	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADÉMICO		1(151)	

1

AUTORES	Juan Danilo Alvarez Delgado Henry Leonardo Rincón Rincón		
FACULTAD	Ciencia administrativas y económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Administración de empresas		
DIRECTOR	Leonardo Arévalo Sánchez		
TÍTULO DE LA TESIS	Propuesta para la creación de un centro de entrenamiento en deportes electrónicos (eSports) en la ciudad de Ocaña Norte de Santander		
TITULO EN INGLES	Proposal for the creation of a training center in electronic sports (eSports) in the city of Ocaña Norte de Santander		
RESUMEN (70 palabras)			
En el presente estudio de factibilidad daremos a conocer si es viable la creación de un centro en deportes electrónicos en la ciudad de Ocaña norte de Santander, para llegar a estos resultados se analizó y se recolectaron los diferentes datos, para poder realizar cada estudio, dando como resultado que la creación de este centro en la ciudad es viable a largo plazo para la comunidad gaming de ocaña N De S.			
RESUMEN EN INGLES			
In the present feasibility study we will announce if the creation of an electronic sports center in the city of Ocaña Norte de Santander is viable, to reach these results the different data was analyzed and collected, to be able to carry out each study, giving as As a result, the creation of this center in the city is viable in the long term for the gaming community of Ocaña N De S.			
PALABRAS CLAVES	Gaming, Deportes, Esports, Estudio de mercado, Estudio económico, Estudio financiero, Estudio ambiental.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Gaming, Sports, Esports, Market study, Economic study, Financial study, Environmental study.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 150	PLANOS:45	ILUSTRACIONES:12	CD-ROM:1



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88
atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

Propuesta para la creación de un centro de entrenamiento en deportes electrónicos (eSports) en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

Juan Danilo Álvarez Delgado

Henry Leonardo Rincón Rincón

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula Santander

Ocaña

Administración de Empresas

Esp. Leonardo Arévalo Sánchez

04 octubre 2022

Tabla de contenido

Introducción	7
Capítulo 1 Propuesta para la creación de un centro de entrenamiento en deportes electrónicos (eSports) en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.....	8
1.1 Planteamiento del problema.....	8
1.2 Formulación del problema	10
1.3. Objetivos	11
1.3.1. Objetivo general	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
1.4 Delimitaciones	12
1.4.1 Operativa:	12
1.4.2 Conceptual:	13
1.4.3 Geográfica:	13
1.4.4 Temporal:.....	13
1.5 Justificación	14
Capítulo 2 Marco referencial	16
2.1 Marco histórico	16
2.1.1 Historia de los deportes electrónicos a nivel mundial:	16
2.1.2 Historia de los deportes electrónicos a nivel nacional:.....	18
2.2 Marco Conceptual.....	19
2.3 Marco legal	24
2.4 Marco Teórico.....	25
2.4.1 Los eSports: Definición y antecedentes:	25
2.4.1 De las teorías de los videojuegos al estudio de los eSports.....	27
2.4.2 Particularidades	29
2.4.3 Los eSports como deporte	29

2.4.4 Teoría de las 4 p del marketing	31
Capítulo 3. Diseño Metodológico	34
3.1 Tipo de investigación	34
3.2 Población y muestra	35
3.2.1 Población	35
3.2.2 Muestra	35
3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos	37
3.4 Análisis de información	37
Capítulo 4 presentación de resultados	39
4.1 Estudio de Mercado	38
4.1.1 Análisis de la demanda	59
4.1.2 Producto BRIEF	60
4.1.3 Descripción de servicio.	62
4.1.4 características de la empresa.....	62
4.1.5 Modelo canvas.....	64
4.1.6 4p del marketing	65
4.1.6.1 Precio	65
4.1.6.2 Promoción.....	67
4.1.6.3 Publicidad	70
4.1.6.4 Plaza.....	74
4.2 Estudio técnico.....	76
4.2.1 Localización.....	76
4.2.2 Tamaño del proyecto	78
4.2.3 Distribución en planta.....	78
4.2.5 Requerimiento del recurso humano	81
4.3 Estudio administrativo y legal	81
4.3.1 ¿Quiénes somos?	82
4.3.2 Misión.....	83
4.3.3 Visión.....	83
4.3.4 Valores corporativos.....	83
4.3.5 Colores corporativos y logo de la empresa.....	84
4.3.6 Política de calidad.....	85

4.3.7 Tipo de organización	102
4.3.8 Organigrama	103
4.3.9 Manual de funciones.....	104
4.3.10 Manual de procedimientos.....	110
4.4 Estudio financiero	114
4.5 Estudio económico.....	126
4.5.1 Balance inicial para la empresa	127
4.5.2 Estado de resultados	128
4.5.3 Flujo de caja.....	129
4.5 Estudio social y ambiental	133
4.5.1 Estudio social.....	133
4.5.2 Estudio ambiental	134
Conclusiones	136
Recomendaciones	138

Lista de Tablas

Tabla 1 Señale su rango de edad	38
Tabla 2 cuál es su genero	39
Tabla 3 Usted es aficionado a los video juegos	40
Tabla 4 Tiempo que le dedicas semanalmente a un video juego	41
Tabla 5 sabes que son los deportes electrónicos	42
Tabla 6 Empresa que preste el servicio en entrenamiento en deportes electrónicos en Ocaña	44
Tabla 7 Video juegos que más practicas	45
Tabla 8 Consolas preferida.	46
Tabla 9 Inscripciones para un centro enfocado a los deportes electrónicos.	47
Tabla 10 Ubicación de la empresa.	49
Tabla 11 Edad para entrenar en deportes electrónicos.	50
Tabla 12 Participas en torneos online o presenciales	51
Tabla 13 Aspiras a llega hacer jugador profesional en deportes electrónicos.	52
Tabla 14 Tipos de torneos.	54
Tabla 15 Inscripciones para torneos.	55
Tabla 16 Cuanto pagarías por el servicio mensualmente.	56
Tabla 17 Con que frecuencias entrenarías, en el centro de esport	58
Tabla 18 Precio por horas de café internet y alquiler de consolas	66
Tabla 19 Tarifas de PIXEL ESPORT	67
Tabla 20 Precios publicidad punto de venta.	74
Tabla 21 Equipos de oficina	80
Tabla 22 Equipos	81
Tabla 23 funciones del gerente	104
Tabla 24 Funciones del subgerente	105
Tabla 25 función del contador	106
Tabla 26 funciones del recepcionista	107
Tabla 27 funciones del auxiliar de servicios generales	108
Tabla 28 funciones del entrenador	109
Tabla 29 Procedimiento realizado por el gerente	110
Tabla 30 Procedimientos realizados por el subgerente	111
Tabla 31 Procedimiento realizado por el contador	112
Tabla 32 procedimiento realizado la recepcionista	113
Tabla 33 procedimiento realizado por el auxiliar de servicios generales	113
Tabla 34 procedimiento que debe realizar el entrenador	114
Tabla 35 Maquinaria y equipo	115
Tabla 36 Equipo de oficina	115
Tabla 37 Sueldo de personal	116
Tabla 38 Gastos de funcionamiento	116
Tabla 39 proyección de los gastos de funcionamiento	117
Tabla 40 gastos diferidos	117
Tabla 41 proyección de los gastos diferidos	117
Tabla 42 Útiles de aseo	118
Tabla 43 Presupuesto gasto de personal	119
Tabla 44 Gastos de personal anualmente	120
Tabla 45 depreciación de la maquinaria y equipo	120

Lista de figuras

Tabla 46 Depreciación equipos de oficina	121
Tabla 47 Depreciación anual	121
Tabla 48 Costos fijo y variables	122
Tabla 49 Costos de servicios de la empresa	122
Tabla 50 Total, activos fijo	123
Tabla 51 Gatos de un año	124
Tabla 52 Proyección anual de los gatos de operaciones de la empresa	124
Tabla 53 Ingresos	125
Tabla 54 Proyecciones anuales de ingresos	126
Tabla 55 Balance inicial de la empresa	127
Tabla 56 estado de resultados de PIXEL ESPORT	128
Tabla 57 Flujo de caja de la empresa PIXEL ESPORT	129

Lista de figuras

Figura 1	Rango de edad	38
Figura 2	Género	40
Figura 3	Aficionado a los videojuegos	41
Figura 4	Horas que le dedicas a un video juego	42
Figura 5	conocimiento de los deportes electrónicos.	43
Figura 6	empresa prestadora del servicio en deportes electrónicos	44
Figura 7	Video juegos más populares	46
Figura 8	consolas más usadas	47
Figura 9	Personas que se inscribirían al centro de entrenamiento para deportes electrónicos	48
Figura 10	Ubicación para la empresa	50
Figura 11	Edad estimada para entrenar en deportes electrónicos.	51
Figura 12	Participación en torneos	52
Figura 13	Aspirante a llegar hacer jugadores profesionales	53
Figura 14	clases de torneos	55
Figura 15	Inscripciones	56
Figura 16	Disposición de pago	57
Figura 17	Frecuencia de asistencia al centro de entrenamiento en deporte electrónico	59
Figura 18	Logotipo y slogan	63
Figura 19	modelo canva para el centro de entrenamiento en deportes electrónicos	64
Figura 20	Macro localización Ocaña Norte de Santander	77
Figura 21	Distribución del centro de entrenamiento	79
Figura 22	Organigrama de la empresa	103

Introducción

A las puertas del siglo XXI y con el avance de las nuevas tecnologías a través de la internet, se han abierto diversas oportunidades en todos los campos de la interacción humana. Las antiguas creencias de que un tiempo anterior fue mejor, están quedando obsoletas y ya no son una excusa que impidan crear nuevas opciones en el campo laboral, profesional, económico e incluso deportivo. Como resultado de estos avances, por ejemplo, lo que antes era un hobby, en la actualidad se ha convertido en una oportunidad de competitividad deportiva, siendo los videojuegos un importante escenario para los deportes electrónicos, llamados también “eSports”.

Los videojuegos han sido considerados como una forma de entretenimiento e incluso muchos de sus críticos afirman que crean dependencia o adicción. Hoy es una actividad que se extiende a gran escala, no sólo como una forma de ocupar el tiempo libre, si no como una gran red de jugadores que se prepararan profesionalmente para competir por títulos y premios.

A través de esta propuesta pretendemos dar a conocer los fundamentos teóricos, técnicos, administrativos, financieros y legales que sustentan su viabilidad. Al proponer la creación de un centro de entrenamiento para deportes electrónicos (eSports) en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, se pretende ofrecer a la comunidad gaming de la ciudad, una oportunidad para potenciar las habilidades que les permitan ser competitivos en el campo de los eSports.

Capítulo 1 Propuesta para la creación de un centro de entrenamiento en deportes electrónicos (eSports) en la ciudad de Ocaña Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

Hasta hace unos años el concepto de “gamer” era aplicado únicamente para referirse a aquellas personas que juegan habitualmente videojuegos, en especial si les gustan y les dedican mucho tiempo. En la actualidad han surgido algunos jugadores que son denominados “gamers profesionales”. Son aquellos que: ganan dinero de forma frecuentemente, asisten a eventos y ferias para competir con otros profesionales, son creadores de contenido y comparten sus experiencias con los usuarios en plataformas como Twitch.tv o Gaming YouTube” es una nueva plataforma web de la plataforma YouTube donde jugadores de video juegos tiene la oportunidad de demostrar su habilidades en vivo charlas, debatir, conferencias de trucos y todo lo que les interesa a los jugadores de sus videojuegos favoritos” (Soho, 2015), forman parte de un equipo profesional como, SK Telecom T1, G2 Esports, Team Liquid en fin, practican los eSports por placer, pero lo hacen de forma profesional (Empresa, 2018).

Según (Galiana, 2021) “los eSports” o deportes electrónicos son una novedad en el campo de los videojuegos” es un mundo relativamente nuevo que ha producido durante los últimos años un crecimiento exponencial en su popularidad y aceptación. Hoy los eSports se han convertido en una puerta a nuevas ideas de negocio, y los video juegos ya no son vistos como un

simple entretenimiento si no, como un mercado en el cual las grandes firmas como Intel, AMD, NVIDIA, MSI, Nike están ofreciendo el respaldo mundial para practicarlos de forma profesional.

El cofundador de MAD LionS (Schnura, 2020) menciona “antes de definir un modelo de negocio se tiene que identificar cuál es el valor diferencial frente a otras marcas”. Gracias a este concepto MAD LionS experimenta uno de los crecimientos más altos en espectadores, han creado nuevas propuestas de negocio diferenciadores y eventos competitivos en todo el mundo atrayendo a millones de personas.

Según (Castillo, 2019) “los deportistas de élite se someten a largas horas de entrenamiento para conseguir un estado de forma óptimo, los jugadores profesionales de videojuegos también entrenan a diario para mejorar sus habilidades psicológicas y físicas”. Con lo anterior, quienes forman parte de esta nueva práctica deportiva, dejan de ser jugadores ocasionales para cumplir: agendas de entrenamiento, preparación física y psicológica como un deportista de alto rendimiento.

En Colombia existen centros especializados para el entretenimiento de los deportes electrónicos “eSports”, este es el caso de Fedecolde “una organización colombiana que apoya el desarrollo gaming de una práctica sana que busca crear los estándares oficiales para los eSports, promoviendo el desarrollo de habilidades cognitivas”.

Los eventos presenciales de eSports en Colombia estan teniendo una aceptación cada vez mayor. Muchos de los jugadores a nivel nacional quieren llevar sus habilidades y destrezas al límite , requiriendo espacios deportivos de entrenamiento y desarrollo de las habilidades necesarias para competir, los gamers de la ciudad de Ocaña Norte de Santander no son la excepción.

A través de este proyecto se propone crear a la comunidad pro gaming de la ciudad de Ocaña Norte de Santander, un espacio con los recursos fundamentales para la preparación profesional de los jugadores, que deseen competir en ligas regionales y nacionales. Como consecuencia de esta iniciativa se formula la pregunta de investigación: ¿Qué importancia tiene para los jugadores de videojuegos “comunidad gamer” de la ciudad de Ocaña Norte de Santander la creación de un centro de entrenamiento de los eSports?

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el grado de aceptación de un centro de entrenamiento de los “eSports” en la ciudad de Ocaña Norte de Santander?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Elaborar una propuesta para la creación de un centro de entrenamiento de deportes electrónicos (eSports) en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos Específicos

Determinar a través de un estudio de mercado la demanda potencial de la comunidad pro gaming en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Realizar el estudio técnico del proyecto para determinar la estructura física del servicio a ofertar, el tamaño y tipo de la infraestructura.

Definir el estudio administrativo para organizar la dirección estratégica del centro, estipulando cargos, funciones, tiempos, políticas, objetivos y aspectos legales del servicio a ofrecer.

Realizar un estudio financiero, para determinar los costos, gastos, ingresos y la valoración de inversiones fijas, variables y diferidas del proyecto.

Elaborar el estudio social y ambiental, con el fin de determinar el impacto que genera el proyecto.

1.4 Delimitaciones

1.4.1 Operativa:

Para la realización de este proyecto de grado se cuenta con la participación de un director del proyecto y los autores del mismo. En la investigación confluyen muchas variables entre ellas las de tipo académico: se requiere material bibliográfico y personal especializado en el tema.

Algunas limitaciones que se pueden encontrar en el desarrollo del proyecto son: falta de material bibliográfico en la universidad, ciudad o región. Por las características del proyecto, la mayor parte de la información se encuentran en la Internet, revistas, documentales entre otros.

La falta de especialistas en el tema en la ciudad, que permitan la asesoría necesaria para la ejecución del proyecto también puede ser una variable que limite la investigación.

