



Carrera de Administración

**Título: Modelo CANVAS para la creación de “DT VideoGames” sector Mitad del
Mundo**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Tecnología Superior en
Administración de Empresas**

Autor:

Tiban Velategui Dilan Fabricio

Tutor:

Juan Carlos Zambrano

Quito, 04 de septiembre, 2023

Declaratoria de Responsabilidad

Yo, Dilan Fabricio Tiban Velategui con cédula de ciudadanía Nro. 1727440719 en calidad de autor del trabajo de grado descrito y egresado de la carrera Administración de empresas, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositorio digital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo a la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 04 de septiembre de 2023

Atentamente;

Tiban Velastegui Dilan Fabricio

Cedula:1727440719

Constancia de Aprobación del Tutor

En mi calidad de Tutor del Proyecto aprobado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Universitario “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”.

Certifico:

Que el proyecto Modelo CANVAS para la creación de “DT VideoGames” sector Mitad del Mundo presentado por el Sr. Dilan Fabricio Tiban Velastegui de la promoción 2(4) TSADQ 1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

En la ciudad de Quito a los 04 días del mes de septiembre del 2023

Atentamente:

Dr. Juan Carlos Zambrano Acosta

Cédula: 1708904287

Dedicatoria

Este proyecto de titulación dedico principalmente a mis padres, ya que han sido el pilar fundamental para lograr mis objetivos, que desde pequeño me inculcaron por el camino del bien con mucho esfuerzo y amor siempre me han apoyado incondicionalmente, dedico a mis hermanas por siempre estar mi lado en la buenas y en las malas apoyándome. También quiero dedicar a Erika mi pareja por la paciencia, comprensión y amor que me brindo durante todo este camino de mi carrera gracias a ella estoy por terminar mi gran meta.

Dilan Tiban Velastegui

Agradecimiento

Quiero agradecer al Instituto Superior Tecnológico Universitario “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” por haberme dado la apertura y el conocimiento para llegar al final de mi proceso académico y cumplir mi meta, a cada uno de mis profesionales docentes que desde un inicio me dejó una enseñanza valiosa para mejorar mi aprendizaje.

Agradezco a Dios y toda mi familia por el gran apoyo que me brindó durante toda mi carrera superior tecnológica.

Agradezco a mis compañeros de carrera que con un gran esfuerzo, dedicación y esmero hemos logrado llegar al final de nuestro propósito.

Gracias a todos por poner un granito de arena en mi vida profesional.

Dilan Tiban Velastegui

Resumen ejecutivo

Implementar el modelo CANVAS para la creación de “DT VideoGames” nace principalmente de la necesidad personal y la carencia que existe en el sector Mitad del Mundo, siendo un negocio viable, comercial y accesible para los consumidores gamers de la población que genere una nueva experiencia y satisfacción del cliente.

En el capítulo I del presente proyecto se planteará la información investigada en base al tema propuesto, detallando en la fundamentación teórica cada punto a conocer sobre el consumo de los usuarios gamers y la interacción con los videojuegos, con los respectivos sustentos que respalden el desarrollo de la investigación del proyecto.

En el capítulo II se detallará los métodos de investigación que se utilizará para la creación de “DT VideoGames” después de haber realizado el análisis de los resultados de las encuestas. Además, se sustentará ideas para satisfacer la necesidad de implementar el negocio en el sector mitad del mundo.

En el capítulo III se realizará la propuesta del proyecto mediante el modelo Canvas, mismo que permite desarrollar formatos de lienzo, dividido en nueve bloques, de tal manera que se considere un modelo Canvas.

Palabras Claves

Modelo Canvas, gamers, fundamentación teórica, videogames, encuestas, viable.

Abstract

Implementing the CANVAS model for the creation of "DT VideoGames" arises mainly from personal need and the lack that exists in the Middle of the World sector, being a viable, commercial and accessible business for gamer consumers of the population that generates a new experience and customer satisfaction.

In chapter I of this project, the information investigated based on the proposed theme will be presented, detailing in the theoretical foundation each point to be known about the consumption of gamer users and the interaction with video games, with the respective supports that support the development of project research.

Chapter II will detail the research methods that will be used for the creation of "DT VideoGames" after having carried out the analysis of the results of the surveys. In addition, ideas will be supported to satisfy the need to implement the business in the half of the world sector.

In chapter III, the project proposal will be made using the Canvas model, which allows the development of canvas formats, divided into nine blocks, in such a way that a Canvas model is considered.

Keywords

Canvas model, gamers, theoretical foundation, video games, surveys, viable.

Índice

Declaratoria de Responsabilidad.....	2
Constancia de Aprobación del Tutor	3
Dedicatoria	4
Agradecimiento.....	5
Resumen ejecutivo	6
Palabras Claves	6
Abstract	7
Keywords	7
Índice.....	8
Índice de figuras.....	11
Índice de tablas	12
Introducción	14
Tema	15
Problema	15
Árbol de problemas	16
Idea a defender	17
Justificación	18
Objetivos.....	19
Objetivo General	19
Objetivos Específicos.....	19
Líneas y Sub Líneas de Investigación.....	20
Materias Integradoras	21
Capítulo I	23
Marco Teórico.....	23
Modelo Canvas	23
Creador	23
Importancia del modelo Canvas	23
Lienzo del modelo Canvas	24
Segmentos de Modelo Canvas	25
Segmento del Mercado.....	25
Propuesta de Valor	25

Canales	25
Relación con los Clientes	26
Fuente de Ingresos.....	26
Recursos Claves	26
Actividades Claves	27
Asociaciones Claves.....	27
Estructura de Costes	28
Consolas de Videojuegos.....	28
Videojuegos	28
Accesorios Gamers	29
Marco Legal	29
Protección Jurídica de los Videojuegos en el Ecuador.....	29
Emisión de Permisos de Funcionamiento a Establecimientos Categoría 6.	30
Marco conceptual	31
Gamer	31
Metodología.....	31
Propuesta	31
Distribución	31
Virtual	31
Consola	31
Software.....	31
Normativa	32
Requisitos	32
Contribuyentes.....	32
Capitulo II.....	33
Enfoque de la Investigación	33
Diseño de la Investigación	33
Enfoque Cuantitativo.....	33
Método Científico.....	33
Tipo de Investigación	33
Investigación De Campo	33
Nivel de investigación.....	34

Investigación descriptiva	34
Unidad de Analisis	34
Población/Muestra	35
Técnicas de la Investigación	36
Encuesta.....	36
Instrumento	36
Cuestionario.....	36
Análisis de resultado	37
Conclusión del Diagnóstico Situacional	46
Capitulo III.....	47
Propuesta	47
Segmentación Del Mercado.....	47
Segmentación Geográfica.....	47
Segmentación Demográfica.....	47
Segmentación Psicográfica.....	48
Propuesta de Valor.....	48
Canales.....	51
Relación con el Cliente.....	52
Fuente de Ingresos.....	53
Presupuesto de Ventas	54
Recursos Clave	56
Talento Humano.....	56
Recursos Físicos.....	57
Recursos Financieros	57
Actividades Claves	58
Asociaciones Clave.....	59
Estructura de costes	60
Conclusiones	61
Recomendaciones	62
Bibliografía	63
Anexos	66

Índice de figuras

Figura 1. Árbol de problemas	16
Figura 2. Lienzo de Modelo Canvas	24
Figura 3. Mapa de sector Mitad del Mundo.....	35
Figura 4. Gráfico pregunta 1	37
Figura 5. Gráfico pregunta 2.....	38
Figura 6. Gráfico pregunta 3.....	39
Figura 7. Gráfico pregunta 4.....	40
Figura 8. Gráfico pregunta 5.....	41
Figura 9. Gráfico pregunta 6.....	42
Figura 10. Gráfico pregunta 7.....	43
Figura 11. Gráfico pregunta 8.....	44
Figura 12. Gráfico pregunta 9.....	45
Figura 13. Gráfico pregunta 10.....	46
Figura 14. Organigrama DT VideoGames.....	56
Figura 15. Plano DT Video Games.....	57
Figura 16. Proceso	59
Figura 17. Encuesta.....	66
Figura 18. Encuesta.....	67
Figura 18. Encuesta.....	68
Figura 20. Encuesta.....	69

Índice de tablas

Tabla 1. Líneas y sub líneas de investigación	20
Tabla 2. Materias integradoras	21
Tabla 3. Datos	35
Tabla 4. Resultados pregunta 1	37
Tabla 5. Resultados pregunta 2	38
Tabla 6. Resultados pregunta 3	39
Tabla 7. Resultados pregunta 4	40
Tabla 8. Resultados pregunta 5	41
Tabla 9. Resultados pregunta 6	42
Tabla 10. Resultados pregunta 7	43
Tabla 11. Resultados pregunta 8	44
Tabla 12. Resultados pregunta 9	45
Tabla 13. Resultados pregunta 10	46
Tabla 14. Segmentación Geográfica.	47
Tabla 15. Segmentación demográfica	47
Tabla 16. Segmentación psicográfica	48
Tabla 17. Matriz de criterios y respuestas.....	49
Tabla 18. Tipos de canales.....	52
Tabla 19. Tipo de relación con el cliente	53
Tabla 20. Lista de productos	53
Tabla 21. Proyección de ventas.....	55
Tabla 22. Proyecto de presupuestos anual de venta.....	55
Tabla 23. Capital para la inversión	58
Tabla 24. Recursos claves	58
Tabla 25. Accionistas clave	59
Tabla 26. Presupuesto de gastos anuales	60
Tabla 27. Presupuesto de Muebles y Enseres	70
Tabla 28. Equipos de Tecnología y Computación	70

Tabla 29. Presupuesto producto elaborado	71
Tabla 30. Presupuesto Servicios básicos.....	71
Tabla 31. Presupuesto de publicidad.....	72
Tabla 32. Sueldos.....	72
Tabla 33. Depreciación	73

Introducción

En la actualidad, la industria de los videojuegos ha sido una constante innovación, por lo que ha sido crucial y clave para alcanzar el éxito a nivel mundial.

Los videojuegos han dejado de ser un pasatiempo para convertirse en una nueva forma de comunicación, el mundo moderno busca la manera de estar conectado con amigos, familiares y los gamers lo hacen de una manera divertida. Es por eso que los usuarios buscan la forma y los medios para estar en el nuevo mundo de socialización, buscando que consumir, que comprar o adquirir, como: nuevas consolas, accesorios gamers, móviles, laptops, etc. Dejando así una amplia cadena de comercialización y ganancias para los centros de distribución de videojuegos.

Es por eso que “DT VideoGames” será la solución a la necesidad para los usuarios gamers del sector, con la intención de estar siempre en la constante innovación que la tecnología trae cada día.

Tema

Modelo Canvas para la creación de “DT VideoGames” sector Mitad del Mundo

Problema

Latinoamérica ha demostrado ser una de las regiones con un gran número de consumidores de los videojuegos, varios estudios han demostrado que ocupa el tercer puesto a nivel mundial. Es por eso que existe una gran variedad de comercialización en tiendas físicas y online que promueve la distribución de diferentes consolas y accesorios de videojuegos.

No obstante, Ecuador no ha seguido esta tendencia, dado que las importaciones de juegos y consolas no despiantan los 1,2 millones de dólares. En la actualidad, hay cuatro organizaciones operando en este campo, pero las actividades de comercialización y producción a nivel del país no han alcanzado ni siquiera el millón de dólares. Uno de los mayores obstáculos son los altos impuestos que Ecuador impone a los productos comercializados en esta industria (La Hora, 2021).

