The second row contains one item: 'you own' (0.6€) with a blue '+' button.

Carrito

Total: 0.00€

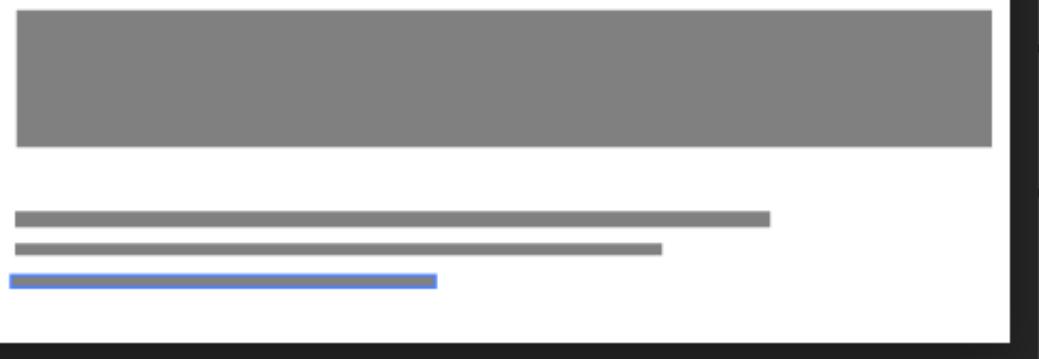
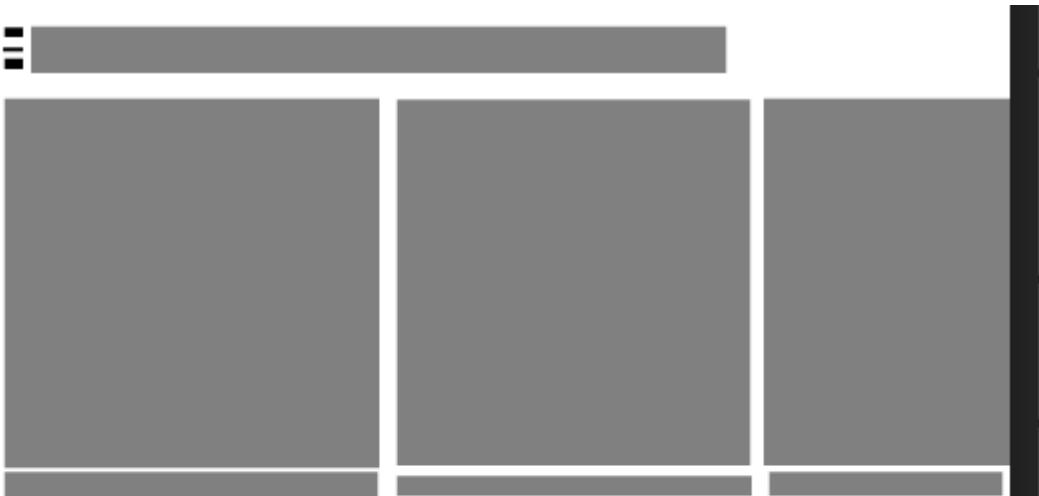
Vaciar