1.4.2 Conceptual:

En la siguiente investigación se tendrán en cuenta los conceptos relacionados con estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo - legal, estudio económico, evaluación económica, evaluación social - ambiental, eSports, gamer, ligas deportivas, torneos, competencias y psicología del entrenamiento deportivo de los deportes electrónicos.

1.4.3 Geográfica:

La propuesta para la creación de un centro de entrenamiento de los deportes electrónicos “eSports” se realizará en la ciudad Ocaña Norte de Santander.

1.4.4 Temporal:

Este proyecto tendrá un tiempo estimado de 8 semanas, a partir de la aprobación del mismo.

1.5 Justificación

Los eSports cada día aumentan conforme a las nuevas tecnologías avanzan, las propuestas innovadoras de diferentes compañías como RIOT GAME, EPIC GAMES, SUPERCELL y otras empresas, se enfocan no solo en el desarrollo de un videojuego sino en un juego que lleve al extremo a jugadores, generando emoción y competencia dentro de la comunidad gaming. Los eSports ya no son un simple entretenimiento, es el deporte del futuro “el mundo de los deportes electrónicos está viviendo una auténtica proliferación de organizaciones profesionales” (Pérez Verunta , 2018) así como lo fue el fútbol en sus inicios. En Colombia se tiene un gran potencial en la industria de los deportes electrónicos, se ha visto un crecimiento bastante fuerte en los últimos años y muy evidente en los últimos meses “Según cifras oficiales de GFK el mercado gaming de portátiles en Colombia creció un 67% en unidades durante el primer trimestre de 2021” (Serrano , S,F) . Uno de los mayores torneos que se realiza cada año a nivel mundial es la world championship, el cual anuncia que su bolsa de premio es de 1.658 millones de dólares para el primer puesto (Montero , 2019), esto es debido a que los deportes electrónicos “eSports” por medio del internet puede movilizar millones de personas en las competencias oficiales.

La presencia del (COVID-19) que limitó la práctica de los deportes tradicionales y la aglomeración de espectadores, produjo que los eSports tuvieran un mayor impacto y fue una alternativa para el uso del tiempo libre. De otra parte, ligas como: “la liga profesional de league of leguen en Colombia se realizó de manera virtual para decidir quién clasificaba a la liga

latinoamericana” (Tecnología., 2020). A pesar que Colombia no es la cuna de grandes exponentes de los eSports, cuenta con valiosos representantes, este es el caso de la “Golden Leguen, primera liga profesional de eSports en Colombia y competencia oficial de League of Leguen” (KienyKe, 2019)

Ocaña es una ciudad que alberga talentos en diferentes campos y los eSports es uno de ellos. La propuesta de la creación de un centro de entrenamiento para los deportes electrónicos, permitiría congregar a estos jugadores, para ofrecerles la oportunidad de desarrollar sus habilidades competitivas en este campo.

Por otro lado, el proyecto va encaminado al desarrollo de una propuesta de negocio que contará con varios beneficiarios en la implementación de este servicio. En primer lugar, los gestores del proyecto, por el emprendimiento de la idea de negocio, en segundo lugar, los futuros usuarios por cubrir la demanda y en tercer lugar la comunidad en general por crear opciones de empresa que tengan como principio un enfoque socialmente responsable, en cuanto a calidad de vida y generación de empleo.

Capítulo 2 Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Historia de los deportes electrónicos a nivel mundial:

Según los orígenes de esta disciplina se puede deducir, que por medio del internet se ha desarrollado una comunidad global de jugadores y audiencia que ha permitido la evolución de los videojuegos convencionales a los eSports.

Es cierto que cuando se habla de los deportes electrónicos, se piensa de inmediato en un concepto moderno que tiene poco tiempo, pero no es así, sus orígenes comienzan “en un bar en 1947 con la evolución del clásico juego del pinball” (Collin , 2021). Sin embargo, este concepto se desarrolló cuando empezó a popularizarse el internet en los hogares (Mawso, 2020), los eSports es una idea nueva pero la competición de videojuegos ya estaba implementada.

Desde 1972 en la universidad de Stanford se registra la primera competencia de video juegos un torneo del videojuego Spacewar, un juego que fue desarrollado por Steve Russell en 1962 en la institución tecnológica de Massachusetts, el concepto del juego se desarrollaba entre dos jugadores, cada uno manejaba una pequeña nave para encontrar la manera de derribar la nave de su oponente, gestionando su armamento y combustible, un juego que para su época era distinguido por ser estratégico y táctico que requería de mucha práctica. (Maeso, 2020)

Nintendo World Championships, es el primer campeonato de la empresa Nintendo fundada en 1990, el cual recorrió 30 ciudades de Estados Unidos. Fue en este período donde los deportes electrónicos tuvieron su primer auge gracias a internet y a los juegos en línea (Becerra Gómez & Alvarez Restrepo, 2018).

Los eSports de la era moderna. Para los jugadores profesionales de ligas a nivel mundial existen varios clubes que a lo largo de la historia se han venido desarrollado para brindar a los jugadores de eSports una experiencia profesional en esta área, desde los años 70 y 80 se desarrollan video juegos como Pong o Space Invaders, ambos de la compañía Atari. En 1987 el concepto de deporte electrónico se empieza a desarrollar con la salida del video juego Street Fighter un video juego en el que dos jugadores se enfrentan de manera presencial de esta forma nacen los primeros torneos tal como lo mencionan (Paz , Paez Marcano , & Tiburcio Sánchez, 2021)” Space Invaders, atrajo 10.000 personas, convirtiéndose en el primer Torneo de videojuegos en la historia”

2.1.2 Historia de los deportes electrónicos a nivel nacional:

A medida que los videojuegos aumentan también los eSports se vuelven cada vez más populares, mientras más personas jueguen se incrementa la audiencia de fanáticos potenciales de eSports. Los videojuegos avanzan y más emocionante se vuelven para los espectadores. En Colombia los deportes electrónicos son un modelo de negocio, no es necesario ser un experto en el tema, pero desde el primer momento que asistes a uno de estos eventos te enamoras “esto lo afirma la directora Angie coronado directora de la LVP (liga de videojuegos profesionales)” (Velásquez Duran , 2019) .

La liga de videojuegos profesionales (LVP) de España llega a Colombia en el año 2018 para promover la industria de videojuegos profesionales en el país a través de la creación de la Golden legends, la primera liga profesional de league of legends en Colombia, esto con el propósito de convocar a los equipos para que presenten un plan de negocio estratégico y de financiamiento, con el fin de formarse como empresa, más allá de buscar equipos que se reúnan simplemente a jugar los fines de semana. Cada vez más se observa que esta tendencia digital, evoluciona con nuevos fanáticos alrededor del mundo, en este contexto grandes marcas ven oportunidades de negocio en los eSports.

Alrededor de este boom, las marcas colombianas ven oportunidades de generar ganancias adicionales al incursionar en este mercado, que cada vez está más demandado gracias a la

gran cantidad de publicidad que las empresas aprovechan para poder llegar a un público objetivo (Caro Vallejo, 2021).

En el contexto colombiano hacia el año 2019 comienza la liga nacional de league of legends (Golden legends) respaldada por Riot game a nivel mundial. Por primera vez los jugadores nacionales conforman equipo para competir de manera profesional y por un cupo en la liga movistar en Latinoamérica, convirtiéndose en una oportunidad histórica para darse a conocer en esta industria de videojuegos profesionales.

2.2 Marco Conceptual

Según (Ceupe, S,F) el **estudio de mercados** es una técnica que nos permite la recopilación, el registro y el análisis sistemático de datos sobre cuestiones de comercialización y mercadeo, a fin de mejorar la calidad de los procedimientos de toma de decisiones y control. En este sentido, el estudio de mercado es el proceso mediante el cual el mercado objetivo está dispuesto a adquirir un producto o servicio. Según (Fernando, 2008) Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

Al mismo tiempo, un estudio técnico nos da a conocer las diferentes opciones tecnológicas para la producción de bienes y servicios que sean requeridos, lo cual permite verificar la factibilidad técnica de éstas. Este análisis posibilita la identificación de los equipos, materia prima, instalaciones y maquinaria necesarias para el proyecto.

Según (morales, 2016) un estudio administrativo y legal en el área organizacional de un proyecto, responde al análisis estratégico de la empresa a crear, que además de considerar el ejercicio filosófico (misión, visión, valores, principios, planes, políticas y programas), se complementa con un diagrama organizacional de acuerdo al modelo de empresa, a una proyección de gastos de personal, discriminación de los perfiles de cargos, definición del tipo de empresa a crear, la estructura tributaria, la relación de normatividad y la legislación a cumplir

El estudio en mención, muestra las actividades de tipo administrativo básicas, como la planeación estratégica, la cual define el rumbo y las acciones para el logro de los objetivos propuestos. Por otra parte, herramientas como el organigrama y la definición del recurso humano, de acuerdo a los perfiles adecuados permitirán continuar con una adecuada alineación hacia el logro. Cabe anotar que los aspectos: legal, laboral, ecológico y fiscal se deben tomar en cuenta para toda organización al momento de iniciar sus operaciones.

Según (Nassir & Reinaldo, 2003) estudio económico, los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las

etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. Es decir, en esta etapa se realizan los estados proforma (estado de resultados y balance general), para su posterior análisis mediante el uso de razones financieras.

Según (Nassir & Reinaldo, 2003) la evaluación económica es un método de análisis útil para tomar decisiones racionales ante diferentes alternativas. La Evaluación Económica, también, supone que todas las compras y las ventas son al contado y que todo el capital es propio, es decir, la evaluación privada económica desestima el problema financiero. Dicho anteriormente el propósito es la identificación de obtener mejores recursos de acción, basándonos en la evidencia que está disponible.

Según (Galina , 2021) eSports como es llamado, ha sido una novedad en el campo de la industria gamer, este concepto es utilizado para nombrar las competiciones organizadas a nivel profesional, refiriéndose a competencias multijugador de diferentes disciplinas de video juegos. Su funcionamiento es muy sencillo ya que cada eSports cuenta con sus propias reglas y estos tienen acceso a diferentes dispositivos y plataformas de formas online u offline

El fenómeno de los eSports ha venido experimentando un crecimiento en los seguidores o amantes de los video juegos. Gracias a los deportes electrónicos se vienen abriendo puertas a

nuevas ideas de negocio en una esfera que mueve grandes sumas de dinero, pasando del videojuego como un mero entretenimiento a competencias de tipo profesional.

Gamers: desde una perspectiva más crítica podemos definir que “existen varios aspectos que hacen que sea un poco difícil definir que es gamer ya que esta abarca demasiadas cosas” (Anonimo, 2018), sin embargo, lo que se conoce, es que un gamer es una persona que se dedica de manera profesional a jugar videojuegos con el fin de ganar dinero y trofeos en ligas internacionales y nacionales. Visto de otro modo, cualquier persona que juegue en consolas se puede considerar un gamer, ya sea de tipo profesional o tan solo por diversión. En el primer caso el jugador dedica tiempo a estudiar, analizando y practicando para tomar las mejores decisiones, mientras que el jugador ocasional solo juega por diversión sin profundizar en técnicas y conocimientos específicos del juego.

Liga deportiva: Son organismos de derecho privado, para fomentar, patrocinar y organizar la práctica de un deporte con sus modalidades deportivas, según (indersantander, S,F) las ligas deportivas son entidades de modalidad privada, que están conformadas por corporaciones, asociaciones y clubes deportivos que se encargan de organizar competencias en diferentes deportes en una modalidad específica.

Torneos: se entiende por torneo a un evento que implica una competencia entre diferentes partes (individuales o grupales) (Bollas, 28) podemos decir que un torneo es una competencia para disputar un premio en dos o más equipo compitiendo por el mismo fin.

Competencias: es la forma como una persona utiliza todos sus recursos personales, ya sean habilidades, conocimientos o experiencias, para resolver de forma adecuada una tarea en un contexto definido (León, 2017) para el autor una competencia es la capacidad, habilidad o destreza para realizar algo en específico.

Psicología del entrenamiento deportivo: es la metodología que evalúa y estudia cómo influye el deportista negativa y positivamente (Buceta, 1998) en su funcionamiento físico, técnico y táctico/estratégico y, por tanto, en su rendimiento deportivo. Así, la preparación psicológica debe integrarse en el conjunto de la preparación global de los deportistas, como un elemento más que tiene que interactuar, apropiadamente, con las parcelas física, técnica y táctico/estratégica.

Riot Games, Inc: es una desarrolladora y editora de videojuegos y organizador de torneos de deportes electrónicos estadounidense con sede en West Los Angeles, California.

League of Legends: es un juego en equipo de 10 jugadores en equipos de 5 jugadores de cada lado del mapa, en donde consiste en derribar la base de cada equipo

2.3 Marco legal

Este proyecto tiene como fundamento bases legales en el territorio colombiano que permiten su realización. En primer lugar y como ley fundamental, está la constitución política de Colombia que expresa en el artículo 52 al deporte como pilar en la formación integral de las personas, además de hacer parte de la educación y constituir gasto público social. Del mismo modo reconoce el derecho a la recreación, la práctica del deporte y el aprovechamiento del tiempo libre. A su vez, la ley 181 de 1995 determina y establece el sistema nacional del deporte como un conjunto de organismos articulados entre sí para permitir el acceso de la comunidad al deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre, la educación física y extraescolar, considerando al deporte como contribución al desarrollo integral del individuo para el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos. Al estar el proyecto encaminado a la creación de un centro de entrenamiento, la Ley 729 de 2001 crea los centros de acondicionamiento físico y determina la regulación que estos deben tener, por el ente municipal donde se encuentren y establece las condiciones físicas con las que debe contar para su funcionamiento. Ahora bien, ya que para el desarrollo de este proyecto se incluye el uso de consolas de video y ordenadores para la práctica y el entrenamiento de los deportistas, se tiene en cuenta la LEY 1554 de 2012 mediante la cual se dictan las normas de operación de los establecimientos en los que se prestan servicios de videojuegos en el país, y se instauran las normas de funcionamiento, las características del entorno, restricciones de acceso y las posibles sanciones en caso de incumplir alguna de las directrices establecidas

2.4 Marco Teórico

2.4.1 *Los eSports: Definición y antecedentes:*

Para tratar el concepto de los eSports, se toma la definición dada por (Hamari & Sjöblom, 2017) quien considera que los eSports representan "una forma de deporte donde los aspectos fundamentales del mismo están facilitados por sistemas electrónicos; las entradas y salidas de los jugadores y equipos dentro del sistema de los eSports están mediadas por interfaces hombre - computadora".

En la actualidad existen variadas controversias en lo relativo a la definición de los eSports, especialmente si pueden considerarse “verdaderos deportes”. En este sentido, a lo largo de los años existen diversos estudios que han abordado el problema desde distintos puntos de vista, adaptando o comparando definiciones las cuales son originadas de los “deportes tradicionales o clásicos”. (Wagner M., 2006) realiza una reflexión sobre el concepto de deporte tradicional realizado por (Tiedemann, 2004), argumenta que los eSports "son un área de actividades deportivas en la que las personas desarrollan y entrenan habilidades mentales o físicas en el uso de tecnologías de información y comunicación". Esta definición ha estado sujeta a críticas, sobre todo por presentar al deporte como “mental o físico”, haciendo que la aplicación de habilidades físicas sea esencial al deporte y que lo diferencia de un simple juego. (Bernard Suits, 2007; Coakley, 2008). Entonces, al plantear la pregunta en qué medida el deporte electrónico cabe en esta definición, se debe tener en cuenta que los jugadores deben contar con destrezas para manipular distintos instrumentos a su alcance (como controles y botones, teclados,

mouses, etc.) con la habilidad de maniobrar totalmente dentro de un videojuego. Pongamos como ejemplo, que al momento de presionar botones esta acción requiere de una acción física al igual que ocurre en el ajedrez (considerando este último como un deporte) (Seth E, R Douglas, Keiper, & Tracy W, 2016), mantiene que en el momento que se lleva a cabo una acción física ésta no se configura como un determinante para el éxito, solo siempre y cuando la ficha o pieza se ubique en el lugar correcto. Es decir, el “cómo” de la acción que se está realizando no es determinante, igual podría ser el caso al realizar la acción de presionar botones en una palanca de mando. Se puede observar lo mismo en diferentes tipos de deportes como el básquet, por ejemplo, una mala ejecución por parte de la acción física como un salto, puede tener varios efectos negativos al momento de tirar al aro.

