



“La realidad al alcance de tu aula”

Integrantes

1. Cruz Vargas Osiris Sandybell
2. Reyes Martínez Elsi Yonuen
3. Estrada García Erasto de Jesús
4. Saldaña Bravo Luis Nahum
5. Cornejo Cabrera Cirilo José

Asesores:

- Mtro. Jesús Alberto García Rojas
jarojas@itsoeh.edu.mx
- Mtra. Raquel Rodríguez Aguilar
aiko_rak@hotmail.com

Contenido

- 1.- Descripción del proyecto de emprendimiento
- 2.- Carácter innovador del proyecto
- 3.- Problemática de la sociedad
- 4.- Identificación del mercado y sus posibilidades de crecimiento nacional e internacional
- 5.- Presupuesto del proyecto
- 6.- Contexto legal y ético que permite la implementación de la empresa o negocio
- 7.- Proceso de patentamiento
- 8.- Descripción del perfil de cada emprendedor y su aporte del proyecto
- 10.- Conclusiones

1.- Descripción del proyecto de emprendimiento

Tomando como referencia PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013-2018 de ENRIQUE PEÑA NIETO, y haciendo de este, nuestro punto de partida para la propuesta que a continuación se desarrolla, nos menciona que:

“El futuro de México depende en gran medida de lo que se haga hoy por la educación en la etapa de la niñez y juventud”.

Por tanto, es fundamental que la nación dirija sus esfuerzos para transitar hacia una **Sociedad del Conocimiento**.

Por lo que **Engy Play** es un video juego, para desarrollar capacidades y habilidades empresariales en el alumno de nivel superior en el cual puedan interactuar con la simulación de un entorno laboral realista, poniendo a prueba sus capacidades para resolver problemas de situaciones que en una empresa ocurren frecuentemente.

“Una mejor educación necesita de un fortalecimiento de la infraestructura, los servicios básicos y el equipamiento de las escuelas”.

1.1 Objetivo del Producto

El objetivo de “Engy Play” es medir el grado de habilidades emprendedoras que se poseen en el nivel superior que permita a profesores, alumnos y directivos, gestionar el proceso de enseñanza y aprendizaje de estas habilidades a través de micro sitios que contienen nuevas tecnologías para educación.

Así obteniendo, desarrollando y aplicando las distintas habilidades durante la estancia en el nivel superior y poder tener mejores oportunidades demostrando eficiencia y eficacia en el ámbito laboral.

2.-Carácter innovador del proyecto

Implementando una nueva estrategia de desarrollo económico surge la idea de un **video juego** para el mejoramiento de la enseñanza del aprendizaje dentro de las aulas educativas, simulando la “Realidad Virtual”.

Que consiste en un sistema diseñado para la comunidad estudiantil en el nivel superior, ayudando a definir objetivos claros para destacar cual es el perfil educativo de los alumnos; ¿cómo puede lograrse? En una sencilla manera de aplicación, el usuario empezara con un proceso de evaluaciones y prácticas que le permitirán saber cuál es el nivel de conocimiento que tiene actualmente. Por segundo enfoqué el juego ayudara a que el alumno culmine y potencializar sus niveles en los cuales aprenderá y desarrollara habilidades que le permitirán compaginar las áreas del conocimiento en las cuales tiene déficit.

Es un atractivo sistema que desempeña función clave en las organizaciones pero enfocándonos principalmente al área educativa; ya que con el aprendizaje alcanzado al finalizar las pruebas los egresados podrán elegir o percatarse de las mejores opciones así bien, los trabajadores de las empresas podrán laborar de mejor manera. Creando así una nueva era en la psicología educativa-empresarial, para los perfiles y desarrollo de habilidades de los nuevos profesionistas.

Cabe mencionar que no existe juego alguno en el mercado, no obstante hay referencias pero nada concreto; es por ello que nos dimos a la tarea de profundizar el trabajo y mediante la unión de ideas funcionales y creativas, nos encontramos en una era de tecnología y decidimos aprovecharla al máximo indagando y reforzando estas dos variables tan importantes, tecnología-educación.

Consideramos que es un proyecto viable porque los alumnos deben poder conocer el nivel académico que tienen, y sus poder incrementar, las habilidades o conocimientos que aún no tienen forjados.

Misión

Ofrecer a nuestros clientes las nuevas alternativas de vanguardia que ayuden a los alumnos a tener un buen nivel de la habilidad de cómo ser emprendedores e innovadores en el mundo laboral.

Visión

Ser un juego de aplicación destacado, comercializado e instalado en cada una de las escuelas de nivel superior, así mismo ofreciendo tutoriales de tal manera que los usuarios estén satisfechos.

Objetivos

2.1 Objetivo General

Desarrollar un juego que permita medir el grado de habilidades emprendedoras que se poseen en el nivel superior que permita a profesores, alumnos y directivos, gestionar el proceso de enseñanza y aprendizaje de estas habilidades a través de micro sitios que contienen nuevas tecnologías para educación.

2.2 Objetivos particulares

1. Desarrollar un juego que permita lo siguiente:

- Centrar la atención y el proceso de enseñanza y aprendizaje de habilidades emprendedoras en los estudiantes.
- Planificar la enseñanza para potenciar el aprendizaje.
- Apoyar la creación de ambientes de aprendizaje.
- Aplicar el aprendizaje colaborativo y emprendedor.

- Construir y aplicar rúbricas que permitan aprender en la evaluación.
- Favorecer la inclusión social.
- Incorporar temas de relevancia.
- Apoyar el desarrollo de habilidades de liderazgo y creatividad.

3.- El Reto

En la actualidad el aprendizaje se ha convertido en un sector que no solo es leer y escribir, si no también ya se trata de crear un ambiente, donde los estudiantes podrán desarrollar su creatividad en forma planeada y colaborativa, y con ello, lograr aprendizajes significativos para todas las áreas de la vida, la prioridad de “Engy Play” es que los alumnos de nivel superior puedan contar con las habilidades emprendedoras y desarrollarlas cuando estén en el mundo laboral.

Actualmente hay disponibles en el mercado de la programación diversas herramientas que permiten el desarrollo de apps de manera relativamente fácil y rápida. Al ser nueva e innovadora, la esencia de este producto, estamos buscando tener un posicionamiento aceptable como introducción y duradero ya siendo nuestro producto conocido en el mercado.