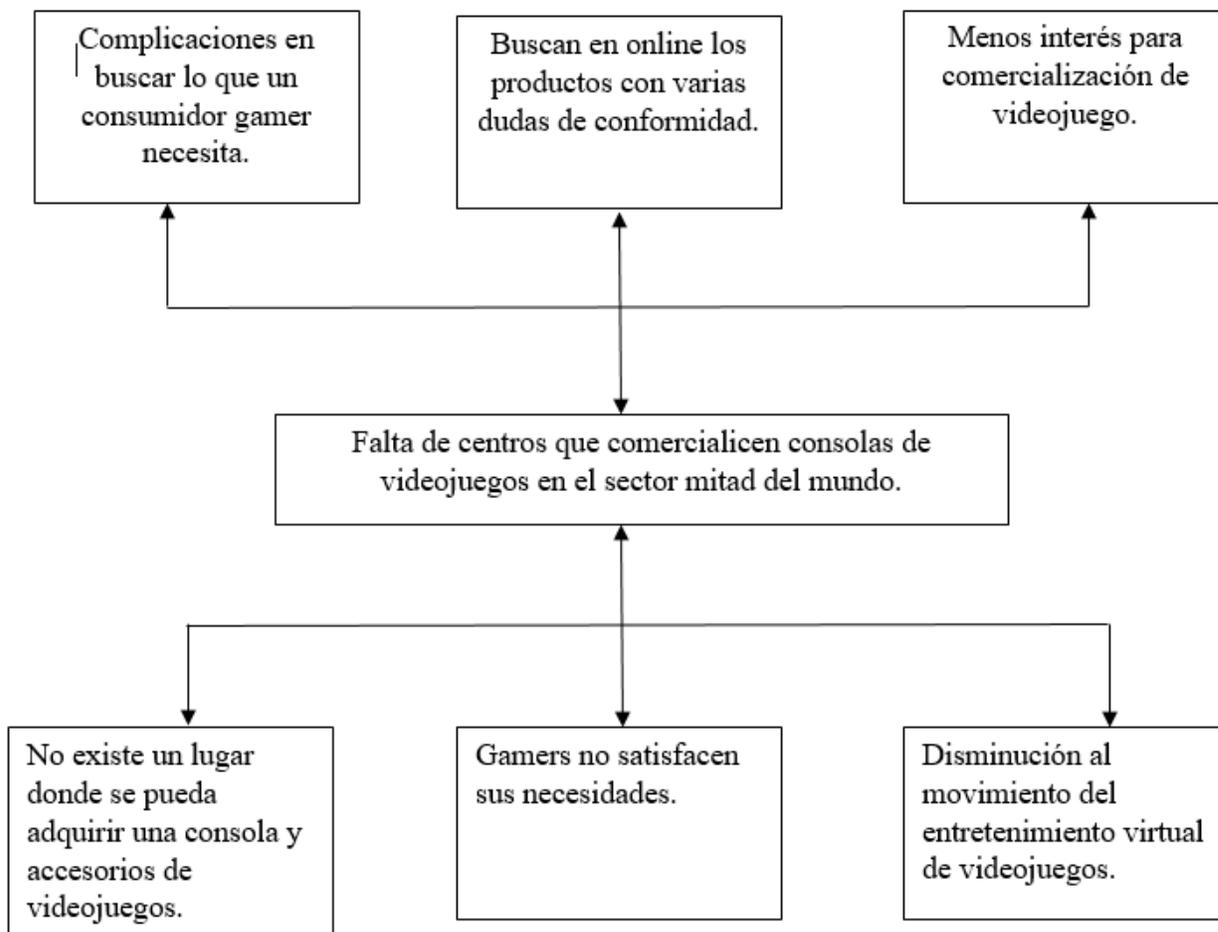
En el sector mitad del mundo no existe un centro de distribución que garantice las necesidades de satisfacción del consumidor de videojuegos según un estudio realizado. Es por eso que, bajo los principios descritos, se fundamenta la pregunta de investigación:

¿Cuán beneficioso es desarrollar un modelo Canvas para la creación de “DT VideoGames” sector Mitad del Mundo?

Árbol de problemas

Figura 1

Árbol de problemas



Fuente: Elaborado por el autor

Idea a defender

El beneficio de implementar un centro de distribución de videojuego en el sector Mitad del Mundo, basado en el modelo Canvas, sustentara la necesidad y la rápida adquisición de consolas, accesorios gamer, móviles, laptops, etc. De última generación, a la vez garantizando la experiencia de compra y seguridad del usuario gamer, aumentando la cadena de comercialización en el sector.

Justificación

El objetivo de crear el proyecto de modelo Canvas “DT VideoGames”, principalmente se basa para sustentar la necesidad que existe en el sector Mitad de Mundo, ya que carece de un centro de comercialización donde se distribuya consolas y accesorios gamer de última generación con una variedad selectiva del cliente.

Fomentar la industria de los videojuegos a máxima plenitud, de tal manera que las personas que no la conocen, tengan la información que el mundo de los videojuegos en la actualidad ya no es un pasa tiempo, sino una forma nueva de comunicación.

Analizando que se está perdiendo el interés de comprar o adquirir consolas de videojuegos de manera confiable para su uso de entretenimiento y socialización en los mismos de manera virtual. Se promueve la venta de los mismos.

Aumentar la industria del videojuego en el país desde lo micro para iniciar la cadena de adquisición de consolas para el entretenimiento.

Con los conocimientos adquiridos durante la investigación sobre esta industria se creará el emprendimiento para facilitar a los consumidores del entretenimiento una mejor experiencia al adquirir productos gamer.

Se dificultará al momento de acostumbrar a la población a adquirir de una manera directa e indirecta el producto.

Objetivos

Objetivo General

Aplicar bajo en el modelo CANVAS para la creación de DT VideoGames sector Mitad del Mundo.

Objetivos Específicos

Fundamentar teóricamente con fuentes primarias y secundarias la implementación mediante modelo CANVAS para la creación de DT VideoGames sector Mitad del Mundo.

Compilar información referida a la implementación mediante modelo CANVAS para la creación de DT VideoGames sector Mitad del Mundo.

Desarrollar el modelo CANVAS para la creación de DT videogames sector Mitad del Mundo.

Líneas y Sub Líneas de Investigación

Tabla 1

Líneas y sub líneas de investigación

TEMA DE INVESTIGACIÓN	Modelo CANVAS para la creación de DT videogames sector Mitad del Mundo.
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario. • Promover una sociedad participativa
SUB LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA	<p>Emprendimiento e innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración y diseño de procesos de generación de empleos • Promoción de iniciativas de la economía popular y solidaria, micros empresas, • talleres artesanales y pequeñas empresas.

Fuente: Información proporcionada por ISTHCPP

Materias Integradoras

Tabla 2

Materias integradoras

MATERIAS INTEGRADORAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJES
<p>Metodología de la investigación y desarrollo de emprendimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información. • Desarrollar habilidades analíticas y sintéticas para procesar la información científica y aplicarlo en la resolución de problemas de investigación en el área administrativa. • Se refiere a la capacidad de usar información en la creación y producción en pequeñas empresas y economías solidarias de masas.
<p>Métodos de producción para economía popular y solidaria y talleres artesanales</p> <p>Administración de presupuestos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad en la generación de sistemas para la producción de bienes o servicios. • Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de los objetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera.
<p>Eje de formación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planea las actividades de la empresa de acuerdo a los objetivos propuestos, a través de la recolección de información financiera dependiendo del tipo de empresa.
<p>Marketing para emprendedores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crea y usa herramientas del marketing que se delinear los emprendimientos con el fin de proyectar una gestión de excelencia en la pyme. • Aplica de manera práctica las estrategias genéricas y alternativas a fin de generar alternativas de competitividad en el mercado a cualquier tipo de organismo económico – social.

Gestión de la Calidad

- Capacidad analítica para establecer y comprender problemáticas en el área administrativa de producción para llevar a cabo estudios exploratorios, de tipo prospectivo con la finalidad de usar métodos que conserven el medio ambiente y fomenten el progreso de las empresas.

Finanzas Corporativas

- Aplica técnicas de análisis financiero y planeación para comprender la situación financiera actual de la organización y proyectarla a futuro de acuerdo a la capacidad y estructura.

- Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento.

Fuente: Información proporcionada por ISTHCPP

Capítulo I

Marco Teórico

Modelo Canvas

Según García (2023), Canvas es un instrumento práctico que brinda la posibilidad de establecer los principales elementos de una idea de negocio. Este método consta de nueve bloques que detallan brevemente la propuesta de valor, el tipo de clientes, la relación que se desea tener con ellos, los canales, los recursos y operaciones que requieren control, los socios clave, costos e ingresos. De manera similar, Da Silva (2022). cree que el modelo Canvas es plan de gestión para la planificación estratégica, útil en el análisis y formación de modelos de negocio visualmente atractivo. Su formato, dividido en 9 bloques proporciona una visión global y simplificada de la organización.

Dicho de otro modo, el modelo Canvas es una metodología que nos ayuda a crear modelos de negocio dinámicos y aceptables al contexto, para poder emplear desarrollar un coste mínimo de actividades empresariales.

Creador

El modelo Canvas fue elaborado originalmente por Alexander Osterwalder, quién diseñó de un modelo de negocio mediante el análisis de diferentes aspectos clave para que una empresa tenga éxito (García C. , 2015)

Este experto en marketing nacido en Suiza en 1974 y a pesar de su corta edad, es considerado uno de los mayores exponentes en innovación organizacional (Larriba, 2016).

Importancia del modelo Canvas

De acuerdo con el criterio de Broitman (2019), el enfoque Canvas posee diferentes ventajas de visualización, costo reducido y colaboración. Asimismo, facilita un lenguaje común para detallar, visualizar y personalizar modelos de negocio en un solo esquema. Este modelo se utiliza para comprender el plan productivo de una empresa y al mismo tiempo garantizar que todos los participantes tengan la misma comprensión de la empresa. Los enfoques Canvas son ventajosos para gestionar, pensar en el futuro y planificar su apoyo a corto y medio plazo.

Lienzo del modelo Canvas

Como expresa Ramos (2018) el modelo Canvas es un instrumento que tiene múltiples beneficios entre los cuales destacan su aporte en la comprensión del plan de negocio de una organización, permite trabajar con un lenguaje compartido y sencillo, así como esbozar la planificación a través de nueve bloques que responden a líneas estratégicas establecidas en todo emprendimiento.

Figura 2

Lienzo de Modelo Canvas



Fuente: Tomado de Zona _ empresas

Segmentos de Modelo Canvas

El segmento de modelo Canvas está compuesto por nueve partes, son importante ya que es un instrumento para el análisis de ideas de negocio. En este sentido, Crespo (2022) refiere que el Canvas usa un lenguaje para detallar, visualizar, valorar y cambiar planes de negocio.

Segmento del Mercado

En este punto surgen diferentes dos preguntas importantes para identificar los grupos de clientes en los que la empresa está interesada; ¿Para qué generar valor?, ¿Quiénes son los clientes más destacados?, en este sentido, se debe considerar que el plan de la empresa puede contar con uno o distintos segmentos de mercadeo. Bajo este contexto, es crucial que los clientes seleccionados sean rentables a largo plazo, por lo que es fundamental elegir tanto los clientes a considerar como aquellos que no se incluirán (Crespo, 2022).