Sin embargo, varios autores añaden que las nociones de habilidades motoras finas y gruesas, "aquellas a menudo presentes en actividades deportivas, incluyendo habilidades en las que los grupos musculares grandes (p. ej., cuádriceps, isquiotibiales, glúteo mayor, etc.) producen movimiento." (Haibach, 2011)

Las habilidades motoras finas “implican movimientos precisos con mayor exactitud y control que utilizan grupos musculares más pequeños” (Haibach, 2011) "Las habilidades en las que uno manipula un objeto (por ejemplo, un controlador de videojuego) implican habilidades motoras finas" (Seth E, R Douglas, Keiper, & Tracy W, 2016) este último enunciado se ajusta a las prácticas de los eSports, no obstante, para algunos autores este hecho sigue siendo insuficiente para catalogarlo como una disciplina deportiva.

2.4.1 De las teorías de los videojuegos al estudio de los eSports.

Para plantear las teorías que se asemejan a los deportes electrónicos, se toma como punto de partida todas aquellas que identifican a los videojuegos como un objeto de estudio académico más que una disciplina en sí misma. Los game studies “estudios de juegos” se han afianzado como una perspectiva multidisciplinaria, la cual permite hacer diferentes acercamientos al objeto de estudio desde diversas ramas. Durante el tiempo muchos investigadores han pasado por diferentes ciclos, a menudo con implicaciones desalentadoras como lo indica Antonio José Planells:

(Planells, 2013) Tras el paso por la antropología y el estudio cultural, el juego digital fue absorbido por las nuevas teorías de la hipertextualidad y la obra multimedia que tanto fascinó a la academia durante la década de los ochenta. Solo a partir de los años noventa consiguió sustantivarse como una disciplina propia, los Game Studies, y de un conflicto de tipo ontológico suscitado por las diferencias entre la ludología y las perspectivas narratológicas tradicionales. Hoy, los Game Studies han conseguido superar este conflicto y aglutinar distintas posiciones académicas que enriquecen este objeto de estudio. En el campo de la comunicación, los Game Studies han tenido que lidiar, en el plano internacional, con la dispersión geográfica y la multiplicidad de lenguas utilizadas en el plano científico. En España, la disciplina sigue en conflicto con estos elementos y, además, con la falta de consideración como objeto legítimo de investigación por parte de una universidad con problemas estructurales y éticos serios.

(García, 2007). Menciona que, durante la primera etapa académica sobre los videojuegos, este fenómeno de jugar fue abordado desde un enfoque de la antropología. Los estudios de los videojuegos han venido evolucionando, sobre todo, desde la teoría narrativa y la literatura comparada, asimismo se ajustó el estudio de la interacción narrativa por medio de los videojuegos, a ser un sistema de confabulación generados por la acción del usuario. Por consiguiente, los videojuegos, han sido un objeto de estudio habitual tratados de ser explicados desde la semiótica tradicional, al nivel de otros medios (Frasca, 2009) . (Aarseth, 1997) lo define como “nivel ergódico” relacionado con cada uno de los procesos físicos involucrados en el juego.

Para concluir, la etapa más reciente que se ha abordado, es la del estudio del componente cultural del medio, el cual les presta atención a distintos aspectos de cambios socioculturales, producidos por medio de la integración entre el mundo real y virtual. Es por esto que la concepción de los videojuegos como un producto cultural con gran prestigio social, al igual que los deportes electrónicos comienzan a tomar superioridad.

2.4.2 Particularidades

Partiendo de la discusión si los deportes electrónicos “eSports” deben ser apreciados como auténticos deportes, es necesario preguntarse cuáles son las características o diferencias que los mismos disponen en compensación a los “deportes tradicionales”. Teniendo en cuenta los aportes de (Wagner M. , 2006), "no existe necesidad de ver a los eSports como un área de disciplinas que satisfacen una definición de deporte tradicional", existen algunas conexiones que nos permiten “tomar prestados enfoques académicos y metodologías” de los deportes tradicionales. Elementos tratados en el presente estudio, sus conceptos o herramientas que pertenecen a un área muy antigua y con mayor estudio.

2.4.3 Los eSports como deporte

Durante mucho tiempo se ha venido discutiendo sobre la mirada deportiva de los eSports desde distintos campos de la investigación, especialmente desde las ciencias de la salud y la ciencia en el deporte.

En el 2003, (Mora, P. y Héas, S., 2003) plantean mediante una discusión sobre los eSports si estos son considerados deporte y cuál sería su relación con las actividades físicas. Wagner también plantea una relación muy estrecha entre los deportes electrónicos y el deporte tradicional, pero con un pensamiento más amplio:

Existe una conexión bastante natural entre los deportes tradicionales y los eSports que va más allá del argumento comúnmente utilizado de que los deportes electrónicos se relacionan con la práctica de una coordinación mano-ojo adecuada a través de los juegos de computadora. Además, permite abordar enfoques académicos y metodologías de las ciencias del deporte y la formación deportiva, para aplicarlos a lo que podría llamarse "ciencia de los eSports".

(Wagner M. , 2006) Durante mucho tiempo múltiples autores se han adentrado en este camino, dando desarrollo a una extensa línea de investigación muy popular en la actualidad, la cual ha planteado una gran validez de los eSports como una actividad deportiva con base a sus alcances motrices y cognitivas (Besombes, 2016; Bornemark, 2013)

(Witkowski, E, 2012) ha afirmado que los videojuegos de ordenador, como caunter-strike, son considerados deporte, gracias a que es evidente la competencia presencial. Además de estudiar las estructuras competitivas del evento, se pone como foco de atención la forma en que los jugadores se desenvuelven al participar físicamente en la práctica y en el juego, el cual se describe como un estudio cualitativo a través del contenido de los temas centrales como el movimiento, el cuerpo equilibrado y el compromiso háptico. Los deportes electrónicos también han sido objeto de estudio como evolución natural del deporte tradicional con base a la implicación del desarrollo de la tecnología en el marco de las competiciones deportivas (Jonasson, K. y Thiborg, J.,

2010). Estos autores plantean factibles escenarios de futuro, en relación al impacto que los eSports puedan tener en la evolución y el escenario del deporte tradicional.

2.4.4 Teoría de las 4 p del marketing

Según (Cañizares León, 2018) la disciplina de las 4p está basada en las estrategias y los estudios que mejoran la comercialización del producto y/o servicio que se ofrece al público. Durante el tiempo se han reinventado nuevas adaptaciones. El surgimiento de nuevas técnicas de venta para el análisis y la planificación de estrategias, ha producido el desarrollo de nuevos conceptos y teorías útiles en la compra, venta y publicidad, y que actualmente resultan básicas; como el caso de las 4 p del marketing. Durante el tiempo las cuatro variables “producto, precio, distribución y promoción” han sido clave para el diseño de técnicas en el mercado, con base en la definición de una serie de conceptos los cuales no pueden pasar desapercibidos a la hora que la marca pueda obtener un resultado óptimo. Sus definiciones son:

Producto

Es conocido como el servicio, el bien o idea que se ofrecerá en un mercado concreto con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores/as.

Trabajar con el producto es basarse en los beneficios que este traerá, cubriendo la necesidad de quienes lo requieren y en las emociones que desprenderá en el momento de su adquisición y durante su uso. Es de suma importancia no tomar en cuenta que el producto sea de un modo aislado, puesto que conlleva una serie de valores durante el proceso del marketing, que deben ser apreciados por los clientes, como el servicio de atención al cliente o la política de garantía.

Para que un producto o servicio pueda ser conocido entre el público, es necesario obtener una marca que refleje el desarrollo de servicios asociados, promover un valor de ciclo de vida y la eliminación de mercados antiguos similares u obsoletos, para potenciar el nuevo.

Precio

En el momento de determinar un precio ya sea de un producto o servicio, como otra de las 4 p del marketing, es necesario estimar un valor monetario de éste, el cual será sumado en el tiempo que se emplea para su adquisición y a los posibles encuentros de molestias que se generen hasta la realización de la compra.

Por lo tanto, más allá de establecer un valor monetario, una vez se logre obtener un valor de calidad y/o emocional, el producto o servicio se deberá analizar la existencia de precios estándar de la misma área; si al momento de bajar los precios, es posible aventajar el producto o servicio en el sector. Con base en los factores de la demanda, existen límites en la aplicación del

precio, esto debido a los precios que maneja la competencia y teniendo repercusiones en sus modificaciones, en este caso, se procederá a trabajar con márgenes de descuentos y beneficios, así como las fijaciones de precios, tanto a un producto como a toda una determinada línea.

Distribución

La distribución estudia el punto de venta y las técnicas de estimulación de compra, dado que es donde el cliente busca ya sea el producto o el servicio a obtener, por lo que es de vital importancia conocer y establecer los puntos claves con precisión, el tipo de tienda o comercio ya sea “física o virtual”, como el caso de merchandising, incluyendo factores como la comercialización directa y la logística.

La adaptación al cambio del mercado y estar en control con éste, es un aspecto muy importante en el momento de tener en cuenta los canales de distribución, además de valorar los costes de la distribución ya sea por vías y puntos de ventas, para seleccionar los canales y puntos más adecuados.

Promoción

La promoción implica conocer los medios más utilizados y adecuados para dar a conocer el producto o servicio al público objetivo, como también promocionarlo. De la manera en que se realizan las acciones de promoción desde la competencia y la rentabilidad de sus propias acciones, junto con las características del servicio o producto, serán la clave para determinar cuáles serán las estrategias de comunicación que más sean adecuadas, la promoción y publicidad de ventas mediante las acciones de percepción.

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de investigación

Para la ejecución de este proyecto se utilizará una investigación cuantitativa con alcance exploratorio, “ya que permite conocer una investigación con pocos estudios del cual se tiene mucha duda o nunca se ha abordado el tema” (Bernal Lara, 2017), el propósito de esta investigación es definir las propiedades, tipos y rasgos importantes de los eSports y sus modelos de negocio y como se podrían aplicar en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

Después de revisar los canales de comunicación se pudo percibir que las personas especialmente los jóvenes prefieren comunicarse por medios de canales de Facebook, Instagram

y demás redes sociales, visualizando contenido dedicado a esta disciplina. Este resultado permite inferir que es factible buscar grupos y streamers en la comunidad Ocañera. Por esta razón, el presente proyecto está enmarcado en métodos de recolección de información como la encuesta de tipo online, permitiéndonos saber cuál es el público potencial. Este tipo de investigación es confiable, teniendo en cuenta que lo que se busca es saber cuál es el potencial del público gamer en la ciudad de Ocaña Norte de Santander.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

El estudio está conformado inicialmente por la población urbana de la ciudad de Ocaña Norte de Santander, constituida por 118.644 personas en el año 2022 de los cuales 44.367 son habitantes entre 14 a 36 años de edad, según datos del DANE de la Ciudad de Ocaña 2022. Los resultados obtenidos se presentarán por medio de gráficos.

3.2.2 Muestra

La determinación de la muestra del proyecto se realizará a través de una fórmula y se plantea con un margen de error del 5%.

Teniendo en cuenta el tamaño de la población objeto de estudio, el cálculo de la muestra se hace utilizando la formula estadística para muestras finitas, así:

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

Donde

n = muestra

Z= nivel de confianza

N = población

p = proporción de aceptación

q = proporción de rechazo

e = margen de error

$$n = \frac{1,96^2 * 44.367 * 0,5 * 0,5}{0,07^2(44.367) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

N=195

Teniendo en cuenta el objetivo de la investigación y la muestra tomada, Se tomará una muestra de 195 personas entre 14 a 36 años de edad de la ciudad de Ocaña.

3.3 Diseño de instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis de datos

La información será recolectada utilizando fuentes primarias por los responsables de este proyecto, utilizando como instrumento de consulta, la encuesta en forma virtual a la población objeto de estudio, a través de un cuestionario previamente elaborado y estructurado, este cuestionario consta de 16 preguntas cerradas que nos ayudará a conocer el mercado potencial en la ciudad de Ocaña, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos propuestos en el presente trabajo de grado.

3.4 Análisis de información

La información recolectada, es analizada cuantitativamente mediante el respectivo conteo, registro y frecuencia de los datos y presentada a través tablas y gráficas. De igual forma la información se interpreta cualitativamente con el objeto de determinar los aspectos más relevantes orientados a la viabilidad del negocio.

Capítulo 4. Presentación de Resultados

4.1 Estudio de Mercado

Tabla 1

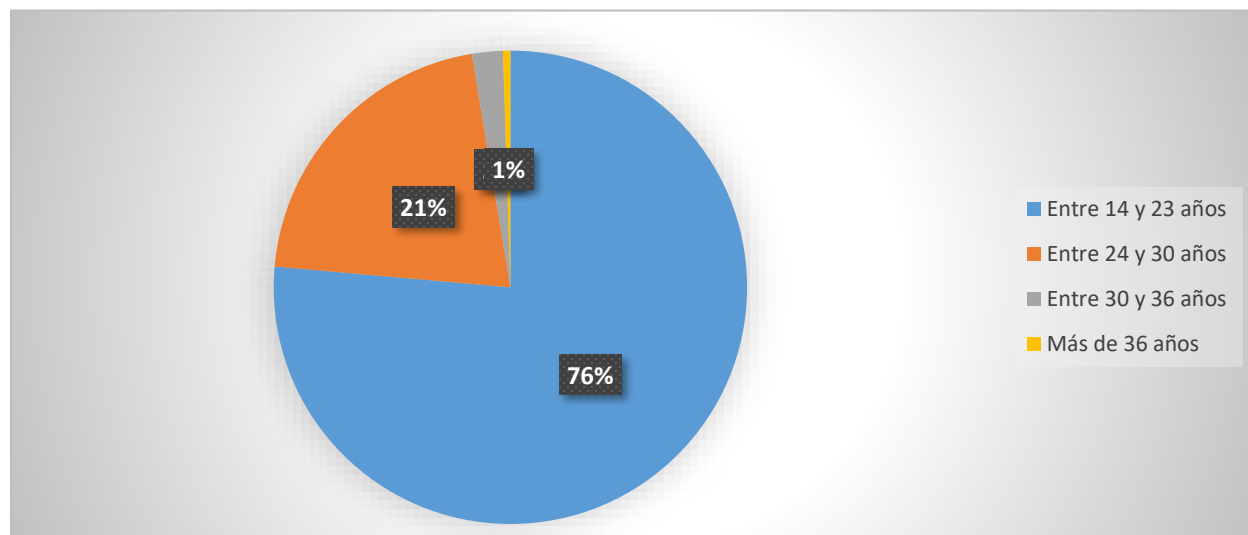
Señale su rango de edad

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Entre 14 y 23 años	149	76%
Entre 24 y 30 años	41	21%
Entre 30 y 36 años	4	2%
Más de 36 años	1	1%

Nota: Encuesta aplicada a la población gaming Ocañera.