3.1 Problemática

- México ha mostrado **avances** en los resultados de las pruebas estandarizadas de **logro académico** (PISA).
- **México se encuentra en los últimos lugares** en comparación con los demás países de la **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)**.
- Los estudiantes no conocen sus habilidades y conocimientos de manera práctica.

- El **29%** de los participantes en la **Consulta Ciudadana** mencionó que una de las prioridades de la presente Administración debe **ser mejorar el Sistema Educativo**.
- Escasas formas de enseñar para conectar a los alumnos con su propio proceso de aprendizaje.
- **Existe un porcentaje en donde los universitarios dedican menos de 5 horas a la lectura, 10,000 hrs en videojuegos y 20,000 en televisión.**
- México necesita innovación para la difusión del aprendizaje.

4.- Mercado

4.1 Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

La segmentación sirve para determinar los rasgos básicos y generales que tendrá el consumidor del producto, teniendo en cuenta que el mismo no va dirigido para todo público, sino para el público objetivo identificado como Consumer Portrait.

Tomando en cuenta que El sistema de educación superior presenta una gran diversidad institucional. En 1991 había 44 universidades públicas, 23 instituciones públicas aisladas, 100 institutos tecnológicos públicos, 64 universidades privadas consolidadas y 153 instituciones privadas aisladas.

De un total de 384 instituciones, las universidades públicas representan el 11.5% del total de instituciones pero albergan al 64.8% de la población estudiantil. El conjunto de instituciones privadas atiende al 18.3% de la población estudiantil del nivel superior. Los institutos tecnológicos atienden al 16.2% de la matrícula.

4.1.1 Mercado Total

a) Universidades públicas (1991):

Universidad Autónoma de Aguascalientes 5307
Universidad Autónoma de Baja California 16233
Universidad Autónoma de Baja California Sur 953
Universidad Autónoma del Carmen 1079
Universidad Autónoma de Campeche 1921
Universidad Autónoma de Coahuila 16674
Universidad de Colima 4847
Universidad Autónoma de Chiapas 7863
Universidad Autónoma de Cd. Juárez 8314
Universidad Autónoma de Chihuahua 9673
Universidad Autónoma Metropolitana 41308
Universidad del Ejército y Fuerza Aérea 1096
Universidad Nacional Autónoma de México 84986
Universidad Pedagógica Nacional 2173
Universidad Juárez del Estado de Hidalgo 6621
Universidad de Guanajuato 5829
Universidad Autónoma de Guerrero 16970
Universidad Autónoma de Hidalgo 6313
Colegio del Aire-DNFAM 321
Universidad de Guadalajara 79955
Escuela Nal. de Est. Prof. Acatlán-UNAM 15537
Escuela Nal. de Est. Prof. Aragón-UNAM 12474
Escuela Nal. de Est. Prof. Iztacala-UNAM 5685
Facultad de Est. Sup. Cuautitlán-UNAM 10559
Universidad Autónoma del Estado de México 16611
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo 19059
Universidad Autónoma del Estado de Morelos 6573
Universidad Autónoma de Nayarit 5146
Universidad Autónoma de Nuevo León 47593
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca 9225
Universidad Autónoma de Puebla 66862
Universidad Autónoma de Querétaro 5991

Universidad Autónoma de San Luis Potosí 16727
Universidad Autónoma de Sinaloa 25631
Universidad de Occidente 5337
Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora 1272
Instituto Tecnológico de Sonora 6892
Universidad de Sonora 14530
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco 9553
Universidad Autónoma de Tamaulipas 20792
Universidad Autónoma de Tlaxcala 5354
Universidad Veracruzana 46542
Universidad Autónoma de Yucatán 6753
Universidad Autónoma de Zacatecas 7835

b) Universidades privadas (1991):

Universidad Bonaterra 254
Universidad Iberoamericana, Plantel Noroeste 1117
ITESM, Campus Laguna 646
ITESM Campus Saltillo 201
Universidad Autónoma del Noreste 2861
Universidad Iberoamericana, Plantel Laguna 1343
OEI - Sistemas Educativos Nacionales - México 6
Universidad Autónoma de La Laguna 2060
ITESM, Campus Colima 47
ITESM, Campus Chiapas 257
ITESM, Campus Chihuahua 935
ITESM, Cd. Juárez 436
Instituto Tecnológico Autónomo de México 3530
ITESM, Campus Cd. de México 786
Universidad de las Américas, A.C.,
Cd. de México 1209
Universidad Anáhuac del Sur 1538
Universidad Iberoamericana 9512
Universidad Intercontinental 4414
Universidad La Salle, A.C. 5260
Universidad Panamericana 2311
Universidad del Valle de México 8905
ITESM, Campus Irapuato 136
ITESM, Campus León 737
Universidad Iberoamericana, Plantel León 1358
Inst. Tecnológico y de Est. Sup. De Occidente 4715
Universidad Autónoma de Guadalajara 11546
Universidad Panamericana, Unidad Jalisco 1436

ITESM, Campus Estado de México 5167
ITESM, Campus Toluca 788
Universidad Anáhuac 4725
Universidad del Valle de México, Lomas Verdes 5279
ITESM, Campus Morelos 867
Centro de Estudios Universitarios de Monterrey 2402
Inst. Tec. y de Est. Sup. de Monterrey (ITESM) 11956
ITESM, Campus Eugenio Garza Sada 0
Universidad de Monterrey 3380
Universidad Regiomontana 4294
Universidad de Morelos 1007
Universidad Regional del Sureste 1018
Universidad de las Américas, Puebla 5053
Universidad Iberoamericana, Plantel Golfo-Centro 1047
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla 4195
Universidad Cuauhtémoc 1972
ITESM, Campus Querétaro 2007
Universidad del Valle de México, Plantel Querétaro 468
ITESM, Campus San Luis Potosí 516
Universidad del Centro de México 272
ITESM, Campus Mazatlán 221
ITESM, Campus Sinaloa 459
ITESM, Campus Guaymas 216
ITESM, Campus Sonora Norte 572
ITESM, Campus Obregón 356
ITESM, Campus Tampico 374
Inst. de Ciencias y Est. Sup. de Tamaulipas 355
Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas 777
Universidad México-Americana del Norte 1586
Universidad del Noreste 934
Universidad Panamericana 339
Universidad Valle del Bravo 2111
ITESM, Campus Central de Veracruz 228
OEI - Sistemas Educativos Nacionales - México 7
Universidad Cristóbal Colón 1658
ITESM, Campus Zacatecas 178