Propuesta de Valor

Este esquema se centra en proporcionar valor a los clientes seleccionados seleccionados adaptados a sus deseos. Estos valores pueden ser cuantitativos o cualitativos. Sin embargo, además de diferenciar a los clientes, es necesario considerar los siguientes factores:

- **Novedad:** cubrir una necesidad que no existía en ese momento y no es percibida por los clientes por no disponer de productos similares.
- **Aumentar el rendimiento:** Distribuir un producto o servicio de forma más eficiente.
- **Personalizar:** Adaptar el producto o servicio de acuerdo a los requerimientos del cliente.
- **Marca/estatus:** El valor se puede hallar en la exclusividad o facultad al emplearlo.
- **Precio:** Oferta por debajo del precio del mercado.
- **Accesibilidad:** Acercar un producto o servicio.

Canales

En términos de propuesta de valor de marketing, la etapa del canal es la más importante en lo que a mercadeo respecta. Este bloque consta de cinco fases:

- **Información:** Promocionar los productos o servicios que ofrece la organización.

- Valoración: Realizar una evaluación del plan de valor relativo a los clientes seleccionados.
- Compra: Cómo adquirir los productos o servicios ofrecidos por la organización.
- Entrega: Cómo se proporciona la propuesta de valor.
- Posventa: servicios prestados después de realizar la venta del producto o servicio.

También, es posible emplear canales directos e indirectos. El equilibrio es relevante para conseguir la integración apropiada que genere vivencias increíbles, sin afectar costos para incrementar las ganancias (Crespo, 2022).

Relación con los Clientes

En esta sección es necesario hacer las siguientes preguntas (Crespo, 2022):

- ¿Cuál es la relación esperada con los clientes?
- ¿Qué relación se ha construido?
- ¿Cuánto cuesta?
- ¿Cómo encajan en el plan de negocios?

Las relaciones con los segmentos se forman y perduran de manera independiente en los distintos aspectos del mercado. Este bloque detalla el tipo de relaciones que las empresas establecen con segmentos específicos del mercado (Ramos C. , 2018).

Fuente de Ingresos

Para Ramos (2018), los flujos que ingresan a la empresa se generan cuando los clientes perciben la propuesta de valor proporcionada. En tal sentido, este bloque pretende tratar con el flujo de caja producido en la organización en diferentes segmentos del mercado. Para ello, se debe calcular los beneficios y restar los costos de los ingresos.

Recursos Claves

En este apartado es necesario considerar los recursos clave que necesita la propuesta de valor, las relaciones con segmentos de mercado, los canales de comercialización y las fuentes de

ingreso. Por lo menciona, los recursos clave son considerados como los activos más relevantes en el plan de negocios y pueden ser los siguientes:

- Físicos: por ejemplo, automóviles, equipos, puntos de venta y puntos de comercialización.
- Intelectuales: entre estos están, las patentes, marcas, derechos de autor, sociedades y bases de datos.
- Humanos: Se refiere a los empleados de una empresa.
- Económicos: Se refiere a las finanzas de la empresa, por ejemplo, garantías, líneas de crédito, entre otros.

Adicionalmente, los recursos clave pueden pertenecer a la empresa o ser arrendados u ser conseguidos de los inversionistas (Crespo, 2022).

Actividades Claves

Este módulo describe los pasos relevantes que una organización debe seguir para que su plan funcione. En tal sentido, es necesario indagar sobre las actividades clave necesarias para los demás bloques (Ramos C. , 2018)

Asociaciones Claves

Crespo (2022) indica que en este apartado se deben detallar las personas que colaboran con el funcionamiento de la empresa, es decir, socios y proveedores. Las organizaciones colaboran periódicamente para optimizar los planes de negocio, disminuir riesgos y acceder a los recursos. Hay 4 tipos de colaboraciones:

- Coaliciones estratégicas entre organizaciones no competidoras.
- Competitividad, es decir, alianzas con organizaciones de la competencia.
- Organizaciones conjuntas para generar nuevos modelos de negocio.
- Relaciones con clientes y proveedores con la finalidad de asegurar la fiabilidad en los insumos.

Estructura de Costes

El último bloque consiste en considerar los costos de llevar a cabo un plan de negocio. Sin embargo, también requiere la producción y entrega de valor para preservar las relaciones con los clientes y generar ganancias. Para ello, es necesario tener claro cuales, con los costos más relevantes del plan, así como los recursos y las actividades más costosas.

Aunque los costos deben reducirse en todas las organizaciones, se debe considerar la siguiente estructura.

- Según costos: de esta manera se busca minimizar gastos con propuestas innovadoras a bajo precio y un uso alto de sistemas externos o automáticos.
- Según valor: Centrado en generar valor en servicios que pueden ser Premium o exclusivos de acuerdo a la percepción de los clientes.

Cabe acotar que todas las empresas manejan costos fijos que no presentan variación, por ejemplo, arrendamiento de instalaciones, costos variantes que dependen de diversos factores y que afectan el volumen de los servicios o productos ofrecidos. Asimismo, es necesario considerar la economía a escala que constituye los beneficios de los costos en conformidad con el aumento de productividad (Crespo, 2022)

Consolas de Videojuegos

Una consola de videojuegos es un sistema informático especializado diseñado para videojuegos donde se puede interactuar de manera virtual.

Según Pérez y Gardey (2017) la consola es un término con varios usos y significados. El más habitual es aquel que hace referencia a una consola de videojuegos o videoconsola, que es el dispositivo que ejecuta juegos electrónicos contenidos en discos compactos, cartuchos, tarjetas de memoria u otros formatos.

Videojuegos

Los videojuegos son aplicaciones participativas creadas con fines de diversión que usa mandos o controles específicos que permiten al usuario tener una experiencia en la pantalla de un televisor, ordenador u otro dispositivo tecnológico (Pérez & Gardey, 2017)

Accesorios Gamers

Los accesorios gamer son diversos artículos que los usuarios de los videojuegos usan para satisfacer su pasatiempo y tener una mejor experiencia en el mundo del entreteniendo.

Marco Legal

La industria de los videojuegos comprende una temática relevante con respecto a los derechos de propiedad intelectual porque cubren distintos elementos y derechos que necesitan ser protegidos. El contenido de los videojuegos abarca aspectos audiovisuales multimedia (audio, video, voz, entre otros) y un software que maneja técnicamente dichos elementos.

De esta manera, se trata de determinar si estos videojuegos son objetos de protección como obras multimedia, teniendo en cuenta los distintos elementos que los convierten en sus principales características, o, por el contrario, si el software que permite su funcionamiento y, eventualmente, su funcionamiento es lo que debería protegerse.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), agencia técnica dependiente de las Naciones Unidas (ONU) que promueve el uso y protección de las obras intelectuales humanas en sus estados miembros, examina en sus escritos que los videojuegos son un asunto complicado y que todos los países deben saber abordarlo según el concepto que tengan, no obstante, concuerdan en que derechos protegidos, dados los elementos de la propiedad intelectual. (Velasquez, 2017)

Protección Jurídica de los Videojuegos en el Ecuador

En el contexto ecuatoriano existe protección jurídica a este respecto, es así que en el art. 16 señala las características y consideraciones más importante de los videojuegos como propiedad que puede ser amparada según los derechos de autor. De este modo, se analiza el régimen de protección que se puede usar en videojuegos complejos y en los creados y ejecutores. A raíz de lo mencionado, se puede establecer limitantes de la problemática que presenta la ley actuar respecto a este tipo de producto (Moreno, 2020).

Emisión de Permisos de Funcionamiento a Establecimientos Categoría 6.

Tiendas Naturistas, Tiendas, Frigoríficos.

El trámite actual para conseguir licencias de puesta en marcha de los negocios está regulado por el Ministerio del Interior y corresponden a la categoría 6. En la página del Ministerio de Gobierno (2023) expone lo siguiente:

Categoría 6: Tiendas y Abacerías.

- Este trámite es específicamente para los dueños de locales y empresas que cuentan con actividades financieras dentro de los locales regulados por el Ministerio del Interior.
- Puede ser una persona natura, privada, jurídica, pública, nacional o extranjera.

¿Cuáles son los requisitos para realizar el trámite?

Requisitos Obligatorios:

1. Registrar un representante de la organización en el sitio web creado por el ministerio de gobierno.
2. Diligenciar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) perteneciente a la empresa.
3. Diligenciar una patente municipal para el negocio.
4. Obtener el comprobante de entrada por recobro de costos en el otorgamiento de licencia de funcionamiento.

¿Cuál es el costo del trámite?

1. Tiendas, abacerías, abarrotes USD 10,11
2. Micromercados USD 10,11
3. Establecimientos ubicados dentro de gasolineras USD 10,11

¿Cuál es la validez de la licencia obtenida?

La licencia para funcionar será válida por un año, contando desde la fecha que fue emitido el permiso (Ministerio de Gobierno, 2023).

Marco conceptual

Gamer

Esta definición es usada en diversos idiomas para referirse a un individuo que le apasiona todo lo relacionado con los juegos de video (Ramos J. , 2021)

Metodología

Campo especializado en personalizar actividades específicas. Tiene una amplia gama de artículos clave como el arte y la ciencia (Navarro, 2008).

Propuesta

Proposición, idea o consulta que se manifiesta de un asunto o negocio a la persona, junta o cuerpo que lo ha de resolver.

Distribución

La distribución es una parte importante en el contexto organizacional y de mercadeo. Por distribución entendemos la serie de actividades que tienen lugar desde la elaboración de un producto hasta que el consumidor final adquiere (Coll, 2021).

Virtual

Se puede considerar virtual a todo lo que sea una imitación o persona que se relacione con la realidad.

Consola

Dispositivo que ejecuta juegos electrónicos

Software

Sistema informático que contiene un conjunto de componentes lógicos para realizar tareas específicas.

Normativa

Es un sinónimo de ley o un ámbito determinado que regulan una materia en común.

Requisitos

Condición u orden natural que se necesita para tener acceso a algo, o para que alguna cosa suceda

Contribuyentes

Es una persona o entidad que tiene como obligación pagar un impuesto

Capítulo II

Enfoque de la Investigación

El presente proyecto de investigación está basado en el enfoque cuantitativo, mismo que la información está basada en la obtención de datos, justificado en técnicas y estadísticas numéricas exactas. Para realizar el análisis y conseguir la viabilidad del modelo Canvas para la creación “DT VideosGames”.

Para el enfoque cuantitativo se realizará una seleccionada encuesta que contenga preguntas certeras que nos permitan conocer el punto de vista y el criterio de los usuarios gamers y población del sector Mitad del Mundo.

Diseño de la Investigación

Enfoque Cuantitativo

Según Arteaga (2020) el enfoque cuantitativo se basa en el cálculo objetivo, numérico, matemático o estadístico de información que se reecaba mediante instrumentos de recolección de datos de carácter cuantitativo, tales como, encuestas, cuestionarios o manejo tecnológico de estadística ya existente. Este tipo de estudios permite obtener datos que pueden ser generalizados hacia diferentes contextos y dar respuesta a problemáticas investigadas.

Método Científico

Este método constituye uno de los procesos para efectuar estudios y le permite al investigador tener nuevos conocimientos o demuestra la exactitud de algunos fenómenos mediante una serie de operaciones ordenadas. Dicho proceso puede repetirse las veces que el investigador requiera para confirmar la validez de los resultados (Equipo editorial, Etecé, 2016)

Tipo de Investigación

Investigación De Campo

Un estudio de campo tiene por finalidad la comprensión, interacción y el análisis cualitativo de los sujetos de estudio. Cuando un investigador está en el campo, los científicos sociales generalmente se refieren al contexto real o donde está sucediendo la problemática

investigada, estudiando las actividades y eventos de la vida diaria de los individuos. También es usual que se refieran a este método de recopilación de información como observacional o etnográfico. La antropología frecuentemente emplea la palabra etnografía, mientras que la sociología suele utilizar el término observación participante para mencionar los métodos de campo (Arteaga, 2022).