Figura 1

Rango de edad



Nota: la figura muestra la torta del rango de edad de las personas

Por medio de la encuesta aplicada a la población gaming en Ocaña, el rango de edad en el cual se tiene más actividad, se encuentra entre los 14 y 23 años de edad con una frecuencia de 149 llegando a obtener un porcentaje del 76% de esta población, seguido se encuentra un grupo de la población encuestada con un porcentaje del 21% para los jóvenes entre 24 y 30 años. En el rango de edad entre 30 y 36 años se encuentra una frecuencia de solo 4 y 2% de población y finalmente, la población de 36 años un 1%. Estos índices de resultado nos permiten determinar que la población foco para el presente proyecto es la de jóvenes entre 14 a 23 años como clientes potenciales al hacer efectiva la propuesta en la ciudad de Ocaña.

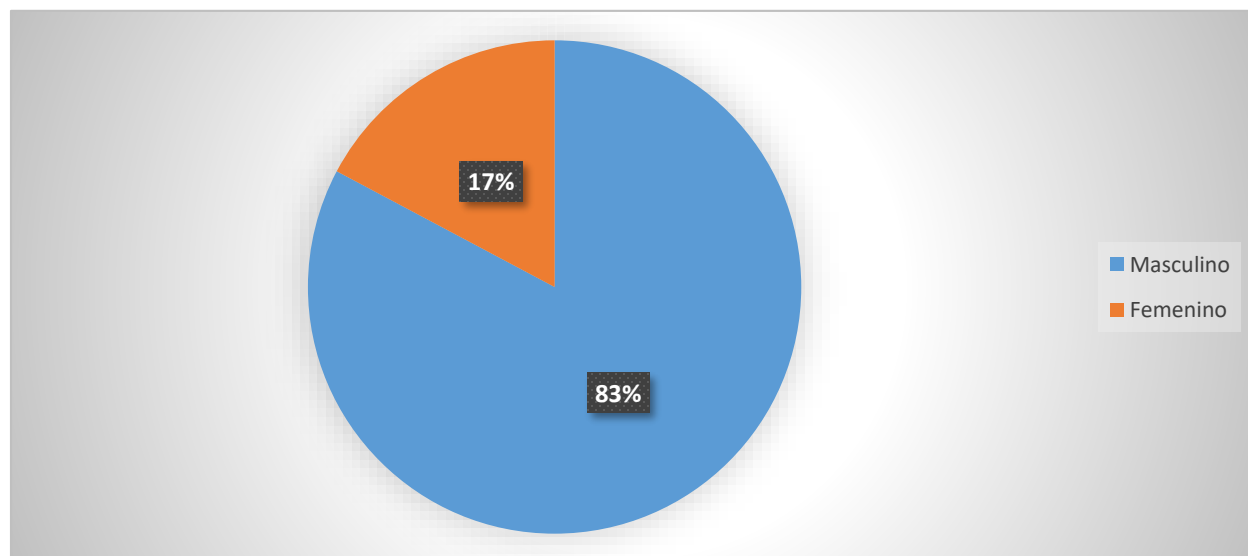
Tabla 2

cuál es su genero

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	163	84%
Femenino	32	17%

Nota: Encuesta aplicada a la población gaming Ocañera.

Gracias a la información obtenida por medio de encuestas, el porcentaje del género masculino cuenta con una frecuencia de 163 encuestados obteniendo un porcentaje del 84%, mayor al género femenino el cual obtuvo una frecuencia de 32 con un porcentaje de 17%, deduciendo de este modo que el género masculino es más activo en el mundo de los juegos electrónicos.

Figura 2*Género*

Nota: la figura muestra la torta del genero de las personas de Ocaña

Tabla 3*Usted es aficionado a los video juegos*

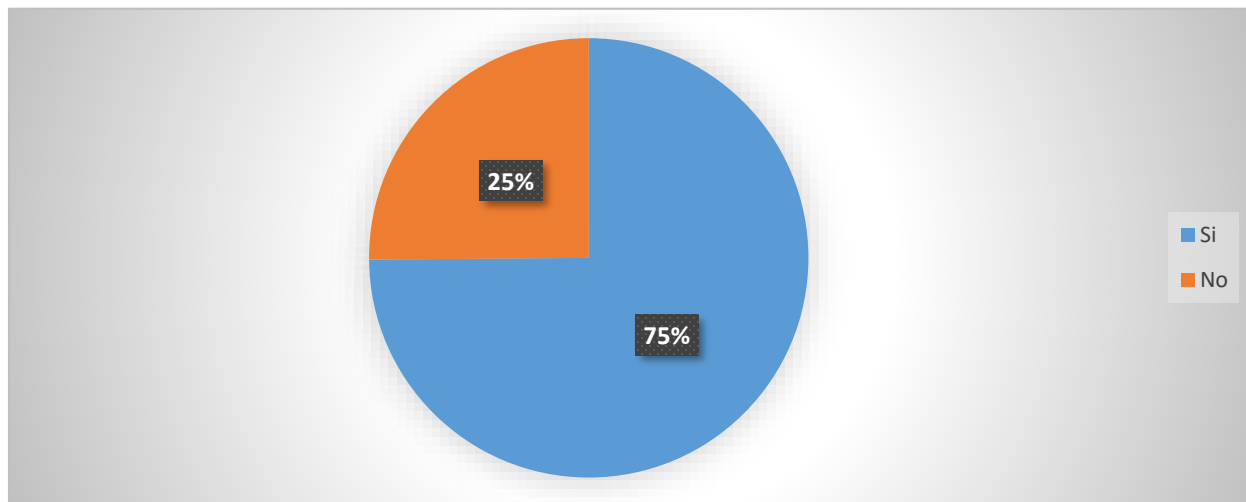
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	146	75%
No	49	25%

Nota: Encuesta aplicada a la población gaming Ocañera.

De acuerdo a los resultados arrojados, el grupo de encuestados da a conocer su afición o no a los video juegos. Se obtiene una frecuencia alta de 146 por parte de las personas que son aficionadas a los video juegos con un porcentaje del 75%, dado que el otro 25% de los encuestados no tiene gran interés en jugar tan a menudo o se dedica a jugar solo por tiempo limitado o cuando pueden hacerlo, teniendo estos valores podemos evidenciar que los jóvenes ocañeros tienen alguna afición por cierto videojuego.

Figura 3

Aficionado a los videojuegos



Nota: la figura muestra la torta de los aficionados a los videojuegos

Tabla 4

Tiempo que le dedicas semanalmente a un video juego

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 4 horas	93	48%
Entre 4 y 8 horas	58	30%
Entre 8 y 16 horas	27	14%
Entre 16 y 32 horas	11	6%
Más de 32 horas	6	3%

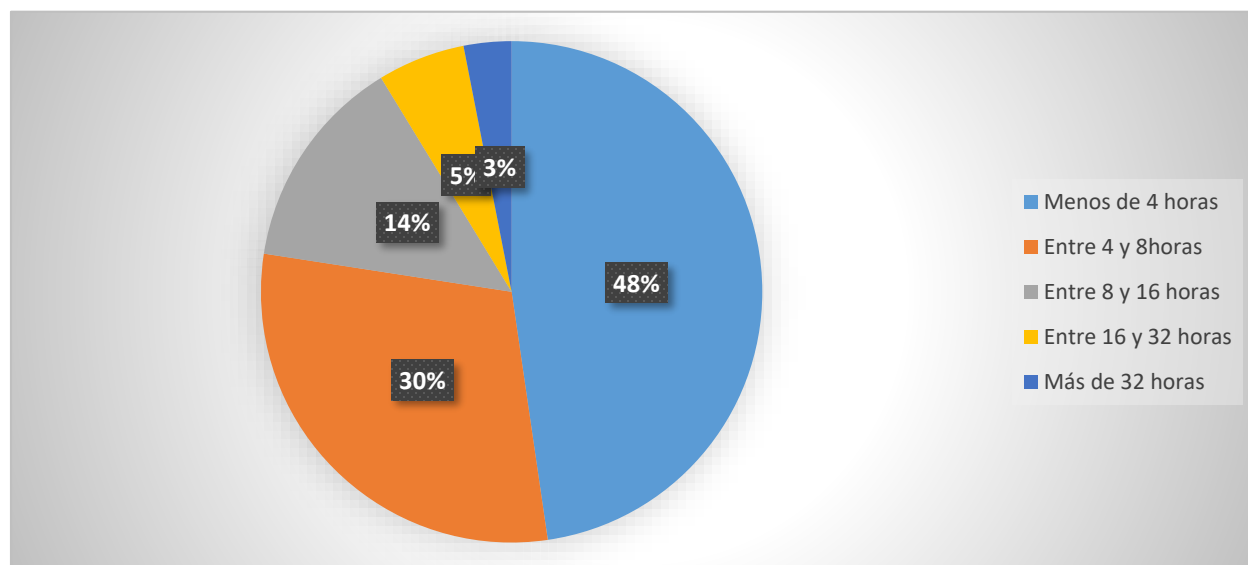
Nota: Encuesta aplicada a la población gaming Ocañera.

En cuanto a la población que fue encuestada sobre el tiempo que estos le dedican durante la semana a un video juego, podemos observar que existe un porcentaje del 48% de la comunidad que solo juega menos de cuatro horas a la semana, por tener ocupaciones como el estudio o trabajo, de acuerdo a los demás resultados el 30% juega más de 4 horas,

específicamente entre 4 a 8 horas a la semana. La mayoría de estos, son estudiantes de bachillerato. También existe un margen de la población que juega entre 8 a 16 horas y 16 a 32 horas. Este último rango con un 3% y una frecuencia de 6. Existe otro aspecto a considerar y son los períodos al año en que estos valores tienden a aumentar, como los períodos de vacaciones tanto de universidades y escolares. Una buena oportunidad para promover la realización de torneos y eventos.

Figura 4

Horas que le dedicas a un video juego



Nota: la figura muestra la torta de las horas que le dedica un jugador a los video juegos

Tabla 5

sabes que son los deportes electrónicos

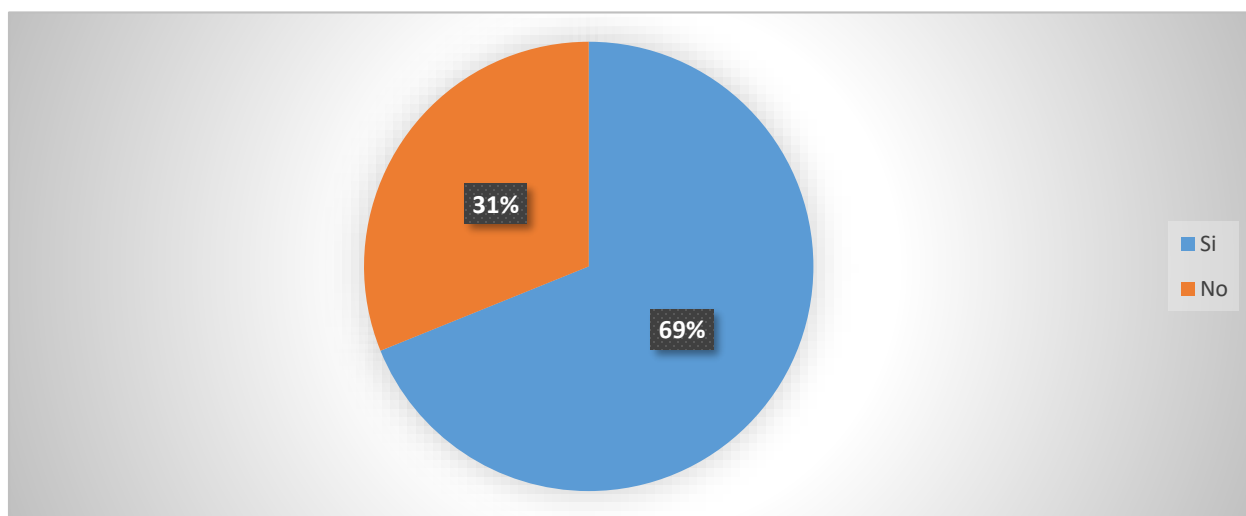
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	135	69%
No	61	31%

Nota: Encuesta aplicada a la población gaming Ocañera

En relación al de conocimiento sobre los deportes electrónicos se obtuvo un porcentaje del 69% con una frecuencia 135 de la población y un 31% no conocían de los deportes electrónicos. Esto permite concluir que los jóvenes ocañeros están familiarizados con el tema, aspecto muy importante, ya que a través del tiempo más jóvenes estarían interesados en hacer parte de equipos deportivos en deportes electrónicos como una práctica de entretenimiento sano y competitivo en la ciudad. Con respecto a las personas que no están familiarizadas en el tema, es probable que sean a futuro una población potencial.

Figura 5

conocimiento de los deportes electrónicos.



Nota: la figura muestra la torta del porcentaje de personas que conocen los deportes electrónicos

Tabla 6

Empresa que preste el servicio en entrenamiento en deportes electrónicos en Ocaña

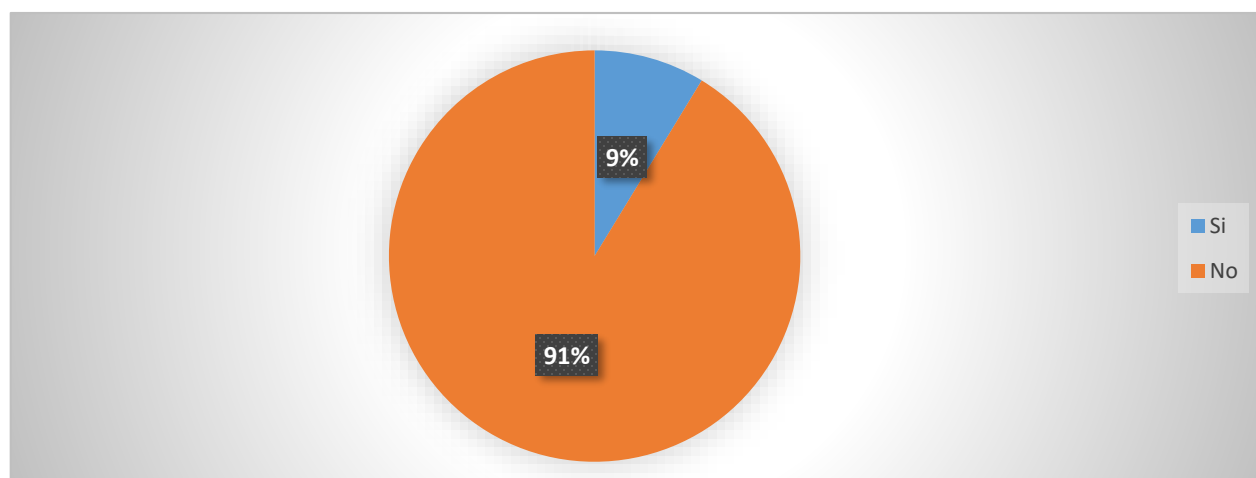
Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	9%
No	178	91%

Nota: Encuesta aplicada a la población gaming Ocañera.

A partir de los resultados de la encuesta, se observa que la población gaming en Ocaña no tiene conocimiento de la existencia de una empresa que realice la prestación de algún servicio de entrenamiento en los deportes electrónicos, con un porcentaje del 91% y una frecuencia de 178. El 9% de las personas que seleccionaron la opción SI con una frecuencia 17, se refirieron a los establecimientos: “maquinitas” o “cyber”. Estos resultados permiten deducir, que al implementar un centro que se enfoque al entrenamiento en deportes electrónicos, el 91% es un porcentaje significativo para hacer parte del proyecto.

