

Análisis del Macroentorno de tu empresa

1. Factores políticos:

En España no hay mucha estabilidad política debido a que estamos bajo un gobierno en funciones pero sí que hay bastante estabilidad social.

Por suerte hay una iniciativa que se llama kit digital y además hay ayudas para negocios emergentes en nuestro sector, con ayudas monetarias para empresas pequeñas desarrolladoras de videojuegos.

Tendremos que tener en cuenta las normativas que afectan a cualquier página web que tenga algún tipo de e-commerce como las que afectan al funcionamiento de los derechos de autor.

2. Factores económicos:

Estado de la coyuntura económica en España

La economía está en un estado caótico debido a la subida de la inflación y la consecuente subida de los tipos, además de la falta de materias primas debida a la guerra ruso-ucraniana como son el trigo o el gas. Sin embargo la tasa de paro es del 11.6% , la cifra más baja desde 2008.

3. Factores sociales

Cambios en los gustos de los clientes.

Constantemente, gracias a las RRSS existe cada pocos meses una nueva moda. Y a día de hoy vez más jóvenes se interesan en el sector de los videojuegos, sin embargo todavía nuestro target sería uno reducido.

En cuanto a los factores tecnológicos que influyen en nuestra empresa. Nuestra empresa se dedica a la distribución de material para desarrollo de videojuegos y la organización de competiciones en forma de game-jams. Nuestro principal medio de comunicación y distribución es internet, a través de nuestra página web. Esta se desarrolla generalmente con las tres tecnologías de la web, JavaScript, HTML y CSS. Estas tecnologías están expuestas a cambios constantes, que forzosamente se ven reflejados en nuestra web. Por otra parte, las game-jams hacen uso de tecnologías como motores de videojuegos o programas de modelados 3D. Este tipo de software requiere de mucha investigación y trabajo y, aun así, están en constantes cambios.

Es relevante mencionar también que el hardware que se requiere para ejecutar el software mencionado con anterioridad evoluciona constantemente, los requisitos de uso varían constantemente.

Y por esto nuestra empresa se encuentra en un sector en constante cambio. Que además es dinámico debido a que la tecnología cambia constantemente y con ello todos los desarrolladores se tienen que adaptar aprendiendo a usar nuevos lenguajes y hardware.

El entorno es complejo ya que se necesitan conocimientos avanzados de programación tanto para organizar las game jams de manera Online como para crear un mercado de Assets.

Además en nuestra empresa vamos a llegar a más de un mercado porque vendemos nuestros productos de software pero también ofrecemos la experiencia que otorgan nuestras Jams, por tanto estamos en un entorno diversificado.

Por último en nuestro campo hay poca competencia ya que la mayoría de organizadoras de game jams las hacen cada varios meses o incluso una vez al año y no está pensada tanto para que se meta gente nueva. No se anuncian tanto y se ofrecen sobre todo a estudiantes de ingeniería. Por otra parte si que hay algunas tiendas de modelos 3d, shaders etc.. que se ha conseguido un nombre en el sector pero la combinación de nuestra tienda y competiciones ofrece algo innovador que cambia el producto estándar de las otras paginas. Por último es importante recalcar que las tiendas más que pisarse se complementan a la hora de hacer un proyecto de videojuego así que es un entorno bastante favorable.

Si analizamos nuestra empresa en base a los 5 factores de Michael Porter en el contexto de la existencia de game jams, no, no hay apenas competencia en el mercado hispanohablante. En nuestra otra rama, las tiendas de Assets sí que existe competencia. Al no haber muchas empresas en el negocio. En cuanto al crecimiento el sector de los videojuegos en general está en auge, y por tanto lo están las páginas web que ofrecen facilidades para desarrollarlos. Nuestra empresa va a unificar dos líneas de negocio ya existentes. En una ofrecemos un servicio de actividades puntuales en forma de game jams y por otra parte ofrecemos material de desarrollo de videojuegos a través de nuestra página web.

En el mercado hay varias empresas que ofrecen productos similares como Unity o Epic Games. Estas empresas realmente suben sus ganancias cada año debido al auge del sector pero realmente no hacen un esfuerzo activo por darse a conocer hay es donde entrarían nuestras game jams que funcionarían como publicidad para nuestra página web.

Hay posibilidad de que entren nuevos competidores intentando replicar nuestra idea de negocio pero todo dependerá de cuál de los dos negocios sea más conocido.

Si quisiéramos salir del sector las únicas barreras de salida de este negocio serían las *Game jams* ya programadas que tendrían que ser llevadas a cabo. Pero tanto los assets como los juegos son fácilmente abandonables.

Por el contrario para entrar al sector tendríamos que invertir mucho tiempo y dinero en este proyecto, tanto en servidores para la tienda de assets y las game jams como para un NAS para almacenar todos los assets que se usan y los juegos que se producen en las game jams, por el contrario no nos resultará complejo lidiar con los canales de distribución ya que vendemos productos digital. Además tendremos que estar pendientes de las nuevas innovaciones a como funcionan las jams. Y en cuanto a normativas y requisitos legales lo único que legalmente tendremos que tener en cuenta a la hora de crear la página web es que cumpla el protocolo https y para ello simplemente hay que pagar a una empresa externa.

Si hablamos de productos sustitutivos los modelos 3D que ofrecemos en nuestra tienda pueden ser sustituidos por la contratación de un artista que cree específicamente los modelos necesarios para el videojuego en el que trabaja. Y las jams también pueden ser sustituidas por el desarrollo de juegos pequeños que más tarde se pueden publicar gratuitamente para que los desarrolladores pequeños puedan darse a conocer.