Nivel de investigación

Investigación descriptiva

Para Rus (2021) un estudio descriptivo esta centrado en la comprensión de las características de los participantes del estudio o del problema investigado. En este sentido, una investigación descriptiva permite realizar definiciones, categorizaciones o resúmenes, por ejemplo, usando mediciones de posición o dispersión.

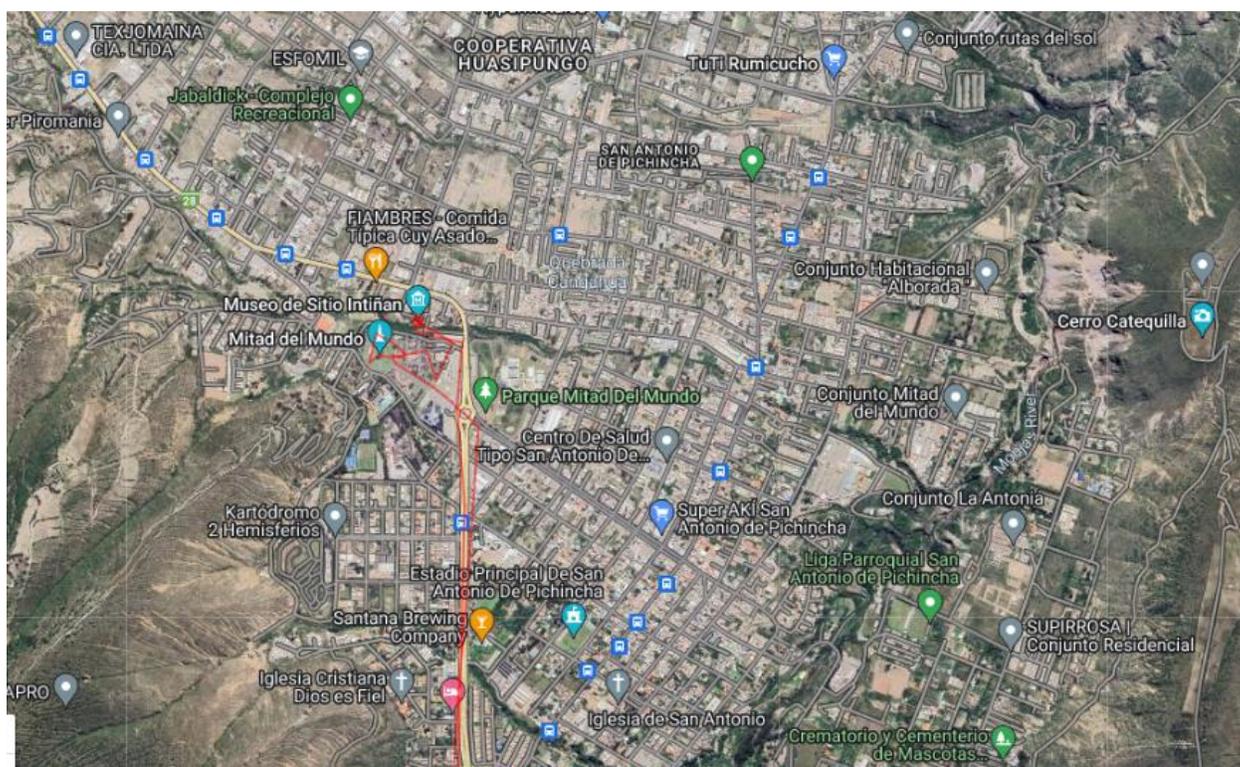
No obstante, en este estudio no se analizan las razones del comportamiento de los sujetos, ni relaciones entre variables, por lo que, si el investigador necesita realizar esto, deberá aplicar técnicas explicativas o correlacionales.

Unidad de Analisis

Para la unidad de análisis se consideró al sector Mitad del Mundo con una población de 65000 habitantes

Figura 3

Mapa de sector Mitad del Mundo



Fuente: Tomado de (Google maps, 2023)

Población/Muestra

Después de la investigación y tomando como referencia a la población del sector Mitad del Mundo de aproximadamente 65.000 habitantes.

Se identificará a la muestra para conocer su opinión, necesidad e inclinación de compra. Para conocer la muestra de la población del sector utilizaremos la siguiente formula:

Tabla 3

Datos:

n=	Tamaño de la muestra	¿?
N=	Tamaño de la población	65.000
z=	Nivel de confianza	90% - 1,65

p=	Probabilidad de éxito	50%
p=	Probabilidad de fracaso	50%
e=	Margen de error	10%

Fuente: Elaborada por el autor

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{65.000 * 1.65^2 * 0.5 * 0.5}{0,1^2 * (65.000 - 1) + 1,65^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{65.000 * 2,7 * 0.5 * 0.5}{0,01 * (64.999) + 2,7 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{43.875}{650,7}$$

$$n = 67$$

Técnicas de la Investigación

Encuesta

La encuesta es un método de investigación que recolecta información de opiniones de varias personas sobre distintos temas para descubrir una solución a un problema dado.

Instrumento

Cuestionario

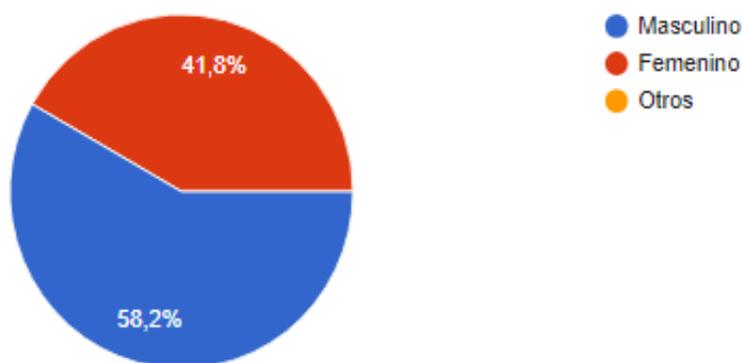
Un cuestionario se constituye como un instrumento para recolectar datos. Este tipo de encuestas contienen preguntas secuenciales y ordenadas. El término cuestionario surge del latín *quaestionarius*, que se refiere o traduce como lista de preguntas (Etecé, 2021)

Análisis de resultado

1.- ¿Cuál es su género?

Figura 4

Gráfico pregunta 1



Fuente: Tomada de (Google forms, 2023)

Tabla 4

Resultados pregunta 1

criterio	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	39	58,2%
Femenino	28	41,8%
Total	67	100%

Fuente: Elaborada por el autor.

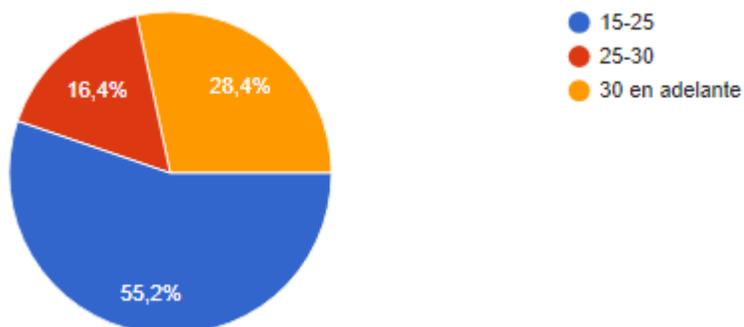
Análisis.

Con el resultado obtenido de la pregunta uno, del 100% de los encuestado, el 58,2% corresponde al género Masculino, mientras que el 41,8% corresponde al género femenino, por lo que se llega a la conclusión que se obtendrá un criterio equilibrado y conocer el punto de vista de ambos géneros sobre la comercialización de accesorios de videojuegos.

2.- ¿Qué edad tiene?

Figura 5

Gráfico pregunta 2



Fuente: tomado de (Google forms, 2023)

Tabla 5

Resultados pregunta 2

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
15-25	37	55,2%
25-30	11	16,4%
30 en adelante	19	28,4%
Total	67	100%

Fuente: Creado por el autor.

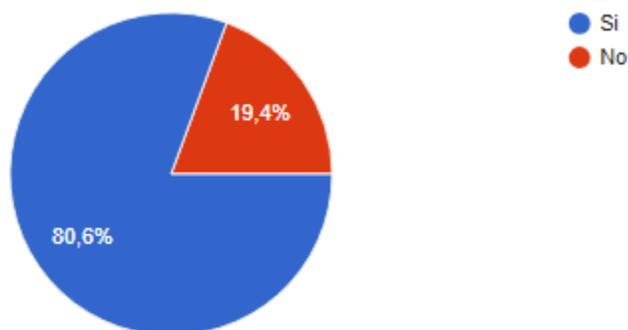
Análisis.

El resultado de la segunda pregunta referente a las edades, donde se suma la opción 2 y 3 corresponde al 44,8% la mitad de los encuestados, es un resultado muy favorable, ya que está en el rango de edades que pertenece a la población económicamente activa, generando una viabilidad al proyecto.

3.- ¿El lugar en donde vive esta cerca o en el sector Mitad del Mundo?

Figura 6

Gráfico pregunta 3



Fuente: tomado de (Google forms, 2023)

Tabla 6

Resultados pregunta 3

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	54	80,6%
No	13	19,4%
Total	67	100%

Fuente: Creado por el autor.

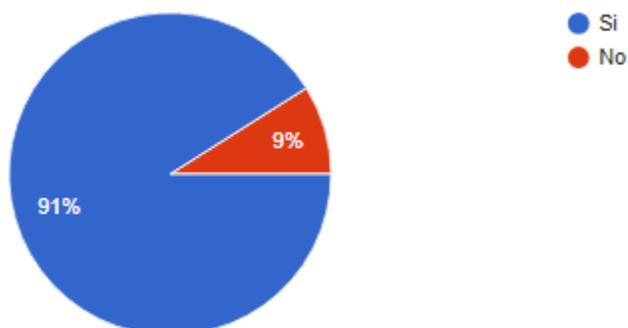
Análisis

El 80,6% vive o está cerca al sector Mitad del Mundo los que nos permite tener la seguridad que el proyecto generará una rentabilidad favorable para el consumo y adquisición del mismo. Por otro lado, para generar rentabilidad al negocio para las personas fuera de la zona se creará anuncios donde se dé a conocer “DT Videogames” a través de las redes sociales y propagandas.

4.- ¿En alguna ocasión ha jugado videojuegos en: ¿Consolas, GameBoy, PC o Celular?

Figura 7

Gráfico pregunta 4



Fuente: Tomada de (Google forms, 2023)

Tabla 7

Resultados pregunta 4

criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	91,0%
No	6	9,0%
Total	67	100%

Fuente: Creado por el autor.

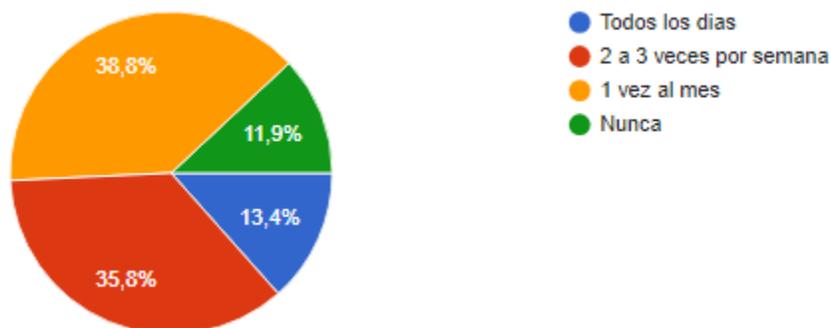
Análisis.