Figura 6

empresa prestadora del servicio en deportes electrónicos



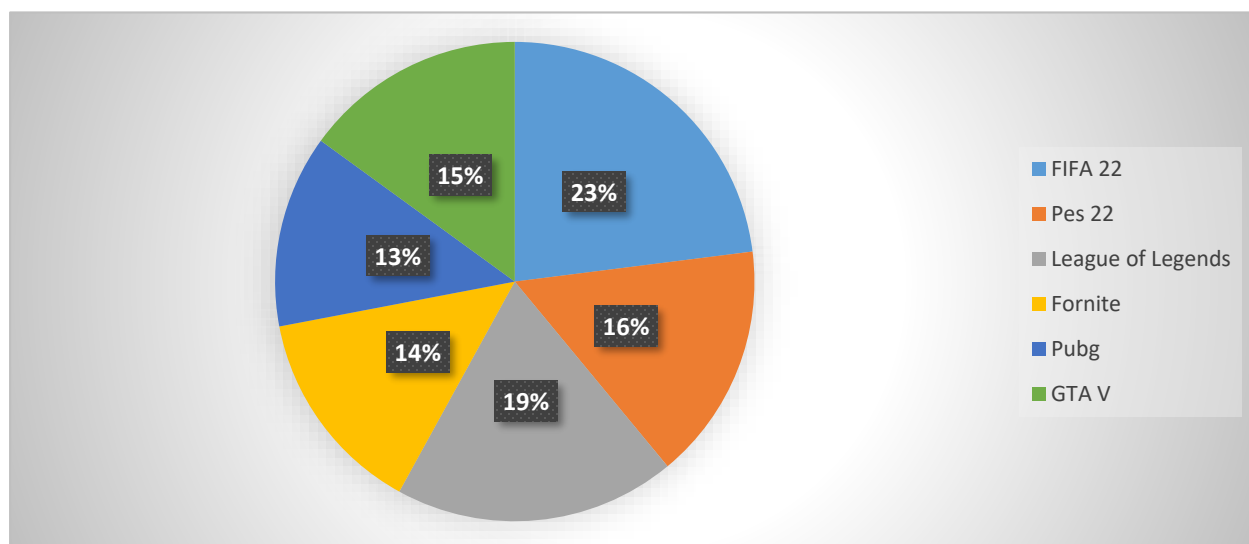
Nota: la figura muestra el porcentaje de las empresas que prestan el servicio de entrenamiento en deportes electrónicos

Tabla 7*Video juegos que más practicas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
FIFA 22	45	23%
Pes 22	32	16%
League of Legends	37	19%
Fornite	28	14%
Pubg	25	13%
GTA V	28	15%

Nota: la tabla muestra el porcentaje de video juegos que las personas juegan en Ocaña

Gracias a los resultados de la encuesta, se evidencia que los títulos de juegos mencionados, son los más conocidos y jugados por la comunidad gaming, Obteniéndose una buena variedad de porcentajes en competición ya que se observa que todos los juegos son muy populares, aunque hay juegos que sobresalen en la comunidad como lo es el FIFA 22 con un porcentaje del 23%, League of Legends con un porcentaje del 19%, así mismo los demás títulos de juegos tienen una gran aceptación, llegando a estar igualados en su porcentaje. Muchas de las personas encuestadas optaron por varias opciones de la encuesta, es decir, que a la comunidad le gusta practicar diferentes modos al momento de jugar.

Figura 7*Video juegos más populares*

Nota: la figura muestra el porcentaje de los video juegos que las personas juegan más en Ocaña

Tabla 8*Consolas preferida.*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
XBOX	39	20%
PLAY 4	77	39%
PC GAMING	79	41%

Nota: la tabla muestra que consolas son las que la comunidad gaming prefieren más

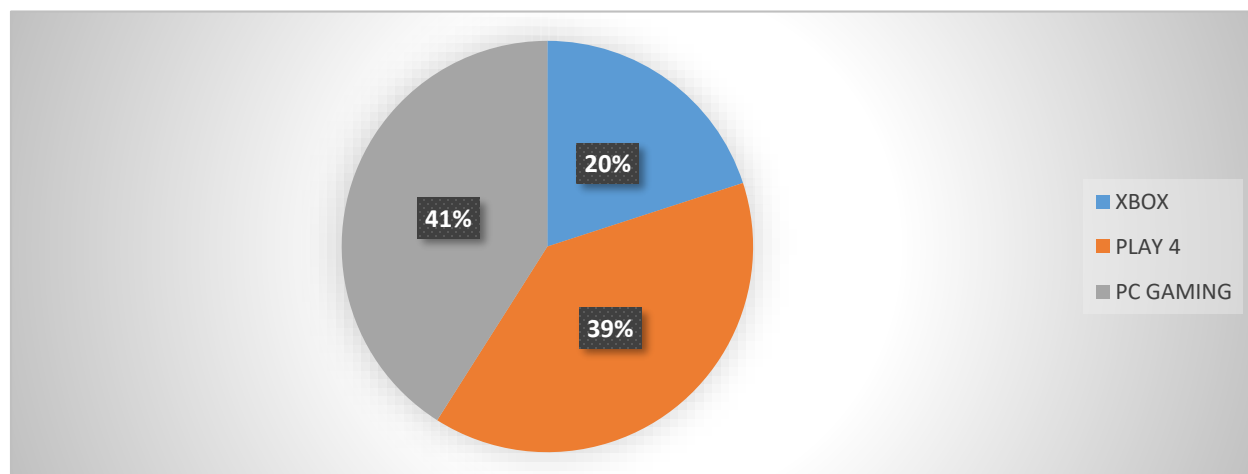
Fuente: Autores del proyecto

A través de la encuesta se buscó conocer las preferencias de la comunidad gaming en el uso de las consolas de video juegos. Esto permitió encontrar que una de las plataformas de juego más reconocidas y pedidas por la comunidad gaming es la consola PLAY 4 con un porcentaje del 39%, seguido del PC GAMING con un porcentaje del 41%, sin embargo, la Xbox siendo una consola muy reconocida no tiene mucha aceptación por parte del público, obteniendo un porcentaje del 20% de la comunidad encuestada. De esta forma podemos deducir que, al

implementar este modelo de negocio en la ciudad, muy probablemente contar con las consolas de mayor aceptación será uno de los elementos que potenciará el flujo de asistentes y jugadores.

Figura 8

consolas más usadas



Nota: la figura muestra la torta que define los porcentajes de las consolas que la comunidad gaming de Ocaña prefiere más fuente: Autores del proyecto

Tabla 9

Inscripciones para un centro enfocado a los deportes electrónicos.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	149	76%
No	46	24%

Nota: la tabla muestra el porcentaje y frecuencia de las personas que se inscribirían en el centro de entrenamiento en deportes electrónicos

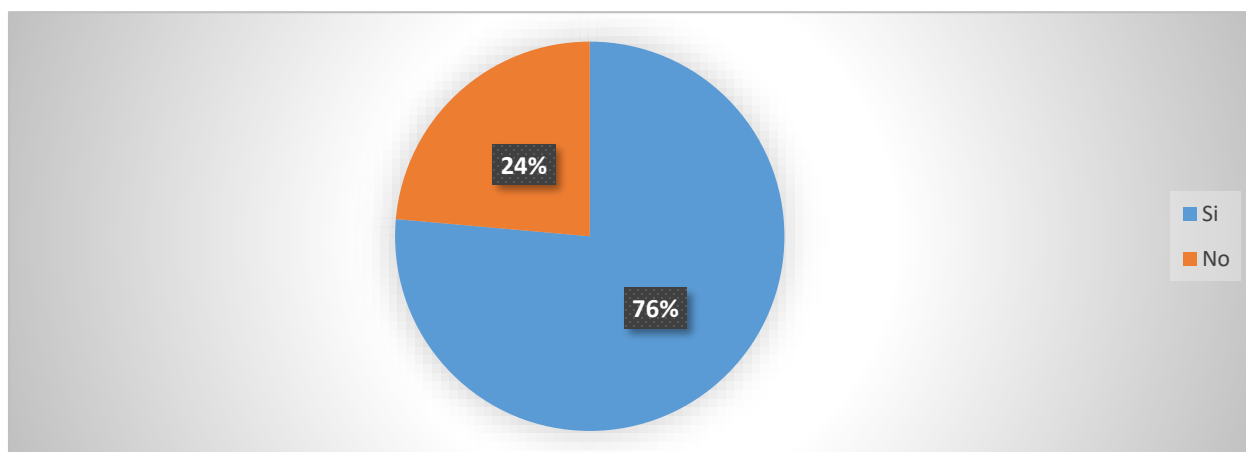
Fuente: autores del proyecto

En relación a la decisión de inscribirse en el centro de entrenamiento, el 76% que corresponde a una frecuencia de 149 de la población encuestada, responde que, SI lo hará, por el interés de conocer el mundo de la competitividad en los eSports “deportes electrónicos”.

El 24% que corresponde a una frecuencia de 46 personas afirma que no. Debido a sus ocupaciones prioritarias y falta de tiempo, Sin embargo, es una cifra que, aunque no puedan hacer parte de un equipo de eSport, es probable que acudan de forma esporádica al centro de entrenamiento en deportes electrónicos ya sea para jugar, practicar o simplemente ser espectadores de algún torneo que se prepare en las instalaciones.

Figura 9

Personas que se inscribirían al centro de entrenamiento para deportes electrónicos



Nota: la figura muestra el porcentaje de las personas que están dispuesta a inscribirse en el centro de entrenamiento para deportes electrónicos

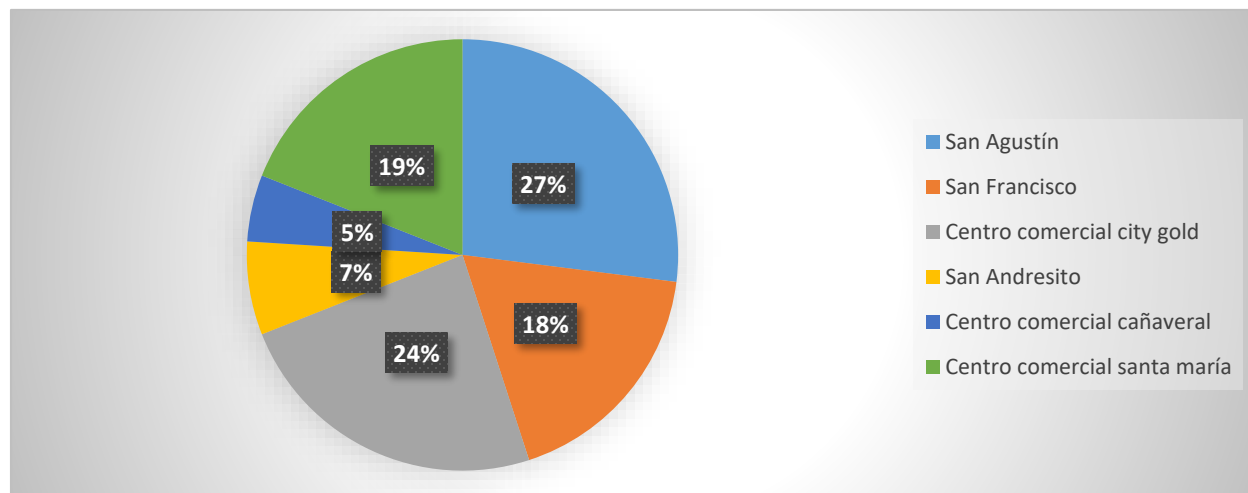
Fuente: Autores del proyecto

Tabla 10*Ubicación de la empresa.*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
San Agustín	53	27%
San Francisco	35	18%
Centro comercial city gold	46	24%
San Andresito	14	7%
Centro comercial cañaveral	10	5%
Centro comercial santa maría	37	19%

Nota: la tabla muestra donde es la mejor ubicación para el centro de entrenamiento en deportes electrónicos Fuente: autores del proyecto

Al preguntar a la población gaming en Ocaña, sobre la ubicación de la empresa se obtuvo una gran variedad de respuestas, la de mayor preferencia es en el sector de San Agustín con un porcentaje del 27%, conociendo las preferencias de los demás encuestados se evidencia que hay una gran aceptación para la ubicación en el Centro Comercial City Gold con un porcentaje del 24 %, el Centro Comercial Santa María con un 19% y San Francisco con un 18%. Los centros de Cañaveral y San Andresito son los de menor aceptación 5% y 7% respectivamente.

Figura 10*Ubicación para la empresa*

Nota: la figura muestra el porcentaje de cuál es la mejor ubicación para el centro de entrenamiento en deportes electrónicos

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 11*Edad para entrenar en deportes electrónicos.*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
14 a 23 años	167	86%
24 a 30 años	26	13%
31 a36 años	1	1%

Nota: la tabla muestra cual es el rango de edad, de las personas que pueden entrenar en el centro de entrenamiento en deportes electrónicos.

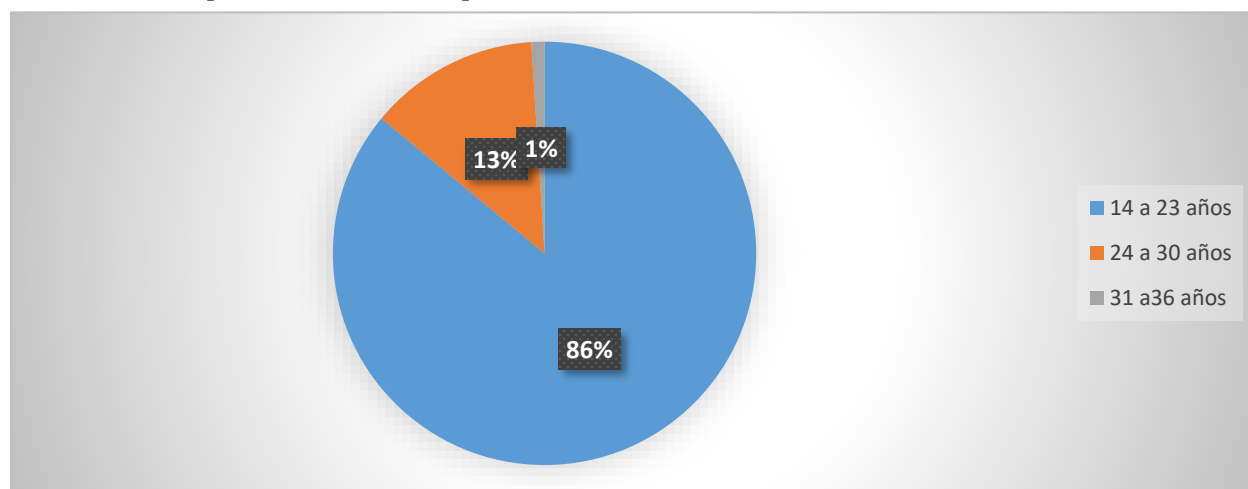
Fuente: autores del proyecto

La edad para entrenar y enfocarse hacia los deportes electrónicos oscila entre los 14 a 23 años de con un porcentaje del 86% y una frecuencia de 167, una cifra significativa comparada con opción que comprende entre 24 a 30 años que obtiene un 13%, la opción entre 31 a 36 años un 1%. Es importante mencionar que es el juego con sus características particulares quien

determina la edad mínima para acceder a él. Sin embargo, en términos generales si no se disfrutan, no tiene sentido jugarlos. En ese sentido, no tendríamos una edad mínima para empezar a jugar. Pero sí habría que marcar el mínimo para empezar a jugar profesionalmente.