# Layout de la aplicación de teléfono

Esquema del inicio de sesión



Vista inicial de los juegos



Vista del juego para comprar

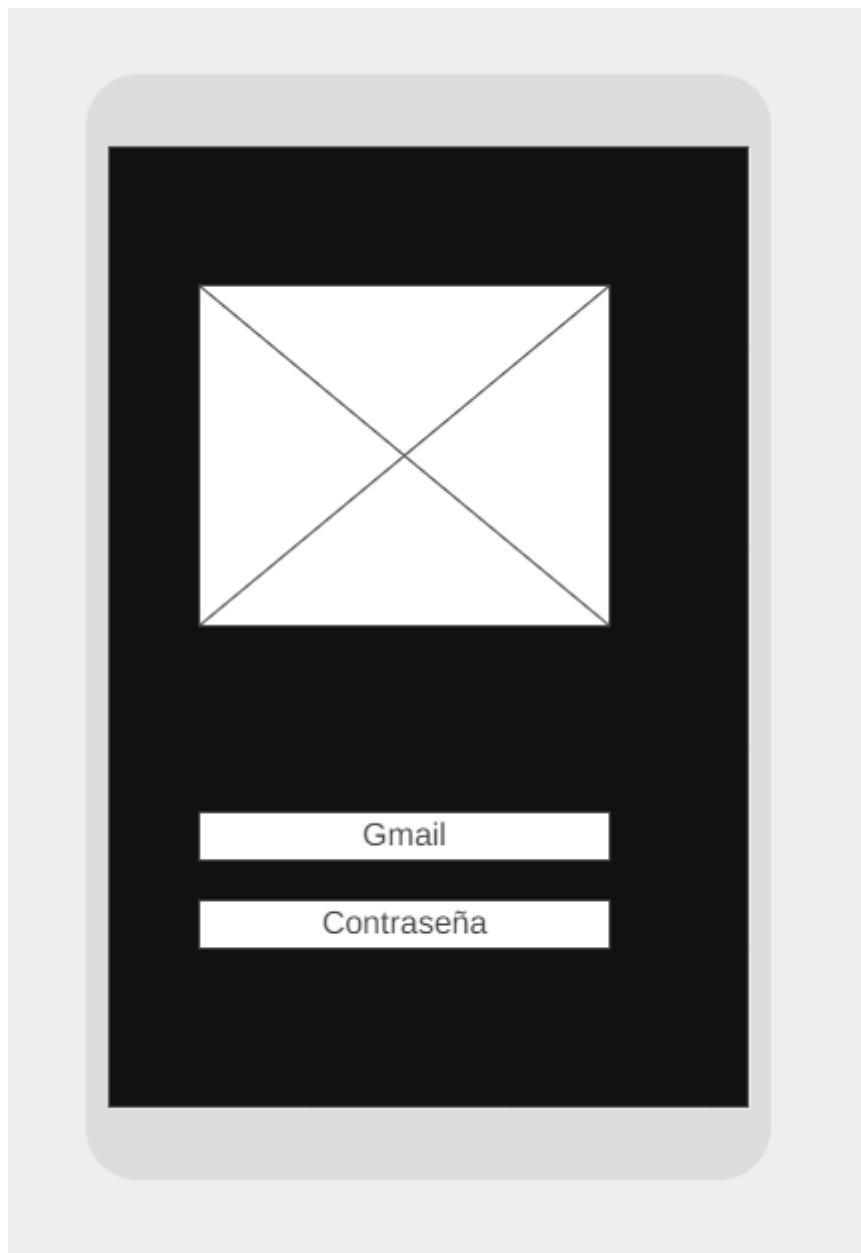


Vista del usuario