Según el resultado de la pregunta 4, el negocio no tendrá mayor dificultad para un buen acogimiento, ya que de 67 personas realizada la encuesta, 61 han sido parte del entretenimiento gamer, de este modo abrir DT VideoGames en el sector mitad del mundo, será una opción de rentabilidad considerando que se encontrará rodeado de usuarios gamers para su consumo masivo.

5.- ¿Qué tiempo dedica a los videojuegos?

Figura 8

Gráfico pregunta 5



Fuente: Tomada de (Google forms, 2023)

Tabla 8

Resultados pregunta 5

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	9	13,4%
2 a 3 veces por semana	24	35,8%
1 vez al mes	26	38,9%
Nunca	8	11,9%
Total	67	100,00%

Fuente: Creado por el autor.

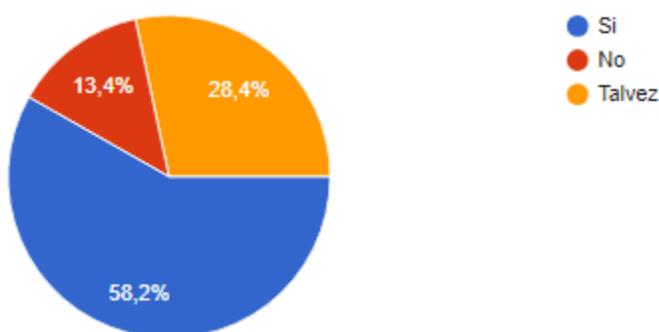
Análisis.

Dentro del porcentaje de datos obtenidos en la pregunta 5, el 13,4% dedica todos los días de su tiempo a los videojuegos, es un rango adecuado que beneficiara al negocio ya dicho porcentaje tiene un interés en estar activamente conectado al entretenimiento. Y por ende necesitará estar a la par con los avances tecnológicos del entretenimiento.

6.- ¿Cree que los videojuegos ayudan a desarrollar habilidades, destrezas y familiarización con nuevas tecnologías?

Figura 9

Gráfico pregunta 6



Fuente: Tomada de (Google forms, 2023)

Tabla 9

Resultados pregunta 6

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	58,2%
No	33	13,4%
Talvez	18	28,4%
Total	67	100%

Fuente: Creado por el autor.

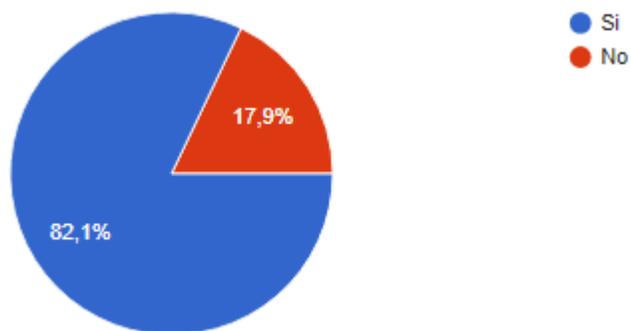
Análisis.

Al realizar la encuesta y formular las preguntas, se consideró saber el criterio de la población de que si cree que los videojuegos traen beneficios. El resultado de la pregunta arroja que el 58,2% este desacuerdo, el 28,4% talvez y el 13,4% no está desacuerdo. Analizando el tema y realizar una investigación extra, se concluye que en la actualidad los videojuegos han dejado de ser un pasa tiempo y se han formado en un medio de comunicación importante, ya que por este medio se puede llegar a tener una socialización más extensa con familiares, amigos que estén fuera del país incluso conectarse con diferentes partes del mundo, también que genera destrezas y habilidades porque en su parte ha videojuegos para la estimulación del aprendizaje.

7.- ¿En alguna ocasión ha tenido consolas de video juegos como, PlayStation, Xbox, Ordenadores, Nintendo, etc.?

Figura 10

Gráfico pregunta 7



Fuente: Tomada de (Google forms, 2023)

Tabla 10

Resultados pregunta 7

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
No	12	17,9%
Si	55	82,1%
Total	67	100%

Fuente: Creado por el autor.

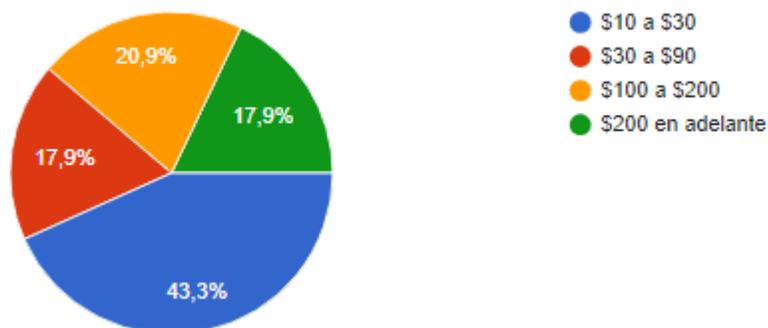
Análisis.

A lo largo de la historia de los videojuegos ha ido evolucionando con mejoras en sus consolas notablemente hasta llegar al punto de experimentar juegos en 3D y en tercera persona. El 82.1% de los encuestados alguna vez en su vida a llegado o tiene consolas de videojuegos, lo que conlleva a que estas personas tengan un consumo masivo en el mercado de adquirir productos relacionados, en donde se tomara esa ventaja para generar el comercio en el entretenimiento gamer.

8.- ¿Cuánto está dispuesto a invertir en consolas o accesorios de videojuegos?

Figura 11

Gráfico pregunta 8



Fuente: Tomada de (Google forms, 2023)

Tabla 11

Resultados pregunta 8

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
\$10 a \$30	29	43,3%
\$30 a \$90	12	17,9%
\$100 a \$200	14	20,9%
\$200 en adelante	12	17,9%
Total	67	100,00%

Fuente: Creado por el autor.

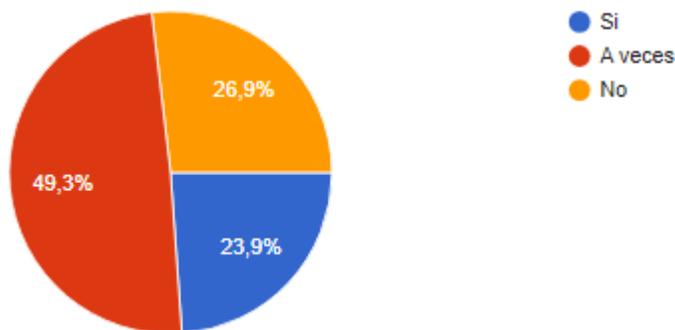
Análisis.

Realizada la encuesta y el resultado de la pregunta 8 nos da la información que el 43% de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar o invertir de \$10 a \$30, no es una cantidad alta de ganancia, pero se debe de tomar en cuenta que la mayoría de productos gamers, como: juegos. Adaptadores, micrófonos, está en ese rango de precios y DT videogames tendrá la variedad en precios y marcas. El 20,9% que le sigue estarán dispuestos a pagar entre \$100 y \$200 un precio considerable para una ganancia con lo que se llega a la conclusión que parte de la población está inclinado al consumo de lo que el negocio ofrecerá y tener una rentabilidad equilibrada.

9.- ¿Se ha sentido seguro y cómodo en comprar en plataformas de internet algún tipo de consolas o accesorios, de videojuego?

Figura 12

Gráfico pregunta 9



Fuente: Tomada de (Google forms, 2023)

Tabla 12

Resultados pregunta 9

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	23,9%
A veces	33	49,3%
No	18	26,9%
Total	67	100%

Fuente: Creado por el autor.

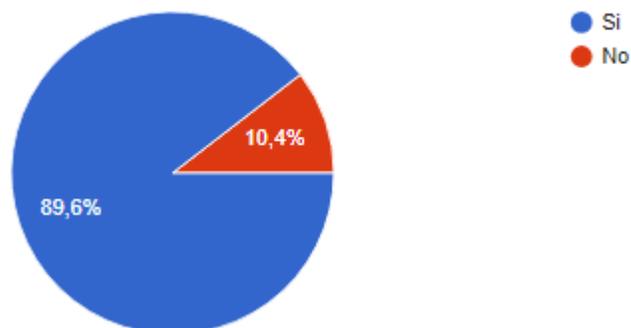
Análisis.

Según el resultado en esta pregunta solo el 23,9% se siente cómodo y seguro con la compra de manera online y en plataformas legales de internet, el resto tiene la desconfianza por motivo de las estafas, es por lo que el negocio contara con lugar físico y con entregas a domicilio, por lo que se desarrollara una estrategia de marketing, desarrollando una app, y promocionar las ventas.

10.- ¿Le gustaría que DT videogames cuente con un servicio a domicilio?

Figura 13

Gráfico pregunta 10



Fuente: Tomada de (Google forms, 2023)

Tabla 13

Resultados pregunta 10

criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	89,6%
No	7	10,4%
Total	67	100%

Fuente: Creado por el autor.

Análisis

Implementar un servicio a domicilio según resultados en la opción Si con el 89,6% de los encuestados, está de acuerdo. Sería un requerimiento a implementar desde su creación a DT videogames y así le dará más confianza al negocio por parte de los consumidores, garantizando un excelente servicio

Conclusión del Diagnóstico Situacional

Una vez concluido el análisis de cada una de las preguntas realizadas en el sector Mitad del Mundo, se evidencia que la mayoría de los encuestados, tienen relación con los videojuegos y que de una u otra forma han tenido la experiencia con el mundo del entretenimiento. Dando, así como conclusión que se puede desarrollar el proyecto en la zona y tener una gran acogida.

Capítulo III

Propuesta

Para plantear la propuesta que sostendrá el proyecto se desarrollará el lienzo de modelo Canvas, el cual está conformado por 9 bloques, los que se necesita para crear un negocio.

Segmentación Del Mercado.

Para desarrollar esta estrategia comercial, es importante conocer el lugar donde se realizará el proyecto, realizar un estudio geográfico, acceso al sector, clima y grado de ubicación.

Segmentación Geográfica

Tabla 14

Segmentación Geográfica.

Segmentación geográfica		
Ciudad	Parroquia	Clima
Quito	San Antonio de Pichincha- Sector Mitad del Mundo	Seco
Cantidad de población	Acceso a la Parroquia	
65000	Trasporte público, Taxi, Vehículo particular.	

Fuente: Elaborada por el autor

Segmentación Demográfica

Tabla 15

Segmentación demográfica

Población Mitad del Mundo		
Hombres	33020	51%
Mujeres	31980	49%
TOTAL	65000	100%

Fuente: Elaborada por el autor

Segmentación Psicográfica

Tabla 16

Segmentación psicográfica

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA			
Estilo de vida	Personalidad	Beneficios del producto	Uso del producto
Según la necesidad	Personas jóvenes y adultas que se interesen por los videojuegos	Solventar la necesidad de carencia y un garantizado servicio con innovación.	Para complacer el requerimiento y ,mejorar la experiencia.

Fuente: Elaborada por el autor

Propuesta de Valor

La propuesta de valor según Crespo (2022) está enfocado en el valor que se ofrece al segmento del mercado seleccionado adecuado a sus necesidades. Por eso DT VideoGames busca ser un local de comercialización innovador, que brindara soporte a las necesidades de los usuarios gamers del sector Mitad del Mundo ofreciendo todo tipo de consolas de videojuegos, juego físicos antiguos y modernos, accesorios gamers, ordenadores portátiles, etc.