Figura 11

Edad estimada para entrenar en deportes electrónicos.



Nota: la figura muestra el porcentaje de las personas que pueden entrenar en el centro de entrenamiento para deportes electrónicos

Tabla 12

Participas en torneos online o presenciales

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	30%
No	138	70%

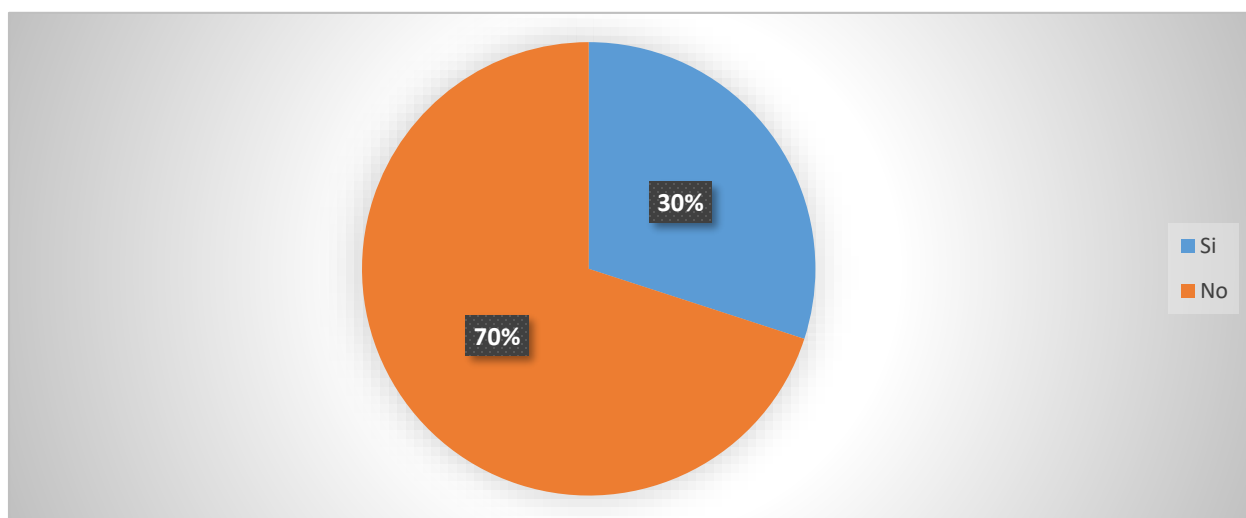
Nota: la tabla muestra el porcentaje de las personas que han participado en torneos online. Fuente: autores del proyecto.

El resultado obtenido en relación a la participación o no, en torneos online o presenciales en deportes electrónicos es de un 30% que, SI han hecho parte de algún torneo con una frecuencia de 59, pero así mismo se evidencia que la mayoría de los encuestados no han

participado en ningún torneo con un porcentaje del 70% y una frecuencia de 138. Por tanto, es muy probable que la estrategia de negocio planteada en el presente proyecto tenga una gran aceptación en la comunidad gaming de Ocaña.

Figura 12

Participación en torneos



Nota: la figura muestra el porcentaje de las personas que han participado en torneos online

Tabla 13

Aspiras a llega hacer jugador profesional en deportes electrónicos.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Aspiro a llega hacer jugador profesional	17	17%
Solo juego por diversión, no aspiro a llegar hacer jugador profesional.	161	83%

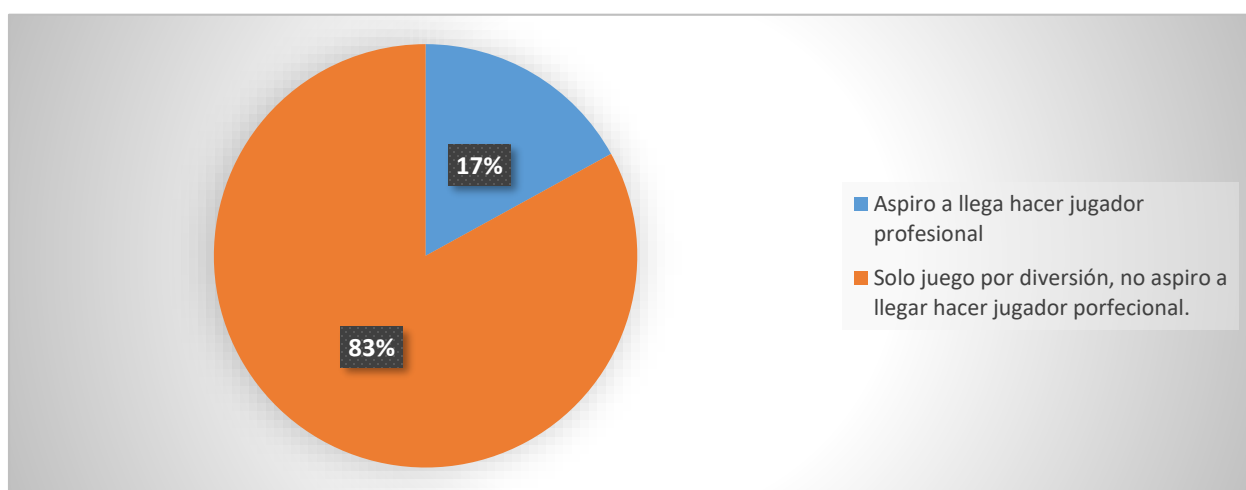
Nota: la tabla muestra el porcentaje de las personas que aspiran a llegar a ser jugadores profesionales

Fuente: Autores del proyecto

A la pregunta en relación a la aspiración de llegar a ser un jugador profesional en los deportes electrónicos, se obtuvo un porcentaje de 17% con una frecuencia de 17 encuestados, de otra parte, la mayor parte afirman que solo juegan por diversión (83% con una frecuencia de 161 encuestados) con el único interés de para pasar un rato con sus amigos en línea o presencial, para relajarse y salir de su rutina diaria.

Figura 13

Aspirante a llegar hacer jugadores profesionales



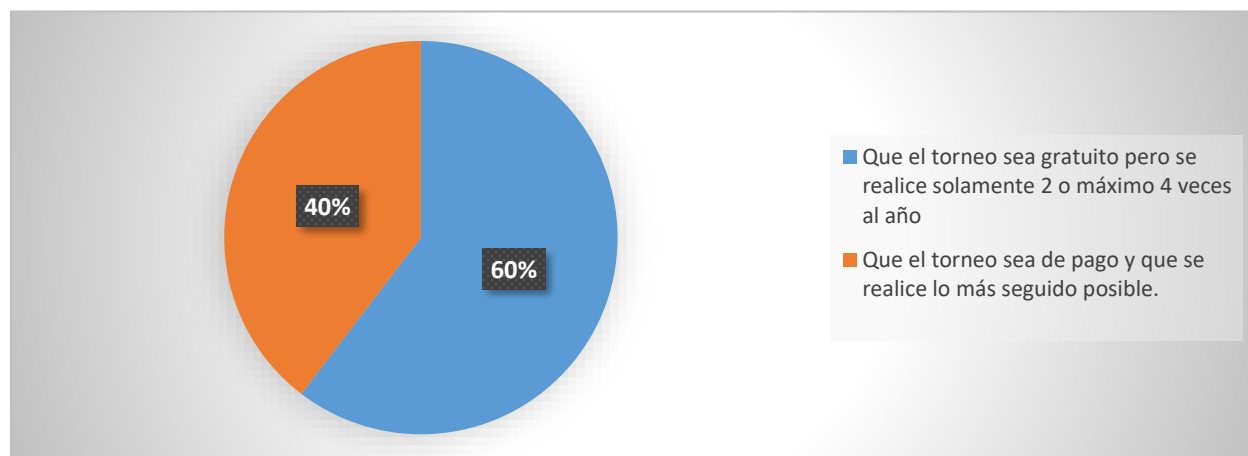
Nota: la figura muestra el porcentaje de personas que aspiran a llega a ser jugadores profesionales

Tabla 14*Tipos de torneos.*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Que el torneo sea gratuito, pero se realice solamente 2 o máximo 4 veces al año	118	61%
Que el torneo sea de pago y que se realice lo más seguido posible.	77	40%

Nota: la tabla muestra el tipo de torneos en que las personas les gustaría hacer parte
Fuente: autores del proyecto.

En referencia al tipo de torneos en los cuales la comunidad gaming de Ocaña le gustaría participar, los resultados muestran que el 61% correspondiente a una frecuencia de 118 encuestados, prefieren que los torneos sean gratuitos y no más de 2 o 4 veces al año. Un 40% que corresponde a una frecuencia de 77, afirman que participarían en torneos pagos y con mayor frecuencia. En este contexto una estrategia de negocio iría dirigida a realizar torneos tanto gratuitos como torneos pagos, cuya finalidad sería potenciar el nivel de ingreso de jugadores al centro.

Figura 14*clases de torneos*

Nota: la figura muestra las clases de torneos, que las personas están dispuestas a participar.

Tabla 15*Inscripciones para torneos.*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Que el torneo (online o presencial) tenga un sistema de clasificación anticipado y un número limitado de cupos.	121	62%
Que cualquier persona se pueda inscribir sin necesidad de clasificarse previamente.	74	38%

Nota: la tabla muestra el porcentaje de inscripciones en los diferentes torneos.

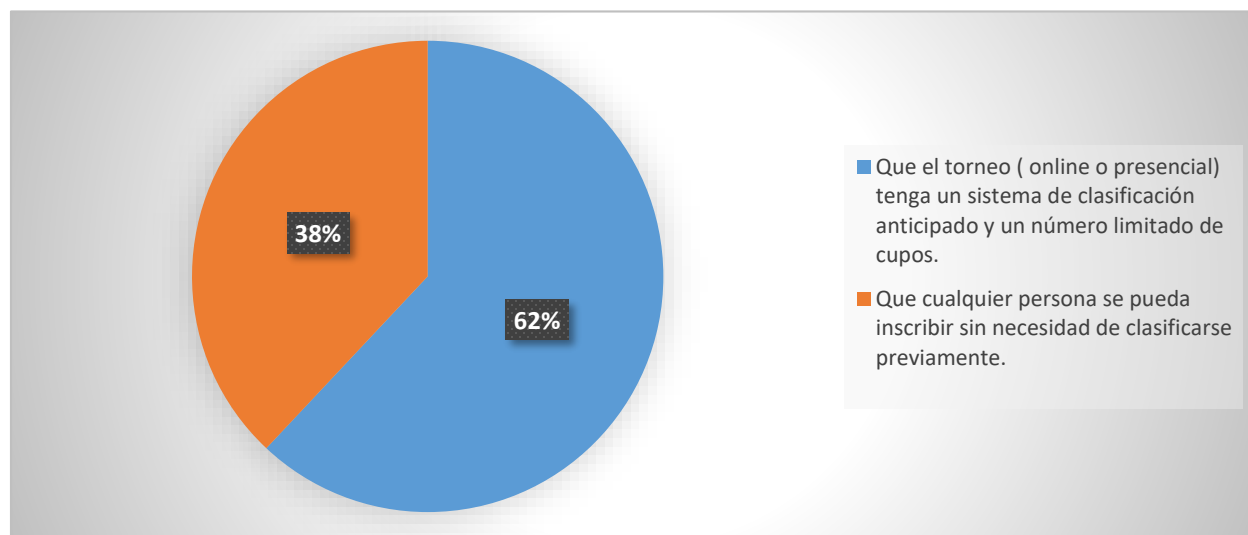
Fuente: autores del proyecto.

Teniendo en cuenta la pregunta anterior para las inscripciones en torneos, se observa que el 62% de la población (frecuencia de 121) aspiran que los torneos ya sean “online o presencial” puedan tener un sistema de clasificación anticipado y con número de cupos limitado, de este modo se lograría tener una mejor experiencia. El 38% de la población con una frecuencia de 74

encuestados, desean que cualquier persona pueda inscribirse sin tener que clasificarse previamente.

Figura 15

Inscripciones



Nota: la figura muestra el porcentaje de los tipos de inscripciones que las personas están dispuestas a pagar.

Tabla 16

Cuanto pagarías por el servicio mensualmente.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Entre 15,000 a 25,000	140	72%
Entre 25,000 a 30,000	47	24%
Entre 35,000 a 40,000	4	2%
Más de 40,000	4	2%

Nota: la tabla muestra el rango, del pago del servicio para pertenecer al centro en deportes eléctricos.

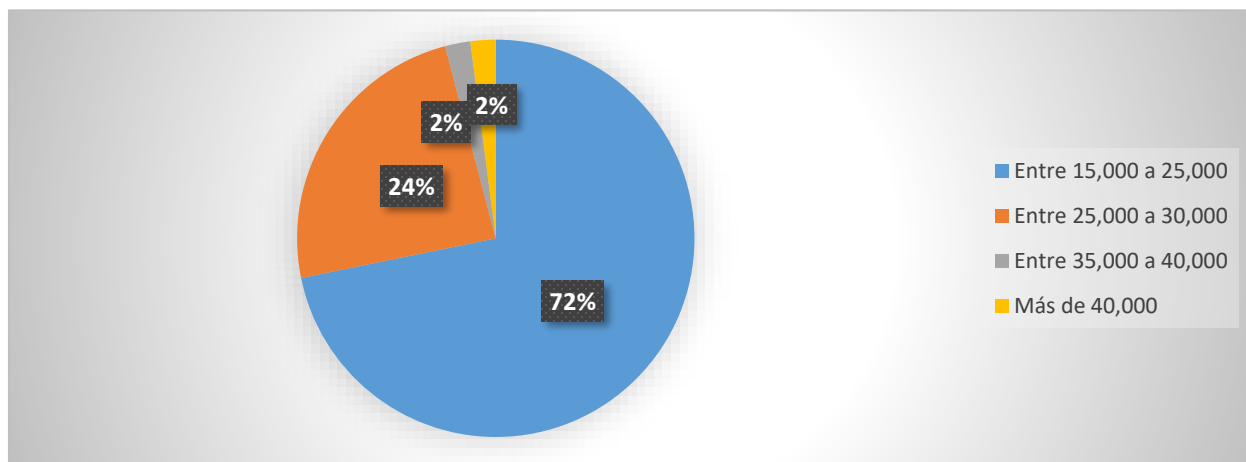
Fuente: autores del proyecto.

La población gaming en Ocaña, a través de las encuestas expresa que está dispuesta a pagar por un servicio mensual entre 15,000 a 25,000 (72% con una frecuencia de 140) a favor de pagar un monto de 25,000 a 30,000 (25% y una frecuencia de 47 personas encuestadas) y quienes estuvieron de acuerdo con los precios entre 35,000 a 40,000 y más de 40,000 (2%,)

De acuerdo a lo anterior se propone que, para balancear las cuotas mensuales, se pueden incluir estrategias que consistan en pagar por paquetes que contengan ciertos beneficios para el jugador y las personas que quieran entrenarse profesionalmente.