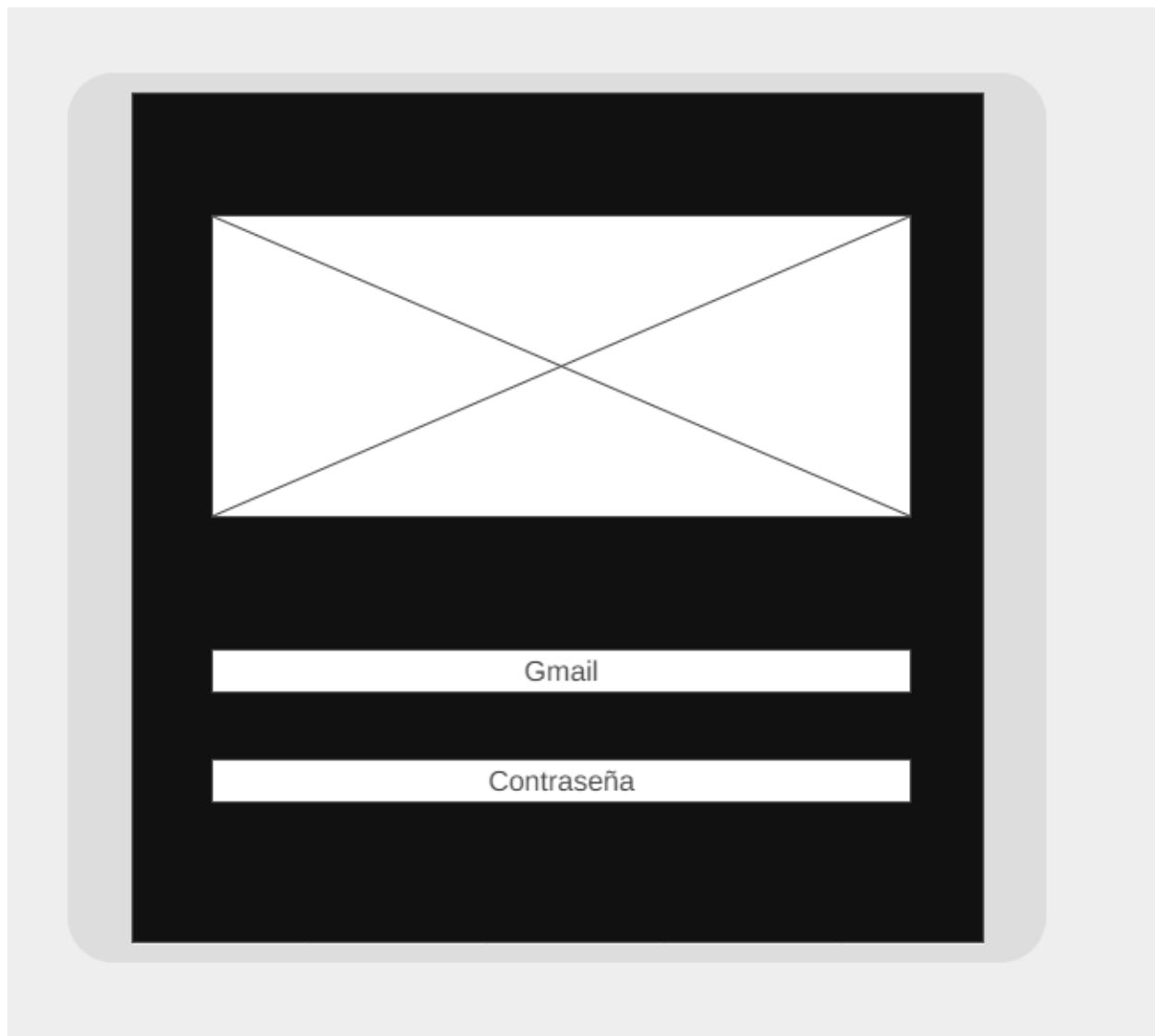


# Wireframe de la aplicación de Teléfono/Tablet

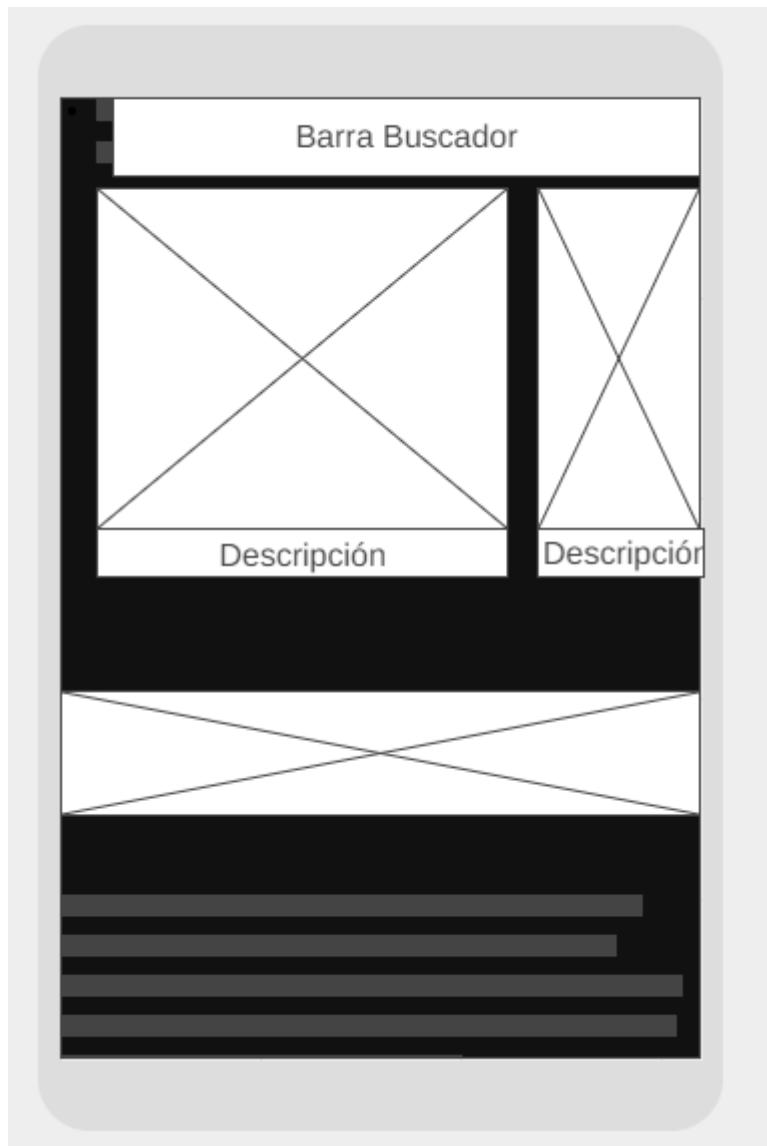
Inicio de sesión Horizontal



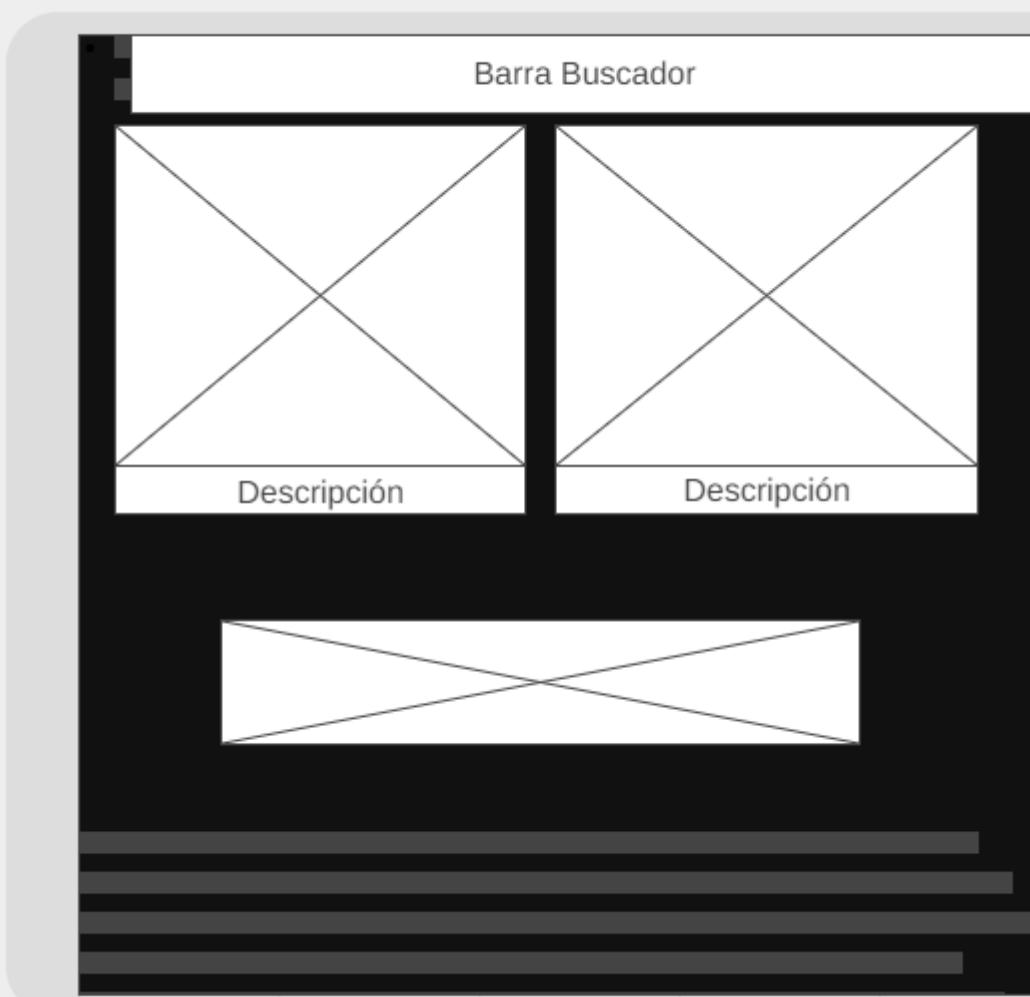