a) Instituciones Tecnológicas públicas

Instituto Tecnológico Agropecuario
N. 20 de Aguascalientes 87
Instituto Tecnológico de Aguascalientes 1930
Instituto Tecnológico de Mexicali 1 040
Instituto Tecnológico de Tijuana 2 586
Instituto Tecnológico de La Paz 1 447
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 5 de Campeche 254
Instituto Tecnológico de Campeche 1 249
Instituto Tecnológico del Mar de Campeche 225
OEI - Sistemas Educativos Nacionales - México 8
Instituto Tecnológico N. 10 de Torreón 174
Instituto Tecnológico de La Laguna 2 911
Instituto Tecnológico de Piedras Negras 591
Instituto Tecnológico de Saltillo 1 672
Universidad Autónoma Agraria «Antonio Narro» 3 047
Universidad Autónoma Chapingo Unidad Torreón 120
Instituto Tecnológico de Colima 900
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 31 de Comitán 212
Instituto Tecnológico de Tapachula 511
Instituto Tecnológico de Tuxtla Gutiérrez 840
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 24 de Cuauhtémoc 27
Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez 5 797
Instituto Tecnológico de Chihuahua 3 375
Instituto Tecnológico de Chihuahua II 1 594
Instituto Tecnológico de Hidalgo del Parral 1 400
Instituto Tecnológico de Ciudad Delicias 737
Instituto Politécnico Nacional 57 597
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 1 de Durango 248
Instituto Tecnológico de Durango 2424
Instituto Tecnológico Forestal N. 1 de El Salto 130
Instituto Tecnológico de Celaya 2 674
Instituto Tecnológico de León 1 451
Instituto Superior de Educación Técnica Agropecuaria 50
Instituto Tecnológico de Acapulco 2 540
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 25 de Cd. Altamirano 167
Instituto Tecnológico de Chilpancingo 1 103
Instituto Tecnológico de la Costa Grande 195
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 6 de Huejutla de Reyes 285
Instituto Tecnológico de Pachuca 2 305
Instituto Tecnológico Agrop. N. 26 de Tlajomulco de Zúñiga 172
Instituto Tecnológico de Ciudad Guzmán 1 210

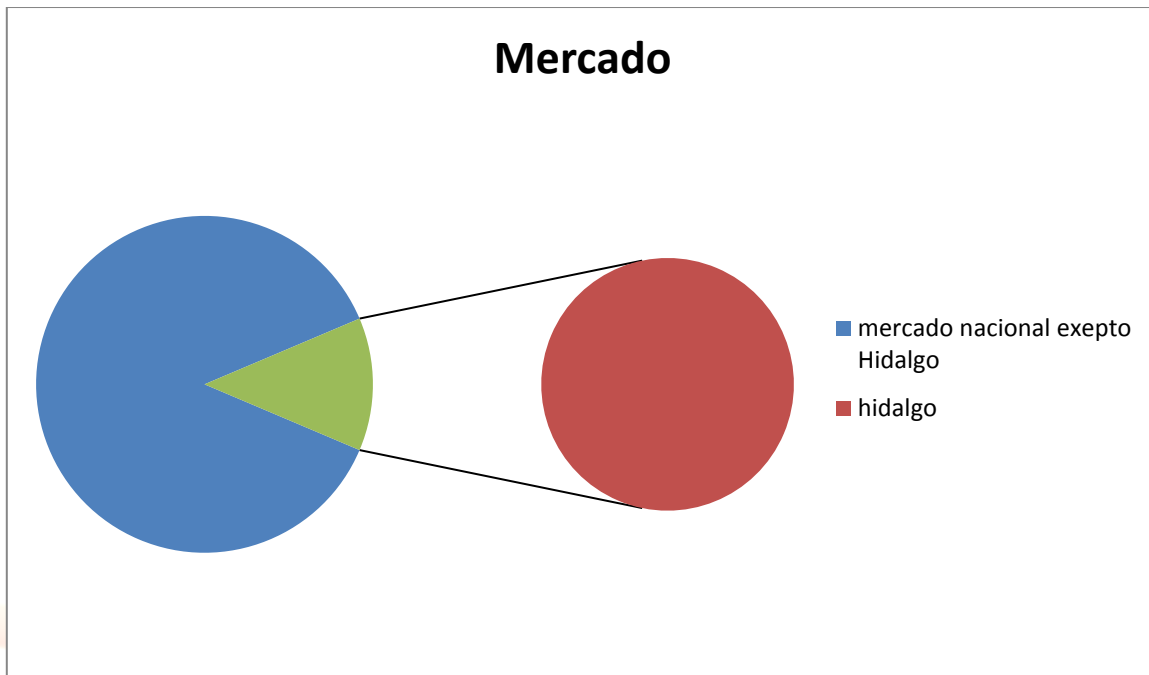
Escuela Sup. de Ingeniería y Arquitectura, IPN Tecamachalco 3 165
Instituto Tecnológico de Tlalnepantla 2 540
Instituto Tecnológico de Toluca 1 495
Universidad Autónoma de Chapingo 2 949
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 7 de Morelia 504
Instituto Tecnológico de Jiquilpán 828
Instituto Tecnológico de Morelia 1 600
Instituto Tecnológico Lázaro Cárdenas 427
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 9 de Miacatlán 186
Instituto Tecnológico de Zacatepec 1 825
OEI - Sistemas Educativos Nacionales - México 9
Instituto Tecnológico Agrop. N. 27 de Santiago Ixcuintla 70
Instituto Tecnológico de Tepic 1 530
Instituto Tecnológico Agropecuario N.12 de Linares 87
Instituto Tecnológico de Nuevo León 1 071
Instituto Tecnológico Agrop. N. 8 de San Pedro Comitancillo 112
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 3 de Pinotepa Nacional 98
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 3 de Tuxtepec 242
Instituto Tecnológico Agrop. N. 23 de Santa Cruz Xoxocotlán 213
Instituto Tecnológico del Istmo 1 439
Instituto Tecnológico de Oaxaca 2 758
Instituto Tecnológico de Tuxtepec 898
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 32 de Tecamatlán 359
Instituto Tecnológico de Puebla 2 418
Instituto Tecnológico de Tehuacán 1 145
Instituto Tecnológico de Querétaro 2 677
Instituto Tecnológico de San Juan del Río 153
Instituto Tecnológico Agropecuario N.16 de Othón P. Blanco 158
Instituto Tecnológico de Chetumal 1 121
Instituto Tecnológico de Cancún 458
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 30 de Villa Arista 0
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 22 de Ciudad Valles 182
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí 2 740
Instituto Tecnológico de Culiacán 2 026
Instituto Tecnológico del Mar de Mazatlán 429
Instituto Tecnológico de Los Mochis 1 546
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 21 de Ciudad Obregón 153
Instituto Tecnológico de Hermosillo 2 038
Instituto Tecnológico de Huatabampo 289
Instituto Tecnológico del Mar de Guaymas 211
Instituto Tecnológico de Nogales 1 134
Instituto Tecnológico de Agua Prieta 168
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 28 de Ocuilzapotlán 173