Figura 16

Disposición de pago



Nota: la figura muestra el porcentaje de la disposición de pago de las personas

Tabla 17

Con que frecuencias entrenarías, en el centro de esport

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Diario.	22	10
Semanalmente.	112	56
Una vez al mes.	32	16
Dos veces al mes	12	5
Más de 3 veces al mes	16	13

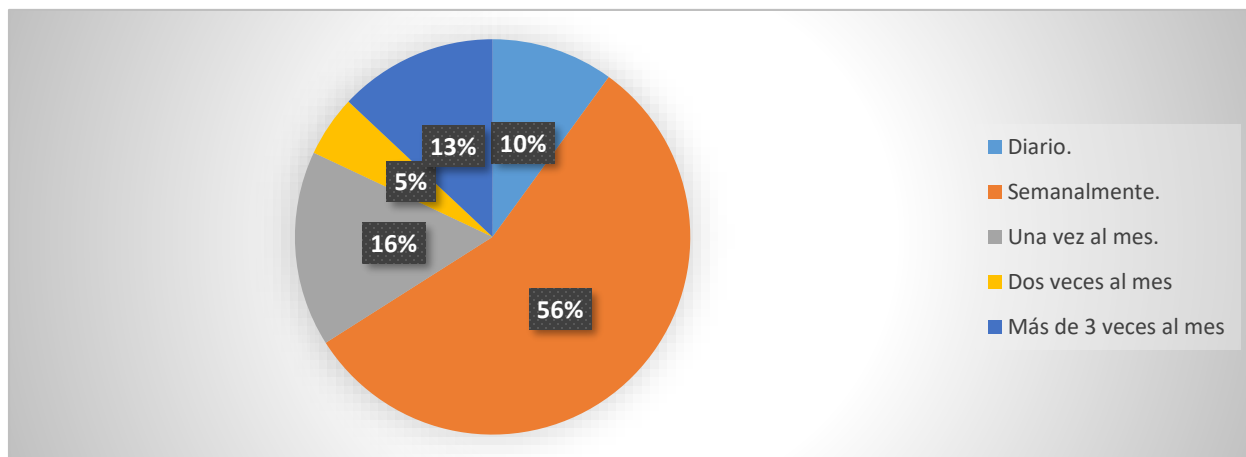
Nota: la tabla muestra la frecuencia de las personas que entrenarían en el centro.

Fuente: Autores del proyecto

La frecuencia de mayor aceptación por la población gaming de Ocaña para entrenar, en el centro enfocado a los eSport, fue semanalmente con un porcentaje del 56%. Las demás opciones una vez al mes con un 16%, entrenar más de 3 veces al mes con un 13% y entrenar diariamente un 10%, muchos jugadores priorizan sus labores y responsabilidades. La opción menos votada obtuvo un 5%, solamente entrenarían dos veces al mes. De acuerdo a lo anterior la estrategia que puede ser aplicada es crear horarios específicos y flexibles para los jugadores que quieran entrenar y tener un poco más de conocimiento.

Figura 17

Frecuencia de asistencia al centro de entrenamiento en deporte electrónico



Nota: la figura muestra el porcentaje de las personas que entrenarían en el centro

4.1.1 Análisis de la demanda

Con respecto a los resultados obtenidos en las encuestas, podemos deducir que la demanda que tendrá el centro de entrenamiento para deportes electrónicos en la ciudad de Ocaña Norte de Santander, está representada por un 41% que representa la cantidad de personas que prefieren computadores gaming que consolas de video juegos.

Total, demanda= Total población entre 14 a 36 años * demanda potencial total del servicio

Total, demanda = 44,369*41%

Total, demanda=18,191

4.1.2 Producto BRIEF

¿Qué es mi producto? Es un centro de entrenamiento enfocado en los video juegos, como deporte en la ciudad de Ocaña, dirigido a todas las personas que quieran mejorar su habilidad competitiva en este campo deportivo. Cuenta con servicios y espacios especiales enfocados a entrenamiento y también con equipos de alta tecnología para quienes deseen acceder por diversión.

¿Qué lo caracteriza? Ofrecer video juegos enfocados a personas que quieren entrenarse en estas nuevas disciplinas, contando con equipos y áreas privadas aptas para entrenar a los usuarios, sumado a esto, los equipos de alta tecnología y las consolas de video juegos que tendrá el centro, ofrece una ventaja significativa comparativamente a las salas de video juegos que están ubicadas en diferentes puntos de la ciudad.

¿Qué hace mi producto por los clientes? Permite entrenar a los usuarios en esta disciplina llevando su habilidades y destrezas a otro nivel, mediante programas, video juegos y eventos mensuales que permitan medir los niveles de los diferentes deportistas, así mismo permite a los jugadores casuales y deportistas utilizar ordenadores a precios razonables.

¿A quién va dirigido? Está dirigido a personas a partir de los 14 años (teniendo en cuenta reglamentos para esta edad) a 36 años de edad, que quieran entrenarse, o simplemente quieran divertirse o disfrutar un tiempo de recreación o de ocio, con equipos de alta calidad y con conexión a internet de alta velocidad.

¿Qué les vamos a decir? Las ventajas de desarrollar la práctica de los deportes electrónicos en equipos diseñados exclusivamente para ese fin y la importancia de tener implementos adecuados a la hora de jugar. Del mismo modo, cómo tener sesiones y planes de entrenamiento que pueden potenciar su nivel de juego de manera considerable.

¿Cuál es la competencia?

Directa

Salas de video juegos en la ciudad.

Indirecta

Café internet

¿Cuál es el posicionamiento actual de la marca?

Actual

No existe

Deseada

Ser reconocidos como el primer centro de entrenamiento gamer de la ciudad.

4.1.3 Descripción de servicio.

La empresa enfocada al entrenamiento en deportes electrónicos, estará encaminada en ofrecer un servicio de entrenamiento en video juegos a usuarios ocasionales y personas que quieran entrenarse de manera profesional en esta disciplina, el servicio contará con equipos de alta gama y consolas de videojuegos de última generación. Se desarrollarán competencias y eventos semanales o mensuales que ayuden a los jugadores a demostrar sus habilidades competitivas dirigidas por los entrenadores. Se contará con un excelente servicio de atención para compartir con amigos y socializar.

4.1.4 características de la empresa

El centro de entrenamiento para deportes electrónicos se crea con el fin de satisfacer las necesidades de los jugadores en deportes electrónicos de la ciudad de Ocaña, con la finalidad de ofrecer un espacio en el que tanto jugadores como espectadores deseen pasar un rato de entretenimiento o entrenarse profesionalmente.

El slogan y logo de la empresa es parte de su caracterización.

Figura 18

Logotipo y slogan

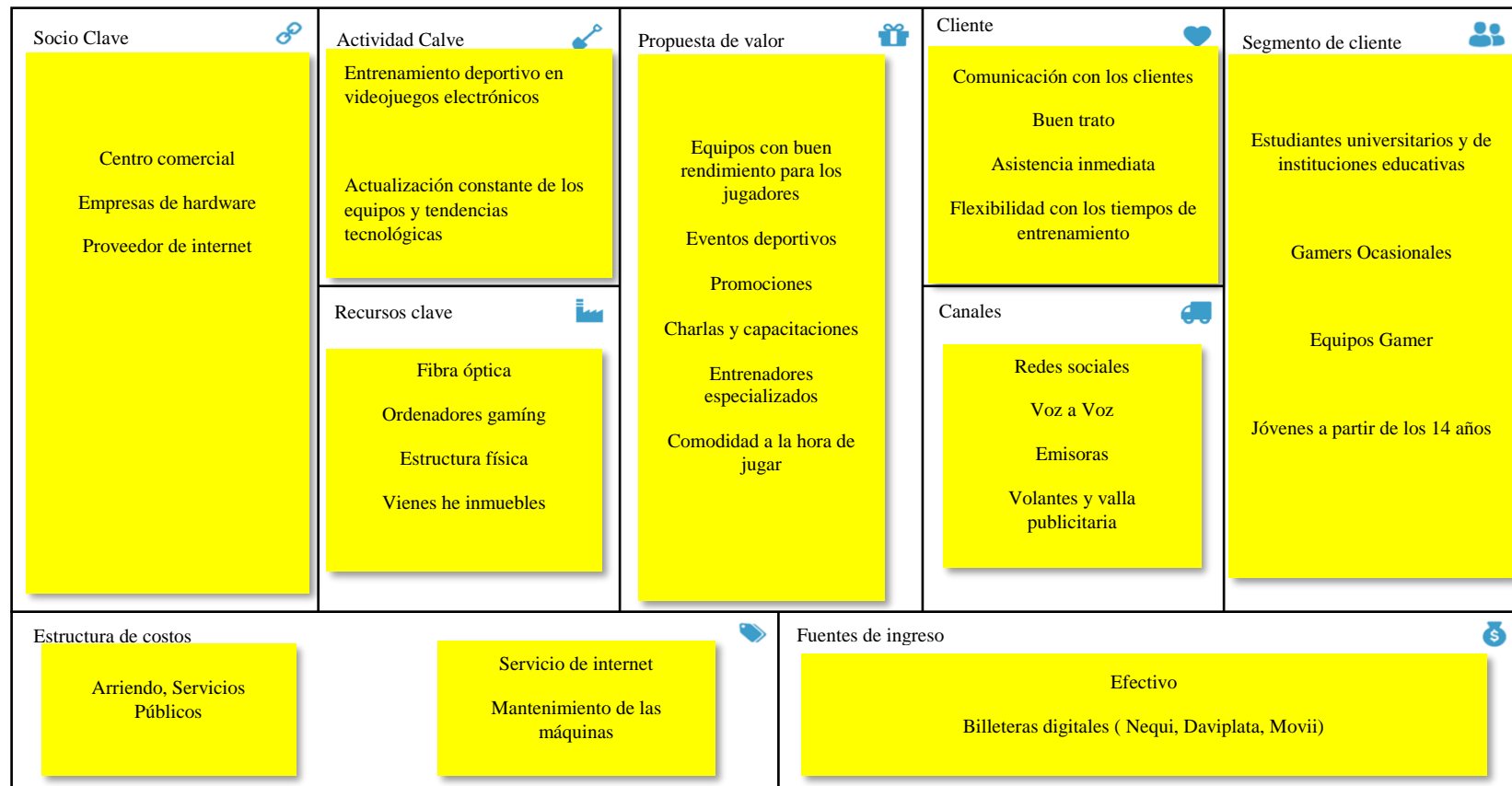


Nota: la figura muestra el logo de la empresa y su slogan

4.1.5 Modelo canvas.

Figura 19

modelo canva para el centro de entrenamiento en deportes electrónicos



Nota: la figura nos muestra el modelo canvas de la empresa autores del proyecto

Fuente: autores del proyecto.

4.1.6 4p del marketing

4.1.6.1 Precio

Objetivo

Establecer precios que le permitan, a la empresa alcanzar un punto de equilibrio lo más rápido posible siendo competitivos y asequibles para los clientes.

Estrategias

Aunque la marca es nueva en el mercado, no hay competidores directos en este sector en la ciudad de Ocaña, por lo que la estrategia a manejar son precios asequibles al cliente, y adicionalmente se tendrán servicios que incluyen membrecías atractivas para las personas que quieran hacer parte de PIXEL ESPORT, esta se iniciará con un valor promedio para que las personas conozcan los precios y servicios que se ofrecerán.

Plan de acción

Para establecer los precios dentro de la empresa se toma como referencia, algunos negocios similares como por ejemplo servicios de café internet, y servicios por horas de alquiler de consolas de video juegos. Lo anterior proporcionará una referencia de los precios que se tendrán que manejar dentro de la compañía.

Tabla 18

Precio por horas de café internet y alquiler de consolas

HORAS	ITEM	PRECIO
	CAFÉ INTERNET	
1 HORA		1,000.00
2 HORAS		2,000.00
3 HORAS		3,000.00
	ALQUILER DE CONSOLAS PLAY STATION	
1 HORA		2,000.00
	XBOX	
1 HORA		\$2,000.00

Nota: la tabla muestra los precios que ofrecen los diferentes centros en Ocaña

Fuente: autores del proyecto

Con base en la tabla de precios que se maneja actualmente en la ciudad de Ocaña, Se definen los precios para PIXEL ESPORTS de la siguiente manera.

Tabla 19*Tarifas de PIXEL ESPORT*

HORAS	ITEM	PRECIO
	ORDENADOR GAMING	
1 HORA		\$ 2,000
2 HORAS		\$ 2,900
3 HORAS		\$ 3,700
	PLAY STATION	
1 HORA		\$ 2,500
	XBOX	
1 HORA		\$2,500

Nota: la tabla muestra los precios por horas de los diferentes equipos

Fuente: autores del proyecto

4.1.6.2 Promoción

Objetivo

Crear un método que permita la promoción, publicidad y relaciones con otras empresas por medio de estrategias propuestas por la misma compañía.

Estrategias

Para que los servicios ofrecidos en PIXEL ESPORTS aumenten el reconocimiento de la empresa se tendrán en cuenta las siguientes estrategias.

Membresía para tiempos más económicos.

Tiempo de juego gratis.

Días con promociones especiales.

Promociones durante eventos.

Plan de acción

Membresías para tiempos más económicos

Se manejará el sistema de recargas de perfiles, en donde los clientes puedan acreditar sus cuentas sin necesidad de utilizar todo el crédito el mismo día. Esta acción estará dirigida para aquellos clientes que den uso constante de los servicios del centro, de tal modo que por el mayor uso de horas compradas el precio será menos, una estrategia que será permanente

Tiempo de juego gratis

Esta estrategia está enfocada a la fidelización de los clientes, ya que se le brindará tiempo extra por un determinado tiempo de horas, de esta misma manera el tiempo extra que no usen los clientes serán acumulativos por determinados días, por ejemplo, por cada 3 horas recibirá 35 minutos de tiempo, si el cliente no los desea utilizar serán acreditados para una próxima vez que

vaya al centro, pero este tiempo tiene un tiempo estipulado para ser redimido de 5 días, si el cliente no los usa, este tiempo ya no lo podrá canjear.

Días con promociones especiales

Para llevar a cabo esta estrategia, se tendrán en cuenta eventos importantes, como por ejemplo torneos que la compañía decida realizar o torneos internacionales transmitidos en la misma compañía, en estas fechas los precios pueden disminuir, o adicional el cliente tendrá algunos beneficios como dos por uno, paquetes gratis adicionados al que ya adquirió o también puede ser del estilo de juega toda la tarde por un valor determinado

Promociones durante eventos.

Durante los torneos oficiales realizados por PIXEL ESPORTS, habrá promociones en tecnología ofrecida por la compañía y premios para los clientes que decidan concursar generando un ambiente atractivo, permitiendo que las personas tengan buenas expectativas de la compañía.

4.1.6.3 Publicidad

Posicionar la marca PIXEL ESPORTS en el mercado de los videojuegos de la ciudad de Ocaña, siendo la preferida por los jugadores que buscan entretenimiento y entrenamiento con el fin de lograr participar en competencias deportivas.

Estrategia

Por ser una marca nueva dirigida fundamentalmente a un público joven, que visita las redes sociales, se realizará publicidad tanto en el punto de venta, como en las plataformas tiktok, Instagram y Facebook. La prestación de un servicio de calidad junto con los equipos de alta tecnología será la voz a voz esencial de la estrategia publicitaria.

Plan de acción**Internet****Objetivo**

Utilizar de manera eficiente las diferentes redes sociales de mayor aceptación por el público joven al que va dirigida la propuesta de negocio, con el fin de obtener respuestas rápidas en la inscripción al centro de entrenamiento de los sport en la ciudad de Ocaña.

Público objetivo

En primera instancia el público objetivo oscila entre 14 a 36 años de edad, sin embargo, no se descarta otro margen de edad que pueda vincularse.

Soporte

Se utilizarán las páginas oficiales de la marca como fanpage en Facebook e Instagram.

Espacios

En las páginas oficiales de la marca se colgará información sobre nuevos eventos que se realizarán en PIXEL ESPORTS para que los usuarios estén actualizados permanentemente y de forma rápida.

De la misma manera se creará una página web con toda la información relacionada a PIXEL ESPORTS con el propósito de dar a conocer la descripción de todos los servicios y productos que se ofrecen en el centro, del mismo modo se tendrá siempre actualizada la página en temas como eventos, precios y nuevos servicios.