Inicio de sesión Vertical



Vista inicial de los juegos horizontal



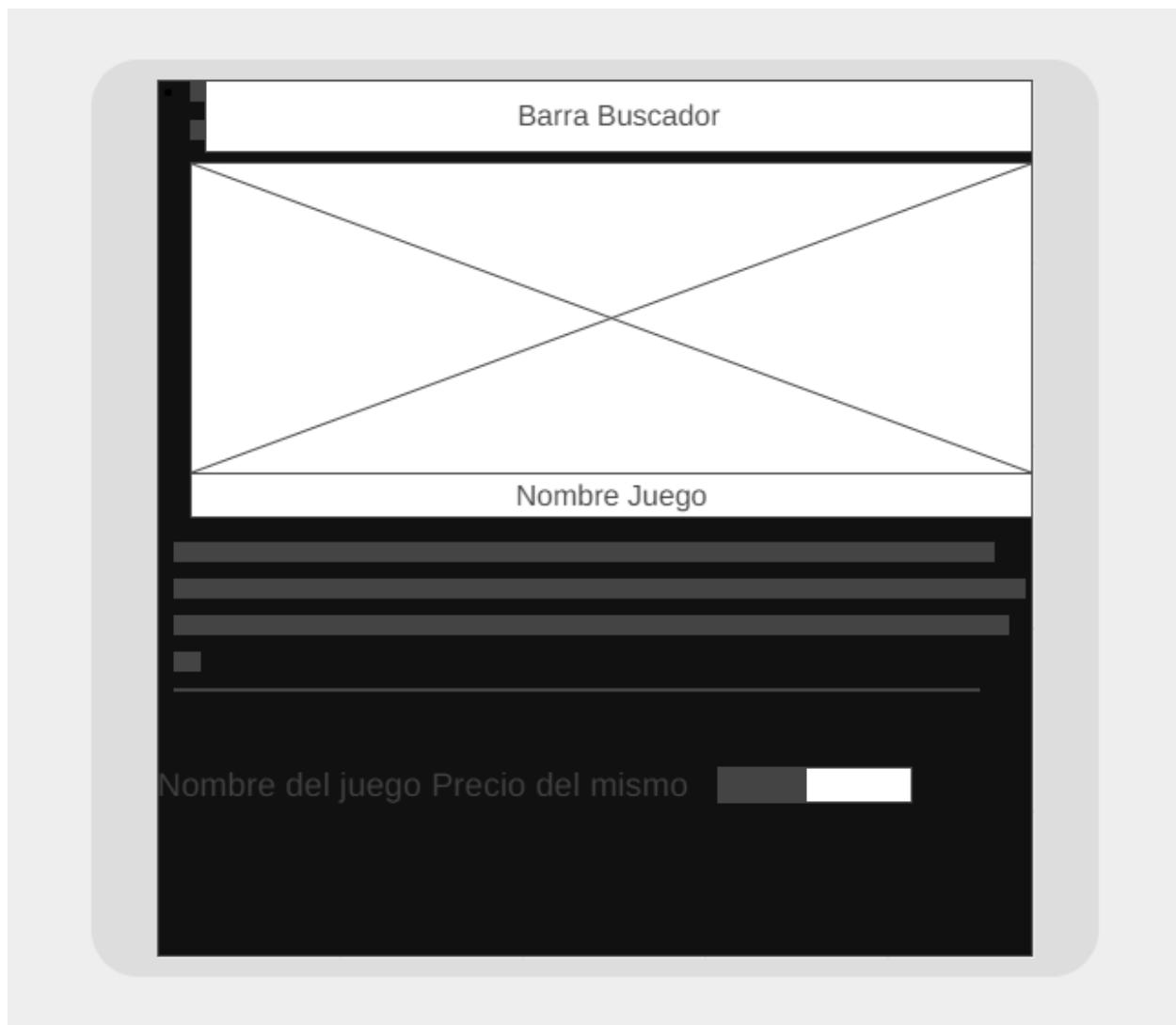
Vista inicial de los juegos Vertical