Instituto Tecnológico de Villahermosa 1 749
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 4 de Altamira 108
Instituto Tecnológico de Ciudad Madero 4 010
Instituto Tecnológico de Ciudad Victoria 1 398
Instituto Tecnológico de Matamoros 1 947
Instituto Tecnológico de Nuevo Laredo 1 349
Instituto Tecnológico de Reynosa 373
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 29 Xocoyucán 519
Instituto Tecnológico de Apizaco 1 499
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 18 de Ursulo Galván 321
Instituto Tecnológico de Cerro Azul 974
OEI - Sistemas Educativos Nacionales - México 10
Instituto Tecnológico del Mar de Veracruz 474
Instituto Tecnológico de Minatitlán 2 361
Instituto Tecnológico de Orizaba 3 324
Instituto Tecnológico de Veracruz 2 380
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 19 de Tizimin 162
Instituto Tecnológico Agropecuario N. 2 de Conkal 304
Instituto Tecnológico de Mérida 3 069
Instituto Tecnológico de Zacatecas 1 058

d) Instituciones Tecnológicas privadas.

Debido a que las instituciones públicas no podrían sustentar el pago de la licencia de este software se considera q nuestra segmentación sería la siguiente solo a nivel estado.

4.2 Traficación del Mercado Total



1. Geográfica: región (Estado de Hidalgo).estatus socioeconómico (escuelas privadas)
2. Demográfica: nivel de estudios (Estudiantes de nivel superior).
3. Psicográfica: Actitud (Alumnos que tengan el deseo de encontrar y mejorar su grado de emprendedurismo).
4. Conductual: beneficios pretendidos(obtener un buen nivel de emprendedurismo para salir al mundo laboral.

2.3GRUPO OBJETIVO O CONSUMIDOR

- PERFIL DEMOGRAFICO
 - ✓ Sexo: AMBOS SEXOS
 - ✓ Edad: 17- 30 años
 - ✓ Ocupación: ESTUDIANTES
 - ✓ N.S.E. (nivel socio-económico): MEDIO, MEDIO ALTO, ALTO
 - ✓ Nivel educacional: SUPERIOR
 - ✓ Lugar de residencia: ESTADO DE HIDALGO

- PEFIL PSICOGRAFICO

- ✓ El consumidor tiene ganas de superarse, no quedarse estancado con los conocimientos adquiridos, si no tener más para tener un amplio desarrollo en el mundo laboral.
- ✓ Debe de ser eficaz y eficiente
- ✓ Tener siempre optimismo e iniciativa
- ✓ No tener miedo al fracaso pero siempre hacer lo posible por no fracasar.

- COMPRANDOR- DECIDIDOR- CONSUMIDOR

- ✓ Comprador: nuestros compradores potenciales serán las escuelas públicas.
- ✓ Decididor: la junta de academia a nivel escuela, decidirá comprarlo, y probarlo, SME al dar resultados satisfactorios en los 8 días prueba será comprados por los directivos de la institución.
- ✓ Consumidor: de acuerdo a la escala de consumidores nuestro consumidor serán los alumnos de nivel superior y estos están destacados como consumidores médium que son las personas que consumen dentro de los valores estandarizados del mercado.

CONCLUSION

De la descripción del mercado y la competencia podemos concluir lo siguiente:

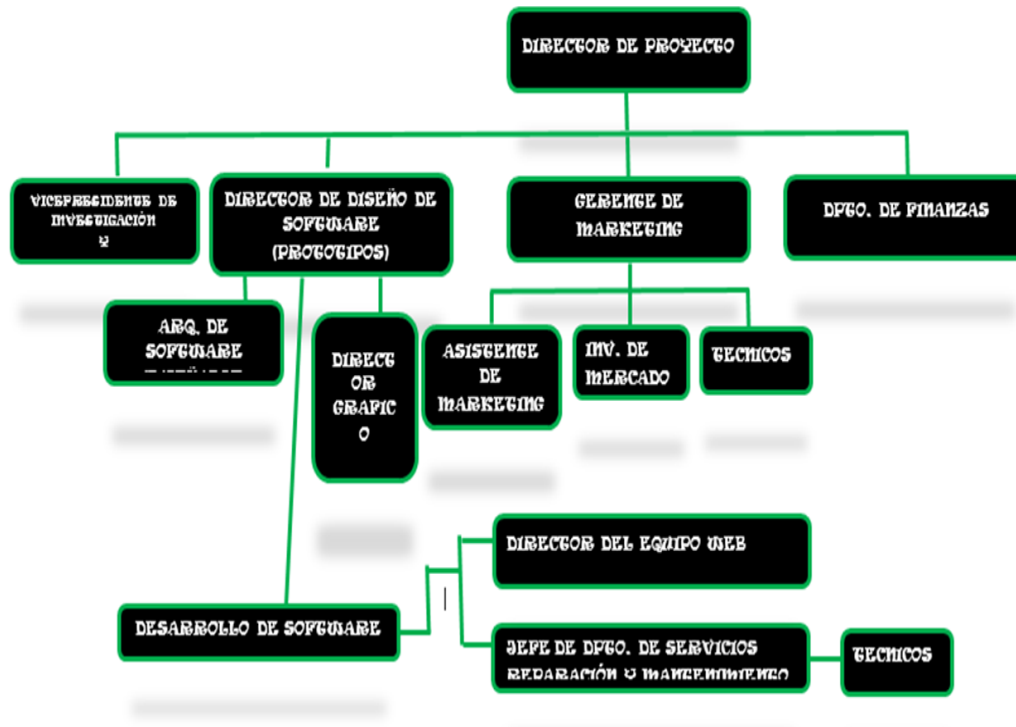
- Miles de usuarios (alumnos, profesores y escuelas) potenciales de los productos educativos del proyecto en el Estado de Hidalgo, y el territorio nacional.
- Miles de escuelas que están buscando nuevas herramientas para mejorar la educación.
- Surgen nuevas tecnologías todos los días que ofrecen software que tratan de mejorar las habilidades competitivas de los alumnos.