-Proveedores.

Los proveedores tienen la capacidad de ofrecer assets para nuestra tienda online que luego van a ser vendidos a terceros mediante la misma.

Además el marco de proveedores de materiales de desarrollo de videojuegos es extenso. Aceptamos tanto aficionados en el arte como gente que se dedica a ello de manera profesional.

De hecho, es tan extenso que si no nos gusta un proveedor podemos sacarle de nuestra plataforma y habrán muchos otros proveedores que serán capaces de desarrollar assets similares.

Habrán dos tipos de proveedores los que contratemos para las game jams y el proveedor de assets voluntario que directamente sube su contenido a la página web y establece un precio del que sacaremos parte de los ingresos.

-Los clientes.

Los clientes no tienen poder para negociar los precios. El precio que hay es el precio que deben pagar.

Como el precio de los assets lo van a poner los artistas, el precio de venta de los assets no depende de nosotros. Lo único que se podría negociar es el porcentaje de la transacción que se lleva la página, pero esa negociación sería respecto al artista.

Los clientes no pueden comprar un producto sustitutivo a los modelos pero si pueden contratar un servicio por el que obtendrían los mismos productos pero adaptados a sus necesidades.

Puntos fuertes de empresas competidoras

Nuestros principales competidores son Unity Asset Store, Unreal Engine Marketplace e itch.io en el sentido de las Game jams.

Todas estas tiendas tienen su propio motor de desarrollo de videojuegos. Venden assets para su propio producto principal.

Un punto débil de nuestros competidores es que cómo compiten entre ellos unity y unreal venden assets que solo funcionan para sus motores, y por el otro lado itch.io solo vende assets en 2D. Así que nosotros podríamos vender la unificación ya que venderemos para todos los motores todo tipo de assets.

Tenemos varias empresas competidoras como las ya mencionadas Unity Asset Store, Unreal Engine Marketplace y Godot Library.

UNITY ASSET STORE

Se trata de una empresa estadounidense grande, cuya media anual de ingresos es de 1,4 millones de dólares americanos.

Además de los assets de su tienda ofrecen suscripciones a su motor de juegos, que es utilizado por el 50% de los juegos de móviles. Además su tienda de assets funciona de una manera parecida a la nuestra, ellos son intermediarios entre los artistas y los desarrolladores.

Su estrategia de marketing se basa en mostrar publicidad en los juegos móviles, mostrar su logo al iniciar juegos hechos con su motor, ofrecer librerías muy grandes mantenidas por su gran comunidad...

Últimamente la satisfacción de sus clientes ha bajado seriamente. Han tenido muchos problemas con su comunidad, su CEO tuvo que renunciar hace poco y han perdido la confianza de muchos desarrolladores.

Recientemente intentaron cambiar su estrategia de mercado para crecer y aumentar sus ingresos pero lo hicieron con unos métodos muy invasivos y que iban a perjudicar a prácticamente a todos sus usuarios. Debido a eso tuvieron que dar marcha atrás e incluso mejorar las condiciones que ofrecían antes.

Una de las mayores ventajas de unity es la gran comunidad que han logrado a lo largo de los años y las facilidades que han puesto a disposición de los desarrolladores para monetizar sus juegos, sin embargo planearon introducir unas cuotas que afectarían a los juegos más exitosos, obligando a pagar grandes sumas de dinero a los desarrolladores (siendo esos juegos de pago o gratuitos). Eso ha provocado que mucha gente abandone su plataforma en busca de alternativas más asequibles y de confianza. Y ahora aun habiendo recogido cable y mejorado sus condiciones han tenido problemas ya que la gente ya no confía en los altos mandos de la empresa.

UNREAL

Unreal Engine 5 genera al año alrededor de 100 millones de dólares siendo simplemente una aplicación de una empresa todavía más grande, que es Epic Games. Vende assets 3D para su motor desde la aplicación que está en la web o en su aplicación con unos precios que varían entre 20-100€.

El marketing que utiliza es similar al de culturizar otra empresa que se venda por internet, como puede ser pagar a google para que te publicite cuando se busquen palabras clave o usar herramientas SEO.

Aunque Unreal Engine sea un motor muy usado en el sector es cierto que puede resultar confuso ya que simplifica algunas cosas mientras complica otras, lo cual hace que posibles clientes prefieran usar otras aplicaciones.

Ellos al entrar al sector hicieron un gasto realmente grande para hacerse destacar y ofrecer productos diferentes a la competencia y realmente han logrado hacerse un nicho a pesar de vender algo realmente parecido a Unity, debido a que su motor parece ser más cómodo a la hora de hacer gráficos fotorealistas.

El mayor problema que tienen es que para muchos Unity da un mejor servicio al ser más sencillo.

ITCH.IO

Itch.io es una empresa dedicada a una tienda de videojuegos online que además de vender assets de todo tipo. Genera de 2 a 5 millones de dólares anualmente. Funciona sin marketing, todo su marketing proviene del marketing de los videojuegos que vende, pero por consecuencia terminan conociendo itch.io.

Tanto clientes como desarrolladores son felices con ésta página ya que tienen buenos precios y los desarrolladores pueden establecer el precio que quieran por su producto y darle el porcentaje que quieran a la página (10 a 0% de tajada).

Siguen creciendo como empresa enfocada a videojuegos y desarrolladores indie, siendo los primeros en este mercado, han crecido por falta de competencia. Lo único malo es que la mayoría del contenido de la página está desarrollado por amateurs.