El local contara con mercadería variada en marcas, precios accesibles para todo tipo de cliente y una forma más accesible para la compra también un espació de entretenimiento que convertirá al local en un lugar acogedor acorde con el entorno. Se detalla la propuesta de valor de DT Videogames.

- Local llamativo, adecuado y diseñado según a lo que ofrece.
- Variedad en marcas de consolas y accesorios gamers.
- Promociones y precios accesibles para el cliente.
- Producto de calidad.
- Formas de pago (transferencia, efectivo)
- Atención inmediata y eficaz.
- Catálogos digitales para promocionar el producto.
- Espacio de entretenimiento para el cliente.

- Servicio delivery.

Tabla 17

Matriz de criterios y respuestas.

Matriz de criterios y respuestas	
Criterios	Respuestas
Definir los precios de la competencia e identificar los precios fijos y variables	<p>PRECIOS COMPETENCIAS</p> <p>Games pro technology</p> <ul style="list-style-type: none"> • Juegos digitales: \$50,00 a \$70,00 • accesorios \$30,00 a \$99,00 <p>Family store games</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accesorios: \$39,00 en adelante <p>PRECIOS FIJOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolas • Accesorios para video juegos • Lista de juegos en línea. <p>PRECIOS VARIABLES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad. • Ofertas con precios accesibles. • Servicios básicos. • Lugar donde se va exponer los videojuegos. • Cuenta activa de videojuegos.
Determinar el perfil del cliente deseado	<p>Clientes de varias edades ya que los videojuegos no hay un estándar de edades, donde pueden jugar personas adultas o jóvenes. Dando así una mejor experiencia al momento de ingresar al local</p>
Establecer siempre los medios de control para entregar calidad en	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer videojuegos nuevos. • venta de consolas a domicilios. • Juegos entretenidos y llamativos.

productos y servicios, así como
proceso de garantía de la calidad

Identificar las frustraciones y trabajos
que aliviamos del cliente en base al
mapa del Perfil del cliente

Identificar las alegrías que generamos
al cliente en base al Mapa del Perfil
del Cliente

Crear una matriz de comparación con
ventajas respecto a 2 competidores

- Entregar a precios accesibles
- Clientes satisfechos.
- Tendría una buena experiencia al momento de ingresar al local.
- Llegarían sus pedidos a tiempos establecidos.
- Forma más rápida y segura para conseguir videojuegos o consolas.
- Clientes que encontrarán lo que se pone en publicidad.
- Cumpliremos los estándares de tiempo prometidos.
- Se brindará videojuegos actualizados y económicos.
- Serán accesibles para toda edad y economía

Mi Negocio	Competidor 1	Competidor 2
“VideoGamesDILAN”	Games pro technology	Family store games
Precios accesibles	Precios altos	Precios altos
Videojuegos actuales	Falta actualizar videojuegos	Juegos repetidos
Envíos a domicilio	No existen envíos a domicilio.	Solo Servientrega

Identificar los trabajos del cliente al
alcanzar el producto o servicio que

- Con los precios accesibles que van encontrar en la tienda pueden tener varios juegos y aun cómodo precio.

nosotros vamos a aumentar para garantizar la satisfacción

- Los envíos a domicilio serán rápidos ya que se va a contar con servicio de transporte monitoreado donde pueden ver desde su casa en qué lugar se encuentra su pedido.

Verificar los procesos de producción o entrega de productos o servicios en busca de brindar un mejor valor.

(Economías de escala o búsqueda de un mejor proveedor)

Diseño de marca y empaque para generar mayor atracción al cliente en criterios de: Estatus, facilidad, diversión y simplicidad

- La actualización de juegos es un factor clave ya que al tener una variedad de juegos y artículos de videojuegos se llevara la atención de varias personas. Brindar un servicio eficaz y digno donde el principal objetivo sea dejar satisfecho al cliente, se enfocara en los puntos claves para poder atender con una rapidez y eficacia.



Categorizar productos y servicios y permitir que los clientes se especialicen.

Es un local donde pueden encontrar toda clase de videojuegos. Además encontrarán accesorios para sus consolas y entre otras curiosidades más, lo pueden hacer desde su casa y el pedido le llegara el mismo día donde pueden disfrutar ya sea en familia o de forma individual.

Fuente: Elaborado por el autor

Canales

Los canales pueden ser directos o indirectos para la comunicación con el cliente, por este medio se puede comercializar los productos de manera estratégica, una de las herramientas más utilizadas hoy en día para vender artículos de cualquier tipo son las redes sociales como:

Facebook, WhatsApp, Tik Tok, Telegram, YouTube., ayudan a intercambiar información y solventar la necesidad.

Tabla 18

Tipos de canales

		Fases de canales				
		Información	Evaluación	Compra	Entrega	Posventa
P R O P I O	EN INTERNET	<p><i>¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?</i></p> <p>Dar a conocer los productos, promociones en medios digitales.(redes sociales)</p>	<p><i>¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?</i></p> <p>Crear una encuesta de satisfacción</p>	<p><i>¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?</i></p> <p>A través de redes sociales y página web</p>	<p><i>¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?</i></p> <p>Videos de satisfacción compras. Promociones reales. Publicidad</p>	<p><i>¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?</i></p> <p>Acompañamiento donde pueda conocer su producto requerido.</p>
	TIENDAS PROPIAS	Entregando volantes, catálogos de promoción.	Crear un buzón de sugerencias	Visitado el local físico	Ofertas de compras	Acompañamiento donde pueda conocer su producto requerido..

Fuente: Elaborado por el autor.

Relación con el Cliente

Después de tener la información selectiva de las necesidades del cliente, hay que definir la relación que se manejara con el consumidor, de tal manera que la relación vendedor y comprador sea clara y sin información errónea.

Tabla 19

Tipo de relación con el cliente

Tipo	Descripción	Ejemplificación
Relación Directa	Comunicación directa con los clientes.	Asesoramiento al cliente sobre precios, promociones, elección de marcas y productos. Interacción con el cliente para establecer confianza. Direccionamiento para llegar al local.
Relación Indirecta	Soporte mediante las paginas digitales o redes sociales.	Publicar contenido para dar a conocer el tipo de producto disponible. Atención para dudas o reclamos. Reservar pedidos vía online

Fuente: Elaborado por el autor

Fuente de Ingresos.

La fuente de ingresos para el proyecto depende mucho de lo que se le ofrecerá al cliente, va desde lo más básico que son mandos inalámbricos, hasta consolas de alta gama., dependiendo también si existen promociones o de altas o bajas de precio según temporada.

Tabla 20

Lista de productos

Producto	Descripción
Consolas de videojuegos 	Desde los \$120,00 hasta los \$990,00 según temporada y consolas.

Accesorios para consolas



Precios en general por accesorios de consolas como: mandos, audífonos, micrófonos, adaptadores, etc. \$20,00-\$180,00



Pc gamer: \$300 - \$750

Silla gamer: \$129

Accesorios gamer: \$80

Fuente: Elaborado por el autor, imágenes obtenidas de google

Presupuesto de Ventas

Para poder detallar el presupuesto de ventas, se hará referencia a los resultados de la pregunta 5 y 8, ya que en la pregunta 5 el 13% de las personas encuestadas dedican todos los días tiempo a los videojuegos y en la pregunta 8 estarían dispuestos a pagar de \$10 a \$30.

Por lo tanto, para realizar el cálculo se tomará el 13% del tiempo que dedican los usuarios gamer al entretenimiento y un costo de \$15 que es la mitad del rango de valor a invertir en los videojuegos, también el 1% de aspiración en captar clientes.

Tabla 21

Proyección de ventas

Proyección de ventas			
Descripción	Cantidad	Unidades	Costo
Mercado	100%	65000	
Clientes	13%	8450	
Nuevos clientes a atraer	1%	85	
Consumo esperado semanal	1	85	\$15
Consumo esperado mensual	4	338	
Consumo esperado anual	12	4056	

Fuente: Elaborada por el autor

Para el cálculo de la proyección en ventas anuales se tomará el crecimiento en ventas en Ecuador que es el 3,12%

Tabla 22

Proyecto de presupuestos anual de venta

Proyecto de presupuestos anual de venta					
Año	2023	2024	2025	2026	2027
Productos Gamer	4056	4183	4309	4436	4562
Precio de venta	\$15	\$15,47	\$15,94	\$16,40	\$16,87
Inflación Proyectada		3,12%	3,12%	3,12%	3,12%
Total	\$60.840,00	\$62.738,21	\$64.636,42	\$66.534,62	\$68.432,83

Fuente: Elaborada por el autor

Recursos Clave

Los recursos clave que se utilizara para el proyecto son 4, los que mantendrán a l negocio activamente en el mercado.

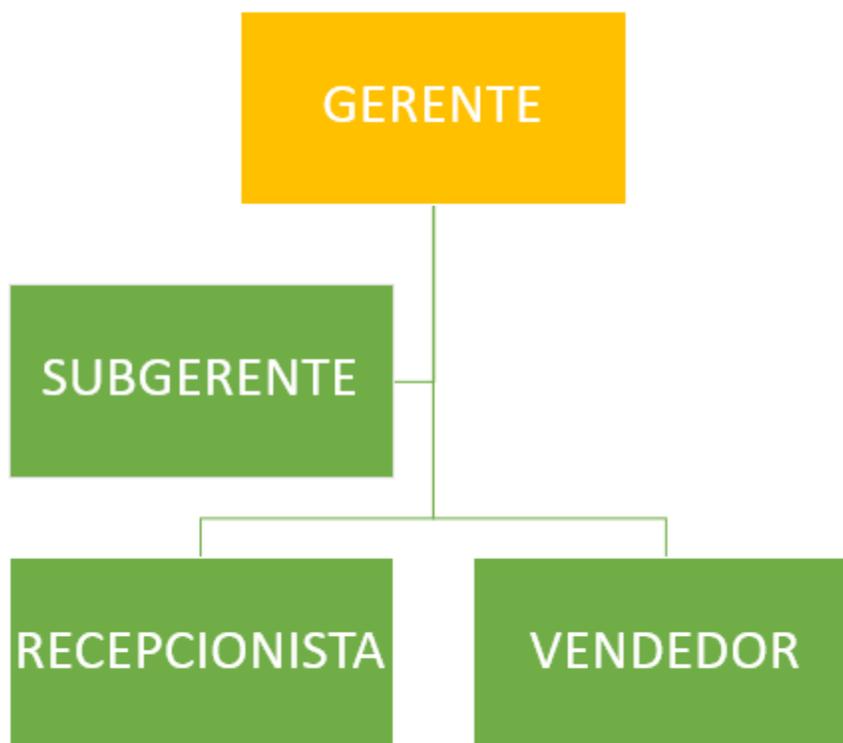
Talento Humano.

Es muy importante contar con una organización para que el negocio se encuentre muy bien estructurado, de tal manera que los clientes conozcan y puedan interactuar según la jerarquía, contando con un personal altamente capacitados.

Al tener un organigrama se estructurará a lo colaboradores que pertenezcan al negocio para tener en claro los objetivos y actividades a realizar.