Por estas razones, la comercialización de los productos que se podrán elaborar con los prototipos del proyecto, está basada en el desarrollo e implementación de una estrategia de mercadotecnia que permita brindar experiencias memorables a los clientes. Esto se logrará generando diálogo y vinculación con los clientes de manera continua, sorprendiéndolos con soluciones simples que deriven en un compromiso emocional a largo plazo y creando valor con ellos. En este sentido, el personal de mercadotecnia de la empresa será entrenado con herramientas que permitan:

- ✓ Análisis general del mercado
- ✓ Crear una estrategia de segmentación del mercado para un mejor beneficio económico.
- ✓ Dar a conocer el producto con cada uno de los beneficios que este otorga.

5.- Planeación del proyecto

SOFTWARE DEL EMPRENDEDOR



4.1 PUESTOS DE LA EMPRESA

DIRECTOR DE PROYECTO

DESCRIPCION GENERAL

Edad: De 25 a 35 años

Nacionalidad: Mexicana

Sexo: Ambos

Estado civil: Solteros

NIVEL ACADEMICO

Estudios de nivel universitario y conocedor el manejo de Gestionar recursos humanos.

CONOCIMIENTOS ADICIONALES

Manejo adecuado de una empresa, conocimientos sobre computación, y en administración de empresas, buena administración de la empresa. La persona debe de ser organizada, apasionada y orientada a las metas, además entiende lo que los proyectos tienen en común, y su rol estratégico para que una organización aprenda, cambie, y tenga éxito.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Contar con 3 años mínimo de experiencia

RESPONSABILIDADES

Firma de responsabilidad: si

Manejo de dinero: no

APTITUDES Y PERSONALIDAD

- ° Responsabilidades
- ° Iniciativa
- ° Creatividad

- ° Buena organización
- ° Capacidad y criterio en toma de decisiones

- ° Trabajo bajo presión y se sienten cómodos con el cambio y la complejidad de los ambientes dinámicos
- ° Ellos tienen una amplia gama de herramientas flexibles, resuelven actividades complejas e interdependientes convirtiéndolas en tareas más pequeñas que se documentan, se le da un seguimiento y se controlan Responsabilidades

DIRECTOR DE DISEÑO DE SOFTWARE

DESCRIPCION GENERAL

Edad: De 25 a 30 años

Nacionalidad: Mexicana

Sexo: Ambos

Estado civil: Solteros

NIVEL ACADEMICO

Estudios de nivel universitario, basados en sistemas computacionales o referentes a informática.

CONOCIMIENTOS ADICIONALES

Manejo adecuado de una empresa, conocimiento en diseños de juegos idear las estrategias para el desarrollo de tecnologías futuras de la empresa, conocimientos sobre computación, experiencia en desarrollo de aplicaciones PLM, CAD y 3D. Saber coordinar y gestionar el proceso de desarrollo de software para proyectos de software específicos; habilidades de comunicación, presentación y facilitación son necesarias. Experiencia específica con herramientas de gestión de proyectos como MS Project suele ser necesaria también.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Contar con 2 años mínimo de experiencia,

RESPONSABILIDADES

Firma de responsabilidad: Si

Manejo de dinero: No

APTITUDES Y PERSONALIDAD

Responsabilidades

Iniciativa

Creatividad

Buena organización

Capacidad y criterio en toma de decisiones

Facilidad en coordinación de equipos de trabajo

Ser una persona realmente organizada

ARQUITECTO Del JUEGO

DESCRIPCION GENERAL

Edad: De 26 a 30 años

Nacionalidad: Mexicana

Sexo: Ambos

Estado civil: Solteros

NIVEL ACADEMICO

Estudios de nivel universitario, basados en sistemas computacionales o referentes a informática.

JEFE DE DPTO. DE SERVICIOS REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

DESCRIPCION GENERAL

Edad: De 25 a 30 años

Nacionalidad: Mexicana

CONOCIMIENTOS ADICIONALES

Manejo adecuado de una empresa, conocimiento en diseños de juegos, conocimientos sobre computación, experiencia en desarrollo de aplicaciones PLM, CAD y 3D. Saber coordinar y gestionar el proceso de desarrollo de juegos para medir las capacidades específicas; habilidades de comunicación, presentación y facilitación son necesarias. Experiencia específica con herramientas de gestión de proyectos como MS Project suele ser necesaria también. Planificación las actividades del personal a su cargo. Asignación las actividades al personal a su cargo; garantizar el buen funcionamiento y conservación de los bienes muebles e inmuebles.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Contar con 4 años mínimo de experiencia,

RESPONSABILIDADES

Firma de responsabilidad: Si

Manejo de dinero: No

APTITUDES Y PERSONALIDAD

Responsabilidades

Iniciativa

Buena organización

Facilidad en coordinación de equipos de trabajo

Ser una persona realmente organizada

TECNICOS

DESCRIPCION GENERAL

Edad: De 20 a 28 años

Nacionalidad: Mexicana

Sexo: Ambos

Estado civil: Solteros

NIVEL ACADEMICO

Estudios de nivel medio superior, basados en sistemas computacionales o referentes a informática.