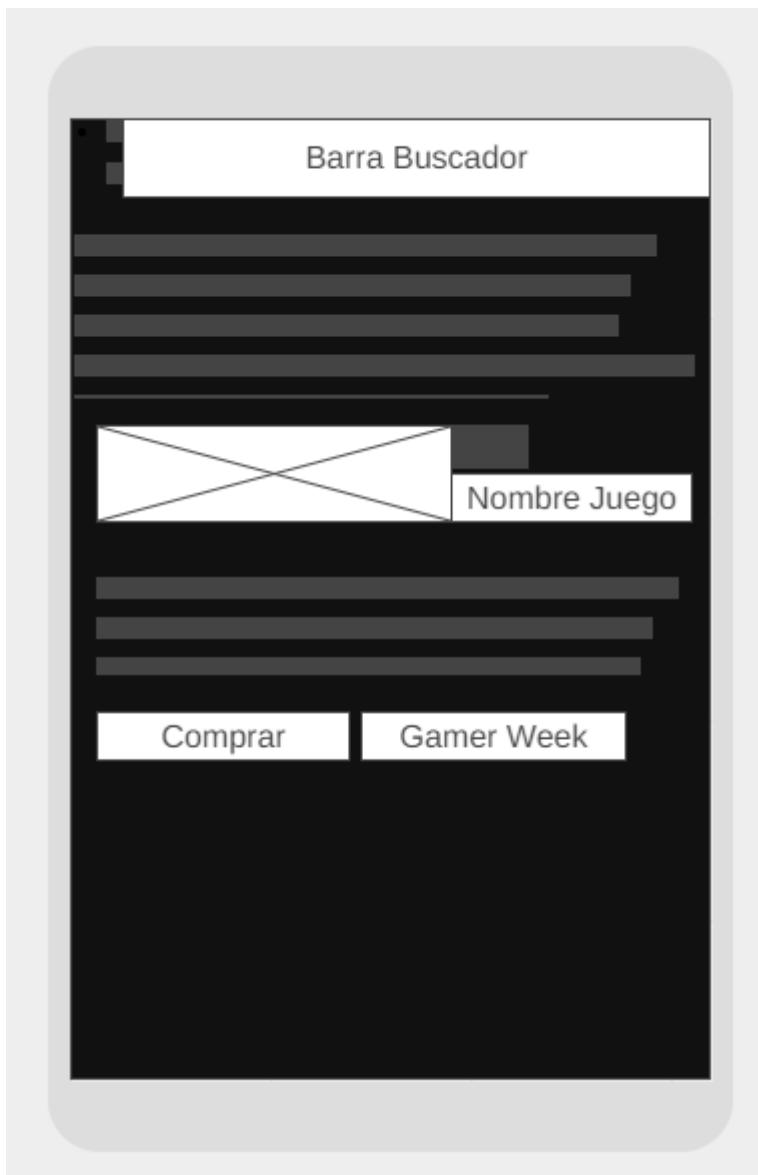
Vista de los videojuegos para su compra o alquiler horizontal



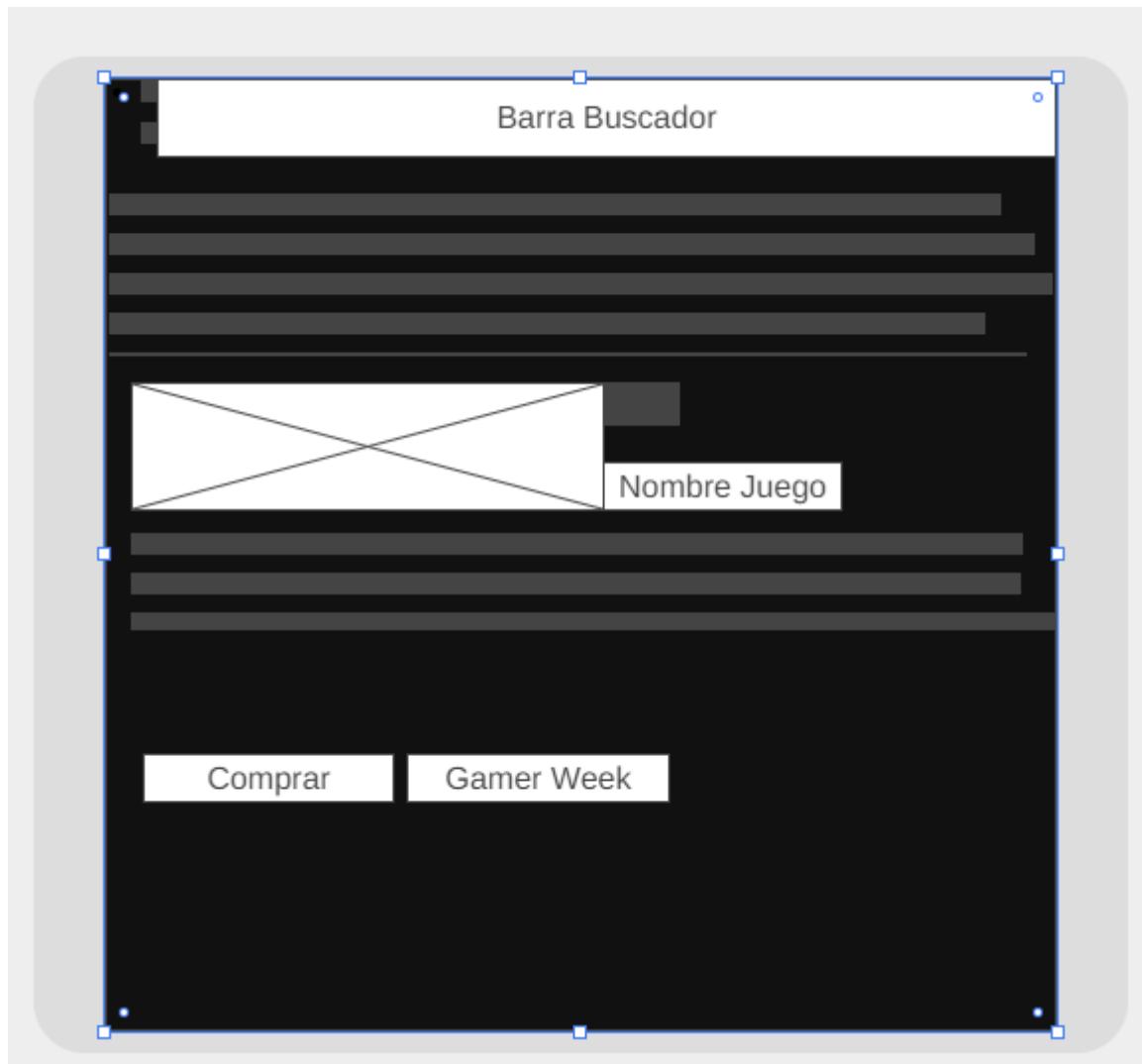
Vista de los videojuegos para su compra o alquiler Vertical