Publicidad en punto de venta

Público objetivo

Personas que transiten cerca del centro PIXEL ESPORTS.

Objetivo

Ofrecer una imagen llamativa del centro en lo relacionado a fachada, letrero, luz, espacio, equipos, con el fin de atraer la curiosidad de los transeúntes y de este modo incentivar su vinculación al centro de entrenamiento.

Apoyo

Como apoyo se tendrán en cuenta pancartas, afiches, folletos y banner

Espacios

Los espacios que se utilizarán será la fachada de la empresa, recepción y la entrada

Precios

Se tendrán en cuenta los precios de la publicidad mencionados anteriormente.

Tabla 20*Precios publicidad punto de venta.*

ITEM	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	TOTAL
Pancartas	2	\$ 100,000	\$ 200,000
Afiches	30	\$ 5,000	\$ 150,000
Folletos	50	\$ 500	\$ 25,000
Banner	2	\$ 95,000	\$ 190,000

Nota: la tabla muestra los precios de la publicidad del centro de entrenamiento.

Fuente: autores del proyecto

4.1.6.4 Plaza

Objetivo

Llevar el registro de los diferentes clientes que acceden a los servicios de PIXEL ESPORTS con el fin de promover la fidelización dando respuesta a sus expectativas, ofreciendo servicios con calidad y oportunidad.

Estrategia

Se contará con la exclusividad de la marca para ofrecer los servicios, la distribución será de tipo directo, no habrá intermediarios entre la empresa y el cliente.

Plan de acción

Para la consolidación del plan de acción es indispensable construir una base de datos con la información pertinente de cada cliente. Para poder ejecutar este plan de acción se tendrán en cuenta ciertos aspectos como:

Registro de todos los jugadores con: nombre, número de celular, dirección de residencia, edad, género, email, juegos preferidos.

La base de datos, será una herramienta importante para el negocio ya que permitirá conocer de cada jugador, gustos y preferencias, lo cual facilitará la interacción, comunicación directa y/o el envío oportuno de información actualizada, al mismo tiempo se podrá visualizar la entrada de nuevos clientes, deserciones, cambio de lugares de residencia. En síntesis, será un excelente recurso para la toma de decisiones.

4.2 Estudio técnico

El estudio técnico comprende la definición del aspecto técnico del negocio, los cuales van desde la localización de la misma, su capacidad hasta el requerimiento de la inversión requerida para el funcionamiento de la empresa.

4.2.1 Localización

4.2.1.1 Macro localización

Como se dijo anteriormente el centro de entrenamiento para deportes electrónicos estará ubicado en la ciudad de Ocaña situada en el departamento de Norte de Santander, este municipio se encuentra en la zona nordeste del país, con más de 120 mil habitantes para el año 2022 es el segundo municipio más poblado después de Cúcuta, su extensión total es de 460 km², representando el 2,2% del departamento. Su altitud máxima es de 1.202 m s. n. m.

Figura 20*Macro localización Ocaña Norte de Santander*

Nota: Ubicación de Ocaña en Norte de Santander alcaldía de Ocaña Norte de Santander

4.2.1.2 Micro localización

Teniendo como base los resultados de la investigación de mercado, el centro de entrenamiento para deportes electrónicos estará ubicado en el barrio San Agustín, un sector que cuenta con gran afluencia de personas que se interesan por la tecnología, ya que en él están ubicadas tiendas de venta de computadores y componentes. Factor que muy probablemente favorezca el posicionamiento de la marca en un lapso de tiempo corto.

4.2.2 Tamaño del proyecto

Una vez conocido el estudio de factibilidad del negocio en deportes electrónicos en la ciudad de Ocaña N.S. Se proyecta que la empresa logre atender durante el primer año un estimado de 17,303 personas entre jugadores aficionados y deportistas. Para la puesta en marcha de este proyecto se contará con 6 colaboradores. Adicionalmente se estima que, a partir de la viabilidad del proyecto, éste se expanda a nivel regional. El centro contará con un área de trabajo de una planta de aproximadamente 50 m² para el montaje requerido por PIXEL ESPORTS. Esta área contará con buena luminosidad natural y artificial, los espacios de entrenamiento serán adecuadamente distribuidos y apropiados para no generar molestias entre los deportistas a la hora de entrenar, aspectos importantes que permitirán ofrecer una buena experiencia en el centro.

4.2.3 Distribución en planta

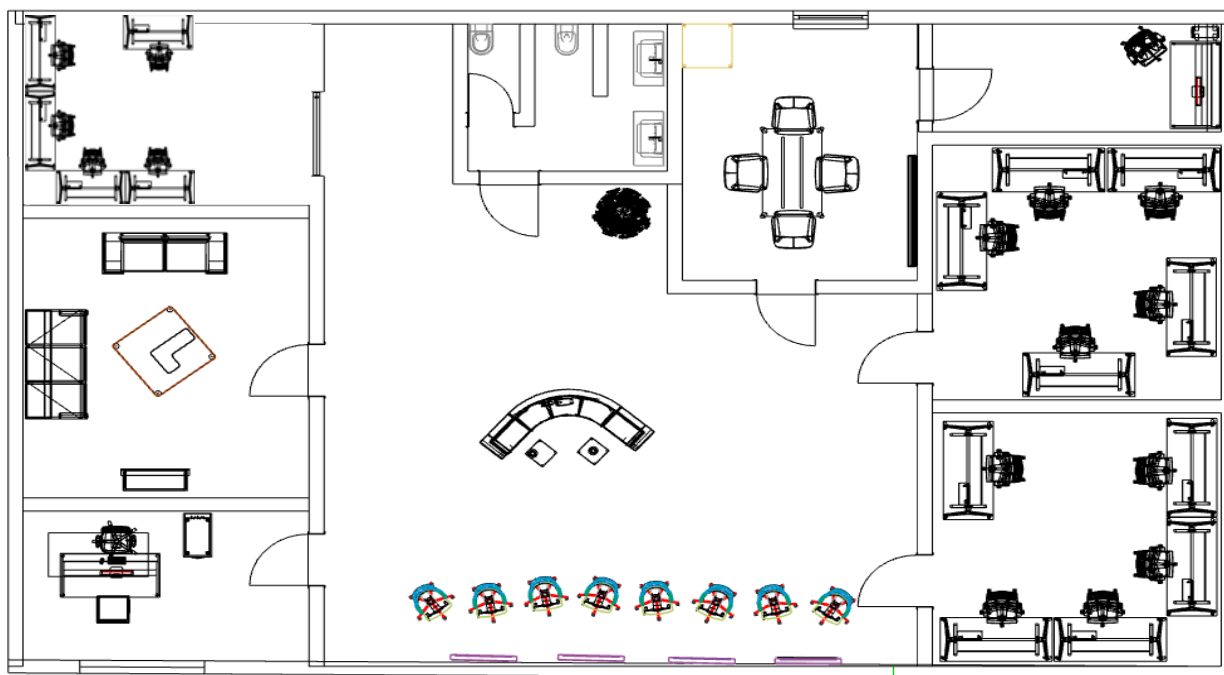
El centro de entrenamiento para deportes electrónicos estará distribuido de la siguiente manera:

Dos salas de entrenamiento para los deportistas y un salón donde se encontrarán ubicadas las consolas de video juegos, este salón en fecha de eventos estará acondicionado para cumplir, con los estándares que se requieran para los eventos que se planean dentro de PIXEL ESPORTS,

también el centro contará con una sala de espera para las personas, baños, sala de junta y una sala de mantenimiento.

Figura 21

Distribución del centro de entrenamiento



Nota: la figura muestra cómo va a quedar la distribución de los equipos
Fuente: Autores del proyecto

Tabla 21

Equipos de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
Mesa de juntas	1	\$ 1,500.000	\$ 1,500.000
Escritorio	1	\$ 184.900	\$ 184.900
Computador	2	\$ 1.099,000	\$ 2,198.000
Kit Cámaras de seguridad	1	\$ 735.000	\$ 735.000
Impresora	1	\$ 819.999	\$ 819.999
Archivador	1	\$ 511.872	\$ 511.872
Silla de oficina	2	\$ 257,900	\$ 515,800
Total		\$ 5,108.671	\$ 6,465.571

Nota: La tabla muestra los equipos de oficina que se van a usar dentro del negocio

Fuente: Autores del proyecto

4.2.4 Requerimiento físico o de la inversión.

Para el correcto funcionamiento del centro de entrenamiento es necesario adquirir los siguientes muebles y equipos:

Tabla 22*Equipos*

CONCEPTO	CANTIDAD
Computadores gaming	15
Consolas de video juegos	5
Escritorios	10
Televisores	12
Sillas gaming	10
Muebles y encerados	1

Nota: la tabla muestra la cantidad de activos que necesita la empresa para su funcionamiento
Fuente: Autores del proyecto.

4.2.5 Requerimiento del recurso humano

Para iniciar el funcionamiento del centro de entrenamiento en deportes electrónicos se contará con un total de 6 personas que estarán confirmados así: 2 personas con contrato fijo y una asignación mensual de un salario mínimo, prestaciones más auxilio de transporte de \$1,540,505.33 para el año 2023 y 4 personas con contrato de prestación de servicios.

4.3 Estudio administrativo y legal

4.3.1 ¿Quiénes somos?

PIXEL ESPORTS es un centro enfocado en los videojuegos de forma competitiva y recreativa, donde los gamers “jugadores” cuentan con equipos y consolas de última generación y excelentes espacios para sus entrenamientos.

Ofrece la oportunidad a los jugadores de convertirse en profesionales competitivos y también diversión por un tiempo determinado. En eSports Center podrán aumentar sus habilidades como gamers “jugadores”, en un ambiente óptimo para la preparación a competencias de alto nivel.

El centro de eSports cuenta con lo que todo jugador necesita y busca para entretenerse y mejorar sus capacidades: excelentes ordenadores y consolas, conexión de internet fibra óptica estable y veloz y periféricos profesionales.

“PIXEL ESPORTS es el centro de juegos electrónicos si deseas tener una experiencia como jugador profesional e increíbles momentos, el mejor lugar para ti.”

4.3.2 Misión

Somos un Centro de entrenamiento de eSports que trabaja por brindar espacios de esparcimiento y entrenamiento a la comunidad gamers de la Ciudad de Ocaña y sus pueblos circunvecinos, a través de procesos de educación y recreación en un escenario óptimo que fomenta el respeto, la disciplina, la tolerancia y la integración.

4.3.3 Visión

En el 2027 el centro “PIXEL ESPORTS se consolidará como la mejor opción entre los centros de entrenamiento y entretenimiento de eSports de la comunidad gamers de la ciudad de Ocaña y la región, ofreciendo a todos los usuarios un excelente servicio en calidad, tiempo, comodidad y precio.

4.3.4 Valores corporativos.

Serán valores a fomentar en el ejercicio de la actividad deportiva o de entretenimiento los siguientes:

- **Respeto:** Que todas las personas tienen la misma dignidad y deben ser tratadas como tales. Respetar al jugador más talentoso y al más débil, a cada asistente al centro, al equipo de trabajo, proveedores y el medio ambiente.
- **Disciplina:** Para los gamers que se involucren en el entrenamiento se fomentará el respeto a los horarios y pautas de juego estipuladas. El cumplimiento de horarios de apertura y cierre, así como a los reglamentos establecidos.
- **Tolerancia:** Se apoyará el aprendizaje de estrategias para afrontar situaciones de frustración y de relación con los compañeros de juego.
- **Integración:** Se fomentará la socialización, posibilitando la **integración** social de personas en riesgo de exclusión social.

4.3.5 Colores corporativos y logo de la empresa

El logotipo y eslogan de la empresa es un distintivo que cuenta con el nombre de PIXEL ESPORTS, haciendo referencia al arte de píxel dado que su origen data principalmente de los videojuegos desde los años 70, haciendo énfasis a los clásicos juegos de arcade como los Space Invaders (1978) o Pac-Man (1980) y de las consolas de 8 bits las cuales fueron de la Sega Master System (1985) y Nintendo Entertainment System (1983), también se hace tiene en cuenta la película de pixeles lanzada en el año (2015) la cual mostraba la forma como se iniciaban las competencias dentro de los videojuegos. En la parte inferior aparece la palabra ESPORTS haciendo referencia a la competitividad dentro de los videojuegos que cada año han evolucionado de pixeles de 8-bit a tener fotograma por

segundo “FPS” con mayor calidad de imagen y mejor experiencia de juego. Los colores corporativos son un degradado de azul, rojo, amarillo, naranja, verde y negro en concordancia con los juegos actuales de mayor preferencia entre ellos el LOL.

La frase Vive la experiencia en tus manos se refiere a las habilidades motrices que se desarrollan a través de los videojuegos y que permiten que un aficionado pueda llegar a ser un gamers competitivo.



4.3.6 Política de calidad

La política de calidad de PIXEL ESPORTS es brindar a la población gaming excelentes servicios de entrenamiento y entretenimiento en los eSports “deportes electrónicos” de manera integral, con personal altamente capacitado y con los mejores equipos tecnológicos del mercado, para garantizarle a los clientes la satisfacción de obtener un completo conocimiento en el mundo de los eSports, optimizando sus habilidades deportivas y al mismo tiempo proyectando el nivel competitivo a nivel regional y nacional.

4.3.6.1 Política y objetivos de calidad

Las siguientes políticas a realizar son propuesta para la empresa PIXEL esports, con el fin de tener en cuenta al momento de la apertura del centro de experiencia en San Agustín.

Política de calidad

El personal que sea seleccionado al cargo a ocupar deberá pasar por un proceso de selección, para así mejorar la seguridad, la responsabilidad social y el liderazgo para obtener seguridad en el éxito continuo de la empresa, teniendo conciencia en la importancia de cuidar los dispositivos tecnológicos de la empresa, también impulsar actividades de innovación y desarrollo para la satisfacción de nuestros clientes, todos nuestros empleados deberán portar su respectivo carnet y uniforme, también tendrá derecho a su salario conforme a la ley y cumplir con sus obligaciones conforme al manual de funciones y reglamentó de trabajo.

Objetivos de calidad**Objetivo de crecimiento.**

La consolidación al mercado actual, donde la empresa en los próximos 5 años aumentara su cobertura anualmente, en cuanto a la prestación de sus servicios.

Objetivos de rentabilidad.

La empresa PIXEL esports deberá incrementar sus ingresos que sean obtenidos mediante el aumento de sus servicios, para ello se promoverán estrategias las cuales se buscara la ampliación a nuevos sectores y de otras poblaciones para aumentar sus ingresos.

Desarrollo tecnológico.

La empresa PIXEL esports impulsara la consecución de la actualización constante de los equipos tecnológicos utilizados en sus servicios.

Desarrollo humano.

Se promoverán capacitaciones constantes a nuestros colaboradores en busca de fortalecer el sentido de pertenencia con la empresa, junto con las expectativas de crecimiento organizacional, así como en temas de servicio y mejoramiento continuo, además de la realización de integraciones de manera formal e informal.

Conocimiento del mercado.

Conocer el mercado, la competencia y los servicios, ya que esta es una tarea fundamental para el centro PIXEL esports, para esto, se establecerá un sistema donde este permita tener un seguimiento sistemático al mercado y a la competencia.

Calidad.

La calidad será un compromiso y obligación permanente en PIXEL esports con los clientes tanto internos como externos y comunidad gaming en general.

4.3.6.2 Reglamento interno de trabajo para el centro PIXEL esports, ubicado en San Agustín

CAPÍTULO I.

ARTICULO 1