CONOCIMIENTOS ADICIONALES

Conocimiento en diseños de juegos, conocimientos sobre computación, experiencia en desarrollo de aplicaciones PLM, CAD y 3D. **Al igual que poder atribuir a sus conocimientos el uso** de CC+, Visual Basic, Project en cuestiones softwares de programación

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Contar con 2 años mínimo de experiencia,

RESPONSABILIDADES

Firma de responsabilidad: Si

Manejo de dinero: No

APTITUDES Y PERSONALIDAD

Responsabilidades

Iniciativa

GERENTE DE MARKETING

DESCRIPCION GENERAL

Edad: De 25 a 30 años

Nacionalidad: Mexicana

Sexo: Ambos

NIVEL ACADEMICO

Estudios de nivel universitario, basados mercadotecnia y relaciones públicas

CONOCIMIENTOS ADICIONALES

Manejo adecuado de una empresa, conocimiento en computación, un nivel de inglés del 85%, facilidad de establecer las estrategias de marketing de la empresa, realizando las actividades de marketing y promoción, así como la gestión del personal, en este caso será en encargado de coordinar campañas publicitarias para poder difundir nuestro juego en el mercado destinado.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Contar con 4 años mínimo de experiencia,

RESPONSABILIDADES

Firma de responsabilidad: Si

Manejo de dinero: Si

APTITUDES Y PERSONALIDAD

Responsabilidades

Iniciativa

Buena organización

Facilidad en coordinación de equipos de trabajo

Ser una persona realmente organizada

Excelente trato con los clientes

Actuar en el momento donde encuentre alguna oportunidad de negocio

FINANZAS

DESCRIPCION GENERAL

Edad: de 25 a 35 años

Nacionalidad: mexicana

Sexo: ambos

Estado civil: solteros

NIVEL ACADEMICO

Estudios de nivel universitario especializados en Contaduría o Financiera; conocedor el manejo adecuado de ingresos y egresos de una empresa.

CONOCIMIENTOS ADICIONALES

Manejo adecuado de una empresa, conocimientos sobre computación, y en administración de empresas, buena administración de la empresa. Desarrollo de la comunicación, para logra la gestión del dinero de manera inteligente y manteniéndose informados sobre las oportunidades disponibles, el departamento de finanzas puede asegurar un flujo constante de fondos a la organización

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Contar con 3 años mínimo de experiencia

RESPONSABILIDADES

Firma de responsabilidad: si

Manejo de dinero: si

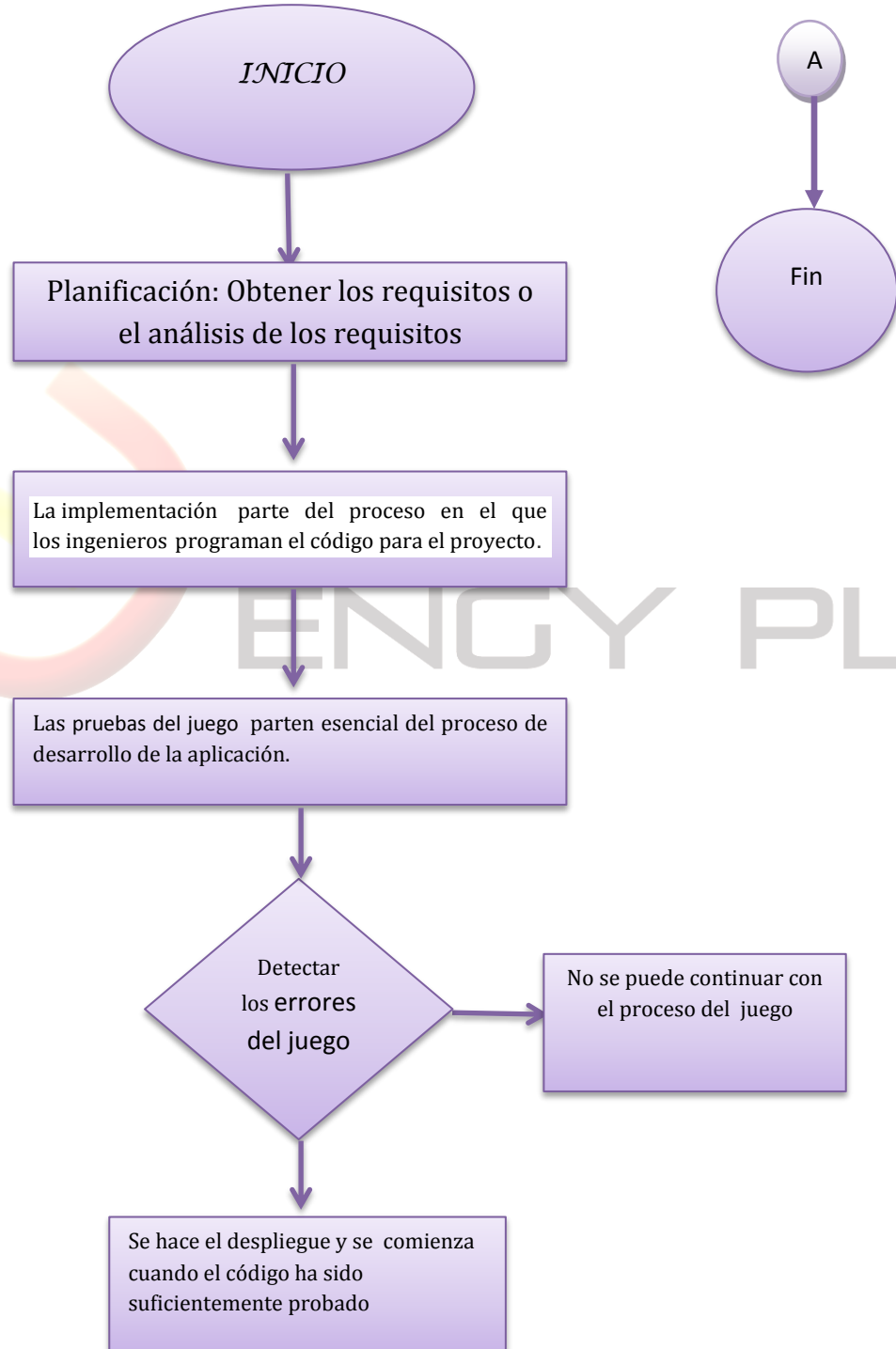
APTITUDES Y PERSONALIDAD

Responsabilidades

Iniciativa

Creatividad

6.- DESCRIPCION DEL PROCESO DE OPERACIONES



6-. Plan Financiero

Inversión	Costos
Terreno	\$7500
Agua potable	\$60 cada 2 meses
Construcción	\$4500
Diseño	\$4000
Mobiliario	\$6500
Internet	\$300 al mes
Teléfono	\$300 al mes
Equipo de computo	\$10000
Empleados (5)	\$15000 al mes
Patente	\$190
Estudio de proyecto	\$1250
Materia prima	\$15000
La construcción de negocio demanda	\$200.00
Energía	150 al mes
Total	\$50,000

Cuadro de inversión

3.1 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Es la aportación de cada socio y la empresa está compuesta por 7 socios el cual es de una aportación de: \$9438

3.2 ANALISIS DE SOLVENCIA

1.)- RAZON DEL CAPITAL DE TRABAJO

	2010	2011
R.C.T=ACTIVO CIRCULANTE	3691,620	4,190,511
PASIVO CIRCULANTE	2,634,430	2732925

INTERPRETACION

El prototipo dispone de 1.40 pesos del activo circulante para pagar cada \$ 1 de obligaciones a corto plazo en el año 2005.