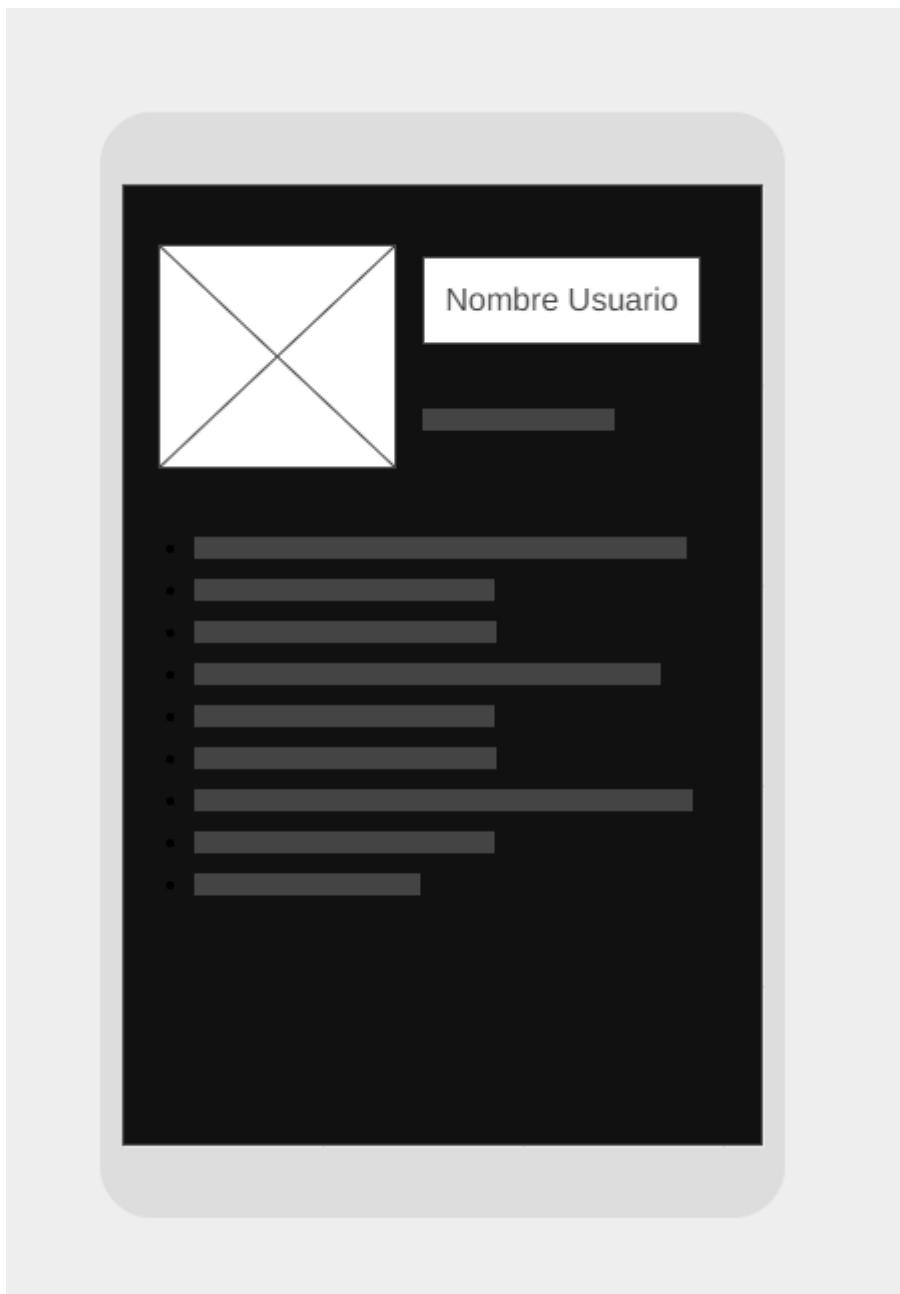
Vista de la compra horizontal



Vista de la compra Vertical



### Usuario Horizontal

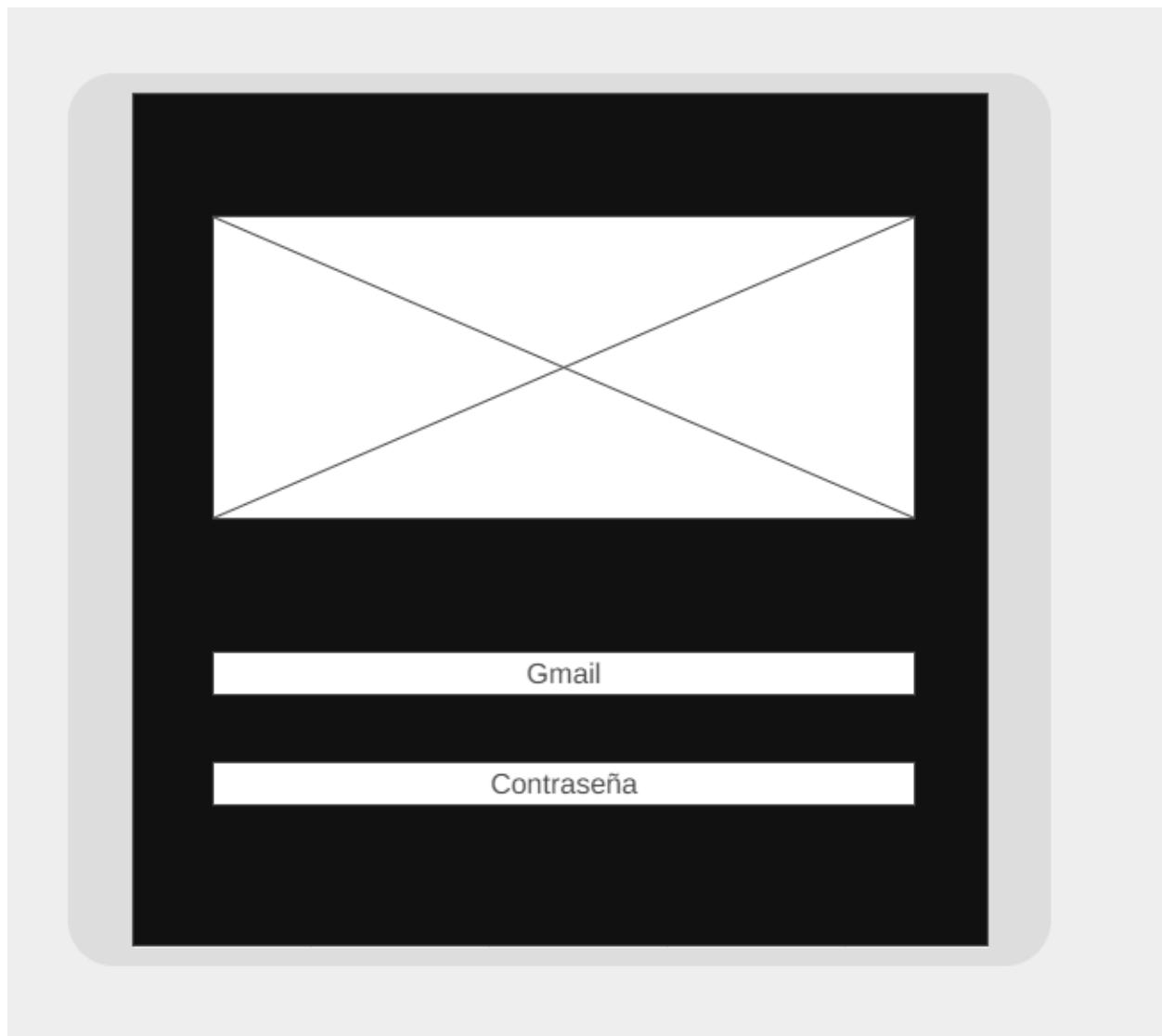


Usuario vertical

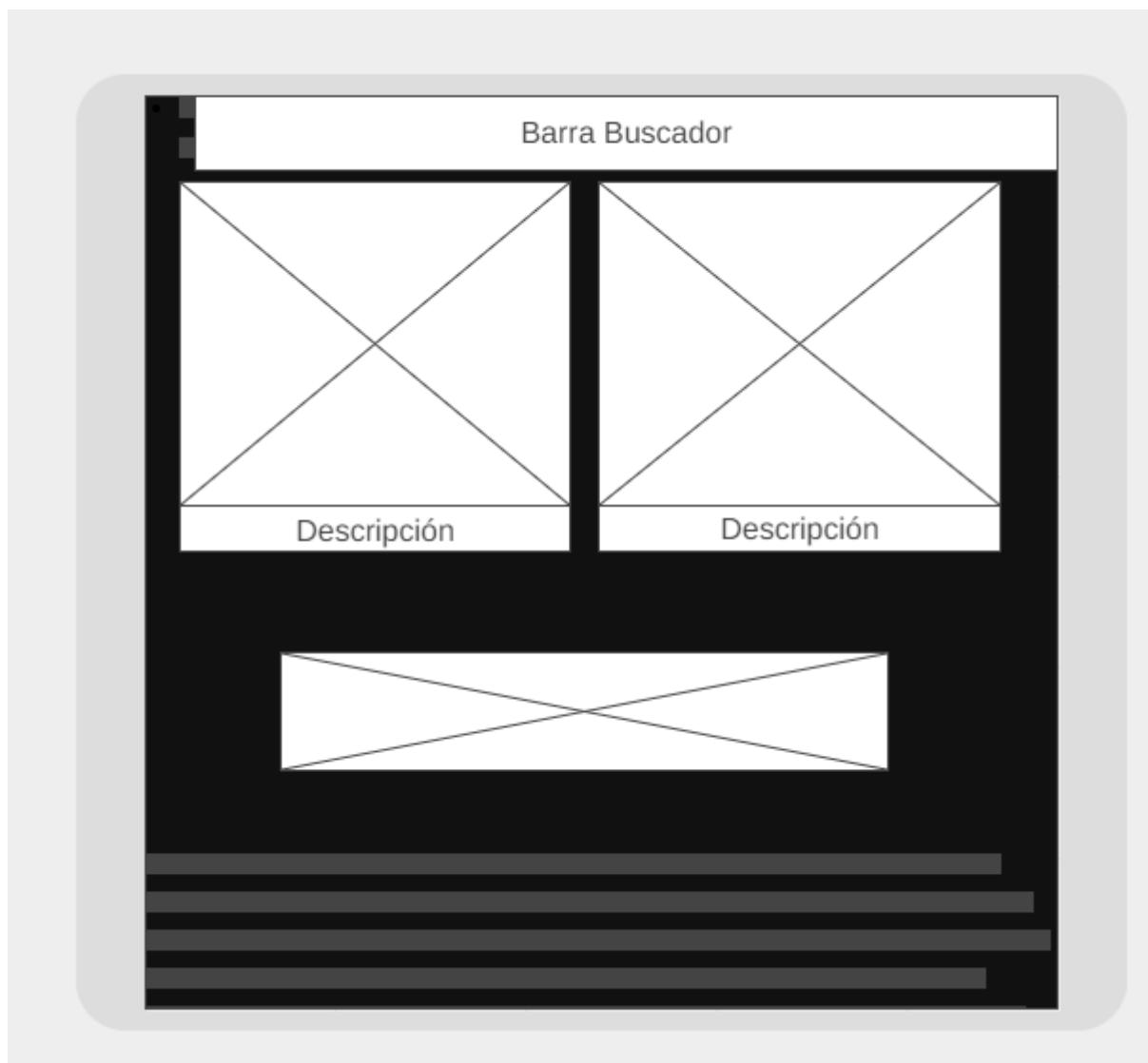


# Wireframe de la aplicación de Pc/Tablet

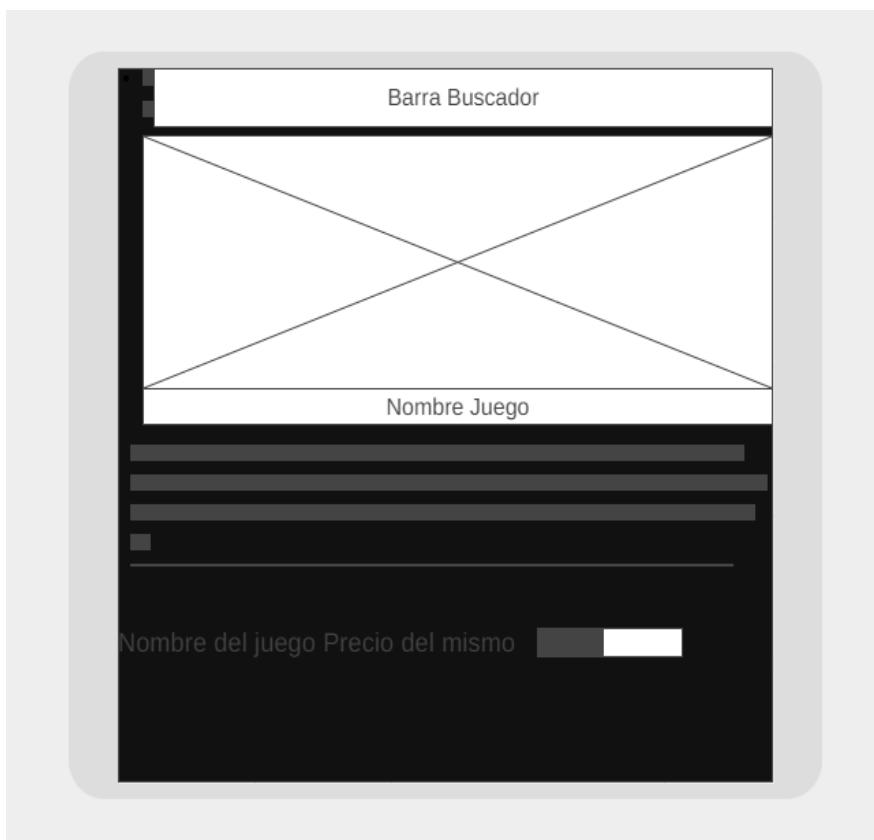