Figura 14

Organigrama DT VideoGames



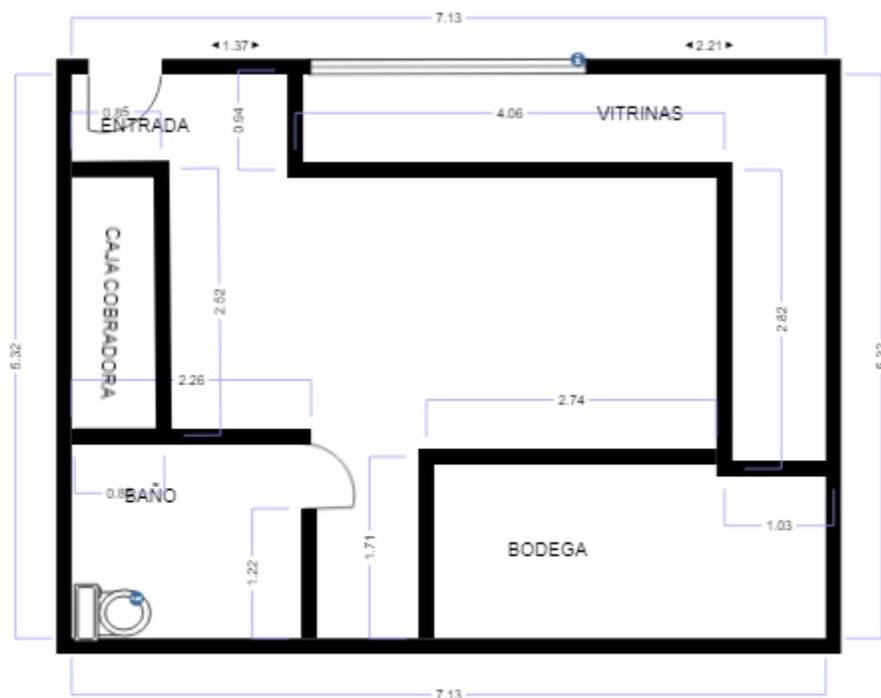
Fuente: Elaborada por el autor.

Recursos Físicos

Es el espacio físico donde se desarrollará el emprendimiento, el lugar será distribuido de manera correcta, para brindar un servicio de calidad.

Figura 15

Plano DT Video Games



Fuente: Elaborada por el autor.

Recursos Financieros

Para desarrollar el proyecto, es vital tomar en cuenta la inversión que se realizará para poder poner en el mercado el proyecto, se contará con el apoyo de un inversionista y la inversión propia, que será el 50% cada uno.

Tabla 23

Capital para la inversión

Socios	Capital	Porcentaje
Capital Propio	\$7.000	50%
Capital socio 1	\$7.000	50%
Total	\$14.000	100%

Fuente: Elaborado por el autor.**Tabla 24**

Recursos claves

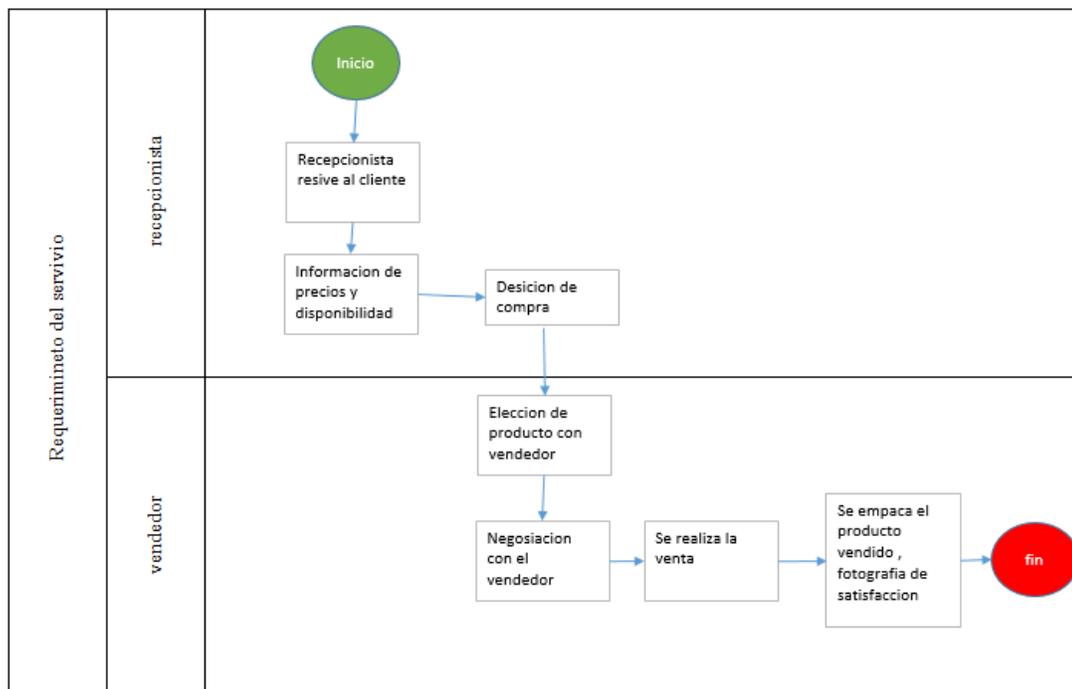
Recurso	Descripción
Financieros	\$14.000
Físicos	Local Virinas de demostración Mercadería Espacio de entretenimiento Muebles
Tecnológicos	Equipo de computación y Equipo de audio
Humanos	Gerente, Subgerente, Recepcionista, vendedor

Fuente: Elaborado por el autor.**Actividades Claves**

Son parte de las acciones o procesos que se realizara para que el servicio tenga una secuencia organizada y demostrar la propuesta de valor.

Figura 16

Proceso



Fuente: Elaborada por el autor

Asociaciones Clave**Tabla 25**

Accionistas clave

Accionistas clave				
Nombre	Cedula	Dirección	Teléfono	Correo
Dilan Tiban	1725483513	Mitad del mundo	0984135865	dilan9817fabri@hotmail.com
Leonardo Aguirre	1755652870	Pomasqui	0984340381	leoxavi2809@gmail.com
Proveedores clave				
Nombre Comercial		Dirección	Teléfono	Correo
Seven Ecuador		Av. Amazonas N36-152y Naciones Unidas	0985265829	info@seven.com.ec

Fuente: Elaborado por el autor.

Estructura de costes

Se determinará los costos que se tendrá que realizar para dar el funcionamiento al proyecto, y dar un servicio óptimo.

Para la proyección se tomará la cifra de crecimiento en ventas que es el 3,12%

Tabla 26

Presupuesto de gastos anuales

Detalle	Año				
	1	2	3	4	5
Producto elaborado	\$ 6.825,00	\$ 7.037,94	\$ 7.250,88	\$ 7.463,82	\$ 7.676,76
Costo de Producto elaborado	\$ 6.825,00	\$ 7.037,94	\$ 7.250,88	\$ 7.463,82	\$ 7.676,76
Sueldos	\$21.831,50	\$22.512,64	\$23.193,79	\$23.874,93	\$24.556,07
Servicios básicos	\$ 4.536,00	\$ 4.677,52	\$ 4.819,05	\$ 4.960,57	\$ 5.102,09
Depreciación	\$ 990,78	\$ 1.021,69	\$ 1.052,60	\$ 1.083,52	\$ 1.114,43
Gastos Administrativos	\$27.358,28	\$28.211,86	\$29.065,44	\$29.919,02	\$30.772,59
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.237,44	\$ 1.274,88	\$ 1.312,32	\$ 1.349,76
Gasto Ventas	\$ 1.200,00	\$ 1.237,44	\$ 1.274,88	\$ 1.312,32	\$ 1.349,76
Total Gastos	\$35.383,28	\$36.487,24	\$37.591,20	\$38.695,16	\$39.799,11

Fuente: Elaborado por el autor

Conclusiones

Se concluye que el modelo Canvas es una herramienta estratégica que nos permite desarrollar, visualizar y evaluar negocios que se van a crear o que ya están creados, mismo que cuenta con un lienzo de 9 bloques muy bien estructurados para generar ideas de negocio.

El sector Mitad del mundo, un lugar turístico con una gran comercialización y cantidad de flujo de personas, es el lugar idóneo para desarrollar, el proyecto planteado, por su rentabilidad y un apogeo de usuarios gamer, que se pudo identificar según los resultados de la encuesta.

La propuesta de valor al proyecto busca sustentar principalmente cubrir la necesidad del usuario gamer. Garantizando una experiencia nueva eh innovadora utilizando todos los recursos que ofrece DT VideoGames.

Recomendaciones

Innovar oportunamente para estar a la par con los nuevos lanzamientos que arroja la tecnología en equipos y consolas de videojuegos nuevo, ya que es la principal atracción del consumidor y la fuente de ingreso del negocio, tomando en cuenta la calidad de producto para ofrecer un servicio de calidad hacia el cliente en general.

Invertir en el negocio sabiamente para que los ingresos proyectados a corto y largo plazo, sean los esperados.

Brindar más información mediante las plataformas digitales como las redes sociales, para sustentar los requerimientos del cliente, de igual manera proporcionar toda la información necesaria del emprendimiento para poder captar la atención del cliente y estar a la par o a un nivel superior de la competencia.

Bibliografía

- Arteaga, G. (2022). Qué es la investigación de campo: Definición, métodos, ejemplos y ventajas. *Testsiteforme*. Obtenido de <https://www.testsiteforme.com/investigacion-de-campo/>
- Broitman, R. (2019). <https://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/>. *Pontificia Universidad Católica de Chile*. Obtenido de <https://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/>
- Coll, F. (2021). Distribución. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/distribucion.html>
- Crespo, M. (2022). Modelo Canvas: ¿qué es y cómo utilizarlo? *RD Station*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/>
- Da Silva, D. (2022). ¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocios paso a paso. *Blog de Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>
- Equipo editorial, Etecé. (15 de abril de 2016). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de <https://humanidades.com/metodo-cientifico/>
- Etecé, E. (2021). Cuestionario. *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/cuestionario/>
- García, C. (2015). Generation Global. Obtenido de <https://spain.generation.org/blog/modelo-de-negocio-metodologia-canvas/#:~:text=La%20metodolog%C3%ADa%20Canvas%20es%20una,para%20sacar%20adelante%20el%20proyecto.>
- García, Y. (2023). El lienzo de modelo de negocios o modelo Canvas: herramienta para emprendedores. *Revista FAECO Sapiens*, 6(1), 347–363. Obtenido de https://matriculapre.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/3530

- Google forms. (2023). DT VideoGames. Obtenido de https://docs.google.com/forms/d/11Gve8sURey0jHt4R638Zm0i_6y9qbfBZH-6oZalyhDA/edit#responses
- Google maps. (2023). Quito mital del mundo. Obtenido de https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=1eTzSp3d9iy6-uSjofzMulYw2WQ&hl=en_US&ll=-0.0028444428513234826%2C-78.44666108865857&z=15
- La Hora. (2021). La industria de videojuegos crece a nivel mundial, pero en Ecuador no despega. Obtenido de La Hora: <https://www.lahora.com.ec/pais/videojuegos-industria-despegue-ecuador/>
- Larriba, L. (2016). Quién es Alexander Osterwalder y su Business Model Canvas. *Cegid Billage*. Obtenido de <https://www.getbillage.com/es/blog/alexander-osterwalder-business-model-canvas>
- Ministerio de Gobierno. (30 de junio de 2023). Emisión de permisos de funcionamiento a establecimientos categoría 6: tiendas naturistas, tiendas, frigoríficos, locales de venta de legumbres o frutas, abacerías, quioscos, abarrotes, micromercados y establecimientos en gasolineras. *MDG*. Obtenido de <https://www.gob.ec/mdg/tramites/emision-permisos-funcionamiento-establecimientos-categoria-6-tiendas-naturistas-tiendas-frigorificos-locales-venta-legumbres-frutas-abacerias-quiocscos-abarrotes-micromercados-establecimientos-gasolineras>
- Moreno, P. (2020). Protección jurídica de los videojuegos en Ecuador. *Revista PL Ecuador*. Obtenido de https://revistapi.ec/?page_id=2094
- Navarro, J. (2008). Definición de Metodología. *definicionesABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/ciencia/metodologia.php>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2017). Videojuego - Qué es, tipos, definición y concepto. *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/videojuego/>