La empresa dispone de 1.53 del activo circulante para pagar cada \$1 de obligaciones a corto plazo en el año 2006.

3.3.- RAZON DE MARGEN DE SEGURIDAD

	2010	2011
=CAPITAL DEL TRABAJO	315691	29058
PASIVO CIRCULANTE	2,634,430	2732925

INTERPRETACION

\$0.11 han invertido los propietarios de largo plazo en circulante, es decir por cada \$1 de inversión en el activo circulante de los acreedores a corto plazo, los propietarios a largo plazo invertirán \$ 0.11

Han invertido los propietarios a largo plazo en activo circulante, es decir, por cada \$1 de inversión en el activo circulante de acreedores a corto plazo los propietarios y acreedores

3.4).- RAZON DE LA PRUEBA DEL ACIDO

PUEBA DE ACIDO =ACTIVO CIRCULANTE - INVENTARIO	
PASIVO CIRCULANTE	
2010	2011
<u>3691620- 124163</u>	<u>4190511- 160745</u>
2, 634,430	2732925
VENTAS DIARIAS = VENTAS NETAS	
365 DIAS	
<u>VENTAS DIARIAS = 2562430</u>	
365	

3.5 SOLVENCIA

3.5.1 ROTACION DE INVENTARIO

	2010	2011
<u>COSTO DE VENTA</u>	<u>2223062</u>	<u>2183878</u>
INVENTARIO	124163	160745

EDAD PROMEDIO DEL INVENTARIO

	2010	2011
= DIAS	365	365
ROTACION	17.90	13.58

3.6 ANALISIS DE PRODUCTIVIDAD – RENTABILIDAD

3.6.1 ROTACION DE ACTIVOS

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{VENTAS NETAS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} \\
 &= \frac{2562430}{3691620}
 \end{aligned}$$

Las ventas netas equivalen a 0.69 veces al activo total de la empresa en el 2010

$$\begin{aligned}
 &= \frac{2424258}{4190511}
 \end{aligned}$$

Las ventas netas del 2011 equivalen a 0.57 veces al activo total de la empresa.

3.7 MARGEN BRUTA DE UTILIDADES

$$\begin{aligned}
 &\text{Margen bruta} = \frac{\text{UTILIDAD BRUTA}}{\text{VENTAS NETAS}} \\
 &= \frac{339368}{2562430}
 \end{aligned}$$

= 0.13% la utilidad bruta equivalente al 0.13% de nuestras ventas netas del año 2005

2011

$$\frac{\text{Margen bruta} = 240380}{2424258}$$

= 0.09% la utilidad bruta equivalente al 0.9% de las ventas netas del 2011

3.8 MARGEN NETO DE UTILIDAD

$$\frac{\text{M.N.U} = \text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}} = \frac{446104}{2562430} \quad 2010$$

Por cada peso de la empresa que vendió obtuvo \$ 0.17 de ganancia la utilidad neta equivale al 17% de las ventas netas en el 2010

$$\frac{= 384.098}{2424258}$$

Por cada peso que vendió obtuvo \$ 0.15 de la ganancias su utilidad neta equivale al 15 % de las ventas netas en el 2011

GASTOS DE OPERACIÓN INCURRIDOS

$$\frac{= \text{GASTOS DE OPERACIÓN}}{\text{VENTAS NETAS}} = \frac{239048}{2562430} \quad 2010$$

Los gastos de operación equivalen al 0.9% de las ventas netas del 2010

$$\begin{array}{r} 2011 \\ \hline 265680 \\ 24224258 \end{array}$$

Los gastos de operación equivalen al 10% de las ventas netas del 2011.

3.10 RENDIMIENTO DEL CAPITAL CONTABLE

$$\begin{array}{r} \text{INGRESO NETO} \\ \hline \text{CAPITAL CONTABLE} \\ \hline 2010 \\ \hline 2562430 \\ 1688572 \end{array}$$

La utilidad neta equivale al 1.5 % del capital contable por cda \$1 que los inversionistas aportan obtengan 1.5 en el 2010

$$\begin{array}{r} 2011 \\ \hline 2424258 \\ 1457586 \end{array}$$

Utilidad neta equivale al 16% del capital social por cada \$1 por cada \$ que los accionistas aportan obtengan el 16%

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

$$\begin{array}{r} 2010 \\ \hline 2004803 \\ 1688572 \end{array} \quad \begin{array}{r} 2011 \\ \hline 1266062 \\ 1457586 \end{array}$$

Por cada \$1 que los accionistas invierten en el año 2005 los acreedores están aportando \$1.18 y en el año 2006 están aportando \$0.86.

INDICE DE INVERSION DEL CAPITAL

$$\begin{array}{r} 2005 \\ = 403508 \\ \hline 1688572 \end{array} \qquad \begin{array}{r} = 460245 \\ \hline 1457586 \end{array}$$

La empresa tiene en sus activos fijos el 23% en el año 2005 y el 31 % en el año 2006 de su capital contable

INDICE DE VALOR CONTABLE

$$\begin{array}{r} 2205 \\ = 1688572 \\ \hline 1372881 \end{array} \qquad \begin{array}{r} 2006 \\ = 1457586 \\ \hline 1428528 \end{array}$$

Por cada peso que la empresa trabaja existe \$1.22 en el año 2005 y \$1.02 en el año 2006.

7-. PLAN DE MERCADOTECNIA, PUBLICIDAD Y VENTAS

7.1 ESTRATEGIA DE MARKETING

- NUESTRO OBJEIVO:

- ✓ Obtener el 30% del mercado en un año, restando consumidores a la competencia.

7.2 EL PRECIO

- ✓ Nuestra política del precio está dentro de las siguientes categorías:
- ✓ El premium Price: debido que a comparación de otros productos el costo es un poco elevado.
- ✓ El precio de mercado: porque es similar a los de algunas competencias.
- ✓ Low price (precio más bajo) a comparación de otros juegos educativos SME es de un costo un poco más bajo y accesible.