Login



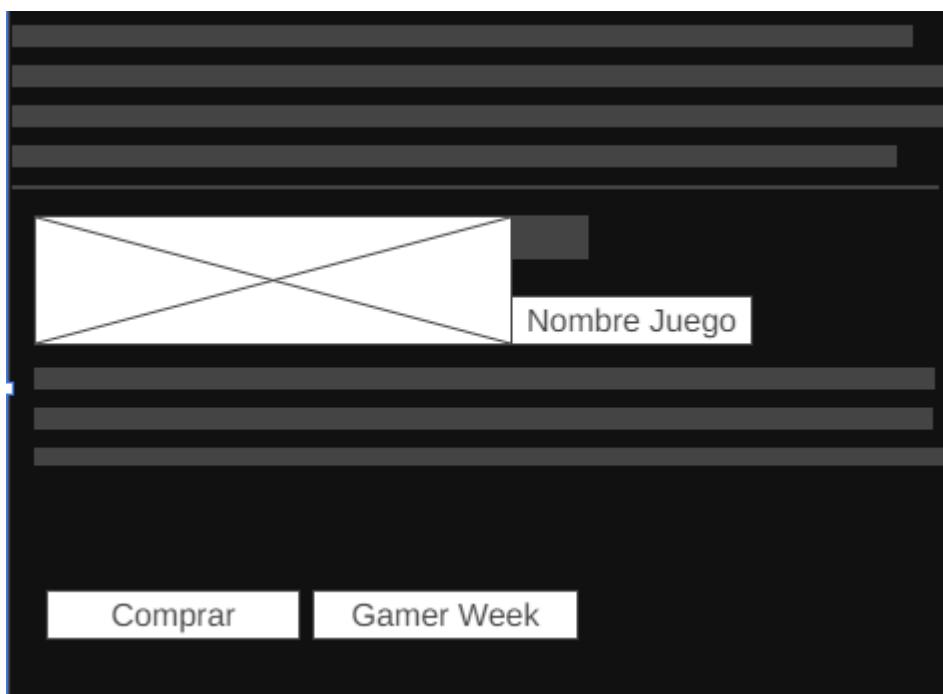
Vista inicial



Vista videojuegos para comprar o alquilar



Vista de la compra



## Usuario



### Por desarrollar

Queda por desarrollar las páginas de contactar con nosotros la empresa para que nos mande un correo directamente al email empresarial y desarrollar para cada usuario una página donde contemplar sus subscripciones pasadas y poder añadir métodos de pagos más ágiles , al igual que retocar el carrito de la compra para que sea más eficiente y añadir un correo de compra realizada para los usuarios cuando compren en nuestra plataforma.