- Ramos, C. (2018). El Business Model Canvas de Alex Osterwalder. Obtenido de <https://cristinaramosvega.com/business-model-canvas-alex-osterwalder/>
- Ramos, J. (16 de marzo de 2021). En busca de una definición de gamer. *Enter*. Obtenido de <https://www.enter.co/cultura-digital/videojuegos/definicion-de-gamer/>
- Rus, E. (2021). Investigación descriptiva. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Velasquez, L. (2017). La protección jurídica de los videojuegos en la legislación de propiedad intelectual ecuatoriana: ¿obra multimedia o software? *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de Repositorio tesis de grado y posgrado: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/14352>

Anexos

Figura 17

Encuesta

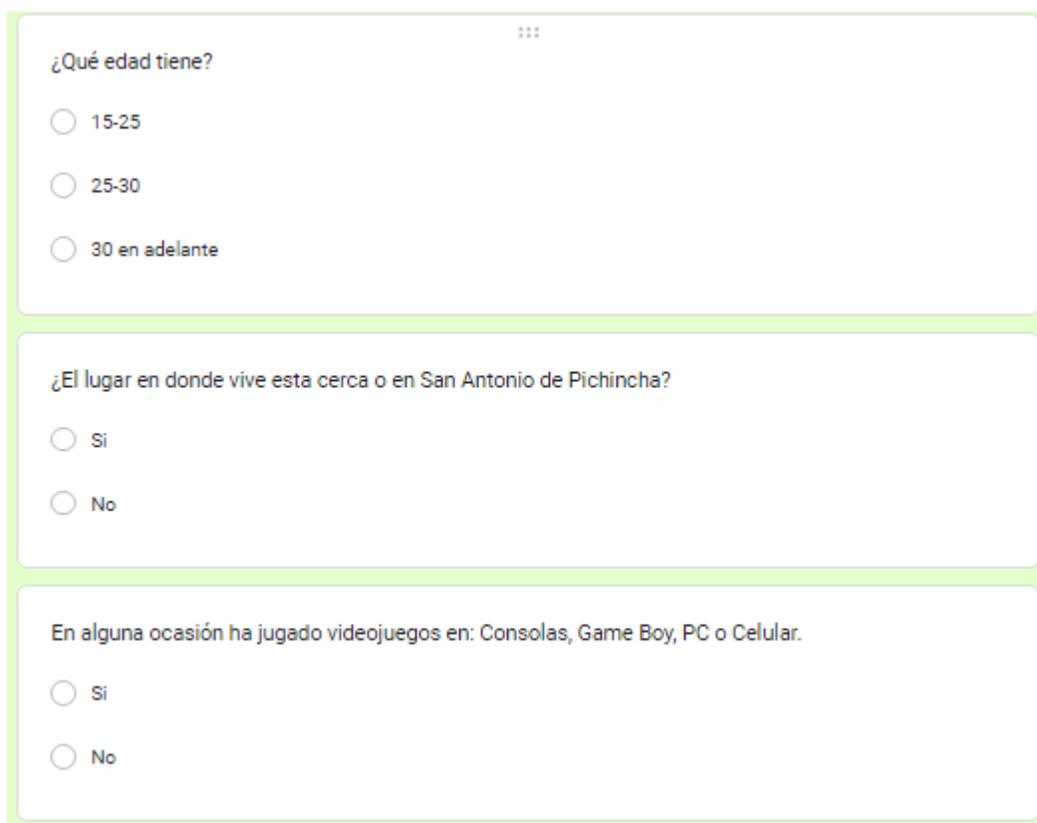


The image shows a screenshot of a Google Form. At the top, there is a header with a stylized logo in red and blue that says "DT VIDEO GAMES". Below the logo, the title of the form is "DT VideoGames" in bold black text. Underneath the title, there is a subtitle: "Encuesta sobre el uso y compra de consolas y accesorios de videojuegos". The main content of the form is a question: "¿Cuál es su genero?". Below the question, there are three radio button options: "Masculino", "Femenino", and "Otros".

Fuente: Obtenida de (Google forms, 2023)

Figura 18

Encuesta



¿Qué edad tiene?

15-25

25-30

30 en adelante

¿El lugar en donde vive esta cerca o en San Antonio de Pichincha?

Si

No

En alguna ocasión ha jugado videojuegos en: Consolas, Game Boy, PC o Celular.

Si

No

Fuente: Obtenida de (Google forms, 2023)

Figura 19

Encuesta

¿Qué tiempo dedica a los videojuegos?

- Todos los días
- 2 a 3 veces por semana
- 1 vez al mes
- Nunca

¿Cree que los videojuegos ayudan a desarrollar habilidades, destrezas y familiarización con nuevas tecnologías?

- Si
- No
- Talvez

En alguna ocasión ha tenido consolas de video juegos como, PlayStation, Xbox, Ordenadores, Nintendo, etc.

- Si
- No

Fuente: Obtenida de (Google forms, 2023)

Figura 20

Encuesta

¿Cuánto está dispuesto a invertir en consolas o accesorios de videojuegos?

- \$10 a \$30
- \$30 a \$90
- \$100 a \$200
- \$200 en adelante

¿Se ha sentido seguro y cómodo en comprar en plataformas de internet algún tipo de consolas o accesorios, de videojuego?

- Si
- A veces
- No

¿Le gustaría que DT videogames cuente con un servicio a domicilio?

- Si
- No

Fuente: Obtenida de (Google forms, 2023)

Tabla 27

Presupuesto de Muebles y Enseres

Presupuesto de Muebles y Enseres			
Descripción	Cantidad	Valor Numérico	Valor Total
Counter recepción	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Vitrinas con focos led	2	\$ 1.000,00	\$2.000,00
Mueble de almacenamiento	2	\$ 220,00	\$ 440,00
Máquina de Cosmo videojuego	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Futbolín	1	\$ 345,00	\$ 345,00
Muebles de espera	2	\$ 160,00	\$ 320,00
Total			\$4.255,00
Gastos imprevistos 5%			\$ 212,75
 Total presupuestado			\$4.467,75

Fuente: Elaborado por el autor**Tabla 28**

Equipos de Tecnología y Computación

Equipos de Tecnología y Computación			
Descripción	Cantidad	Valor Numérico	Valor Total
Impresoras	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Computadoras	1	\$ 520,00	\$ 520,00
TV	2	\$ 320,00	\$ 640,00
Parlantes	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Total			\$1.570,00
Gastos imprevistos 5%			\$ 78,50
Total presupuestado			\$1.648,50

Fuente: Elaborado por el autor

Tabla 29

Presupuesto producto elaborado

Presupuesto Producto Elaborado			
Descripción	Cantidad	Valor Numérico	Valor Total
Mercadería Gamer		\$ 6.500,00	\$6.500,00
Total			\$6.500,00
Gastos imprevistos 5%			\$ 325,00
Total presupuestado			\$6.825,00

Fuente: Elaborado por el autor**Tabla 30**

Presupuesto Servicios básicos

Presupuesto Servicios básicos		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Luz	\$ 80,00	\$ 960,00
Agua	\$ 10,00	\$ 120,00
Internet	\$ 20,00	\$ 240,00
Arriendo	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Total		\$ 4.320,00
Gastos imprevistos 5%		\$ 216,00
Total presupuestado		\$ 4.536,00

Fuente: Elaborado por el autor

Tabla 31

Presupuesto de publicidad

Presupuesto publicidad		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Videos Tik Tok	\$ 40,00	\$ 480,00
Facebook	\$ 20,00	\$ 240,00
Instagram	\$ 20,00	\$ 240,00
Publicidad Impresa	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total		\$ 2.160,00
Gastos imprevistos 5%		\$ 108,00
Total presupuestado		\$ 4.428,00

Fuente: Elaborado por el autor**Tabla 32**

Sueldos

Cargo	Sueldos					
	Sueldo mensual	Sueldo anual	Desino tercer	Desino cuarto	Aporte seguro social	Total
Subgerente	\$ 525,00	\$ 6.300,00	\$ 600,00	\$ 450,00	\$ 36,75	\$ 7.911,75
Recepcionista	\$ 475,00	\$ 5.700,00	\$ 480,00	\$ 450,00	\$ 33,25	\$ 7.138,25
Vendedor	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 31,50	\$ 6.781,50
Total						\$21.831,50

Fuente: Elaborado por el autor

Tabla 33

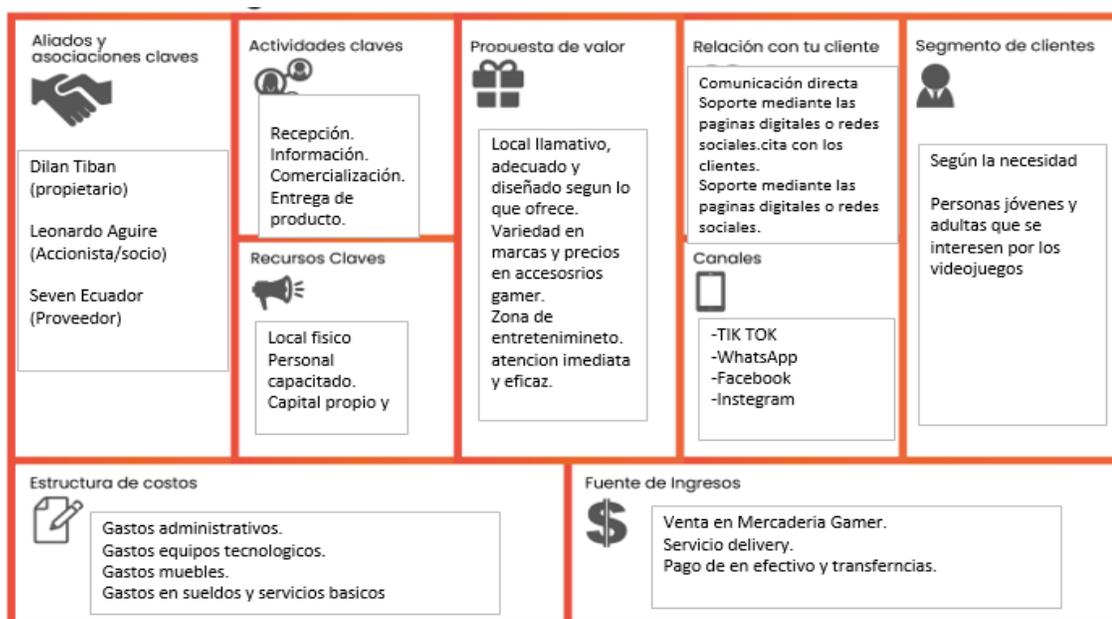
Depreciación

Depreciación			
Descripción	Valor	%Depreciación	Valor Total
Muebles y Enseres	\$4.467,75	10%	\$ 446,78
Equipos Tecnológicos	\$1.648,50	33%	\$ 544,01
Total			\$ 990,78

Fuente: Elaborado por el autor

Tabla 21

Lienzo canvas



Fuente: Elaborado por el autor