7.3 DISTRIBUCIÓN

- ✓ Cadenas cortas: fabricante - minorista - consumidor
Debido a que el producto es nuevo y no tiene empresa como tal más que el fabricante por el momento su cadena es corta.

7.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Nuestro potencial en nuestro mercado serán las personas de un rango de edad de 17 años a 25 años ya que se es la edad promedio en la que se encuentran estudiando un nivel superior.

Tomando eso en cuenta la estrategia de comunicación debe de referirse a personas jóvenes con rendimiento físico y mental.

7.5 ESTRATEGIA CREATIVA

7.6 RESOLUCION CREATIVA

- ✓ Campaña racional gráfica y visual ya que SME es el único en el mercado a pesar de que existen otros juegos educativos, SME es único en su clase o especialización.

- RACIONAL CREATIVO

- Si lo hacemos de manera gráfica podemos dar a conocer a nuestros consumidores que SME es una buena opción para poder sobresalir en el mundo laboral. Nuestros gráficos deben de representar la confianza que nosotros como fabricantes tenemos sobre SME y ellos puedan sentir esa confianza.

7.8 ESTRATEGIA DE MEDIOS

- PLAN DE MEDIOS

- ✓ Anuncios por internet 3 meses
- ✓ Gráficos en las vías públicas, durante 6 meses
- ✓ Avisos en la prensa una vez por quincena durante 6 meses
- ✓ Avisos en revistas científicas una vez al mes por un año
- ✓ Brochures en las ferias de libros, de tecnología, de pymes, centros donde se venda tecnología etc.
- ✓ Anuncios publicitarios por vía correo electrónico una vez al mes mandarle publicidad a las distintas instituciones educativas e nivel superior.
- ✓ Publicidad por medio de los que ya cuentan con la licencia de SME

Contexto ético de los videojuegos

Ética y videojuegos

Los autores afirman que cualquier industria que actúe en un campo controvertido (y el de los videojuegos lo es), tiene una responsabilidad social corporativa (RSC) a dos niveles:

- **Instrumental:** habilidad y competencia necesarias para entregar productos o servicios con la calidad esperada por sus consumidores, obteniendo un beneficio en el proceso. Tal como afirma Peter Smith, director del Broadway Lodge, el primer centro del Reino Unido en ofrecer tratamiento para la “adicción” a videojuegos: *“los diseñadores de videojuegos tan solo intentan crear un buen producto de entretenimiento. No tiene sentido crear un videojuego que no enganche, tal como lo hace un buen libro o una buena película”*.

Este tema dispara diferentes preguntas: ¿Son los diseñadores responsables de “enganchar en demasía”? ¿Deberían existir unas “buenas prácticas” que aseguren un diseño ético de videojuegos? ¿Existe un conflicto ético entre el objetivo de la empresa (obtener beneficios) y el objetivo del diseñador (crear una experiencia atractiva)?

- **Transaccional:** las compañías pueden mostrar integridad al mantener la consistencia y transparencia dentro de un marco legal y moral. En este caso, la industria del videojuego ha sido poco reglamentada o, desde el punto de vista que se mire, poco coartada por regulaciones y leyes gubernamentales. Los únicos ejemplos de esto los tenemos en China, donde se han introducido controles para evitar que los usuarios jueguen durante más de 3 horas al día; y en países como Tailandia o Australia, donde la censura respecto de los videojuegos es algo común.

Contesto legal de los video juegos

Marco legal

El marco legal por el cual se rige la Corte Suprema de Justicia es la siguientes:1
Constitución Política de la República de Guatemala, Arts. 203-222.
Ley del Organismo Judicial, Decreto Número 2-89 del Congreso de la República de
Guatemala.
Reglamento General de los Tribunales.
Otros.

El Pleno de la Corte Suprema de Justicia se reúne en sesiones ordinarias y
extraordinarias, para la resolución de los asuntos que sean de su competencia.
Ordinariamente, por lo menos, una vez por semana, en el día y hora en que haya
sido convocado por el Presidente del Organismo Judicial y de igual manera para
las sesiones extraordinarias.

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen
y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal
regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes
interrelacionadas entre sí.

Su fundamento en muchos países es La Constitución como suprema legislación,
que se complementa con la legislación promulgada por un parlamento o legislatura
donde se incluyen leyes, códigos penales, y Regulaciones, que incluyen Códigos
de Conducta/Ética, dados a conocer por distintas instancias reguladoras que
guardan estrechos vínculos con la materia en cuestión.
El marco legal faculta a la autoridad correspondiente para que lleve a cabo las
labores de administración de conformidad a la estructura detallada dentro de sus
mismas provisiones.

Patente

Durante la familiargamejam, uno de los participantes, como profesión realmente era abogado, en cambio por hobby pues componía música, y durante un almuerzo estaba comentando el tema de los derechos de autor sobre un videojuego, algo que en cierto modo podía causar hasta risas, no por lo que decía ni mucho menos, si no que, si realmente es cierto todo lo que dijo, lo cual realmente no pongo en duda dada la escasa información al respecto que hay con las leyes actuales en España, eran datos muy curiosos y hoy vengo a recordarlos aquí.

Que son los derechos de autor?

Es un conjunto de normas jurídicas y principios que regulan los derechos morales y patrimoniales que la ley concede a los autores (los derechos de autor), por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística, musical, científica o didáctica, esté publicada o inédita.

Partiendo de esta breve descripción podríamos decir que, podemos tener derechos sobre un libro o un relato, sobre un cuadro o dibujo, sobre un disco o canción, etcétera... ¿Que pasa con un videojuego? Pues ahora vamos a verlo.

En primer lugar, un videojuego, si bien tiene música, tiene arte sea en 2D o 3D, podría decirse que tiene diálogos que no sabría decir si en si mismo podrían contar como literarios, no podría asignarse un tipo de derecho de autor en ninguno de los casos, incluso aunque el videojuego fuese con fines didácticos, no va todo en el mismo saco, así que vamos a desglosarlo.

En primer lugar deberíamos de registrar todas nuestras canciones, efectos de sonido, etcétera como obras musicales, independientemente de lo demás ya que esa parte del videojuego, la música si está reconocida como un elemento a registrar como de tu propiedad.



ENG Y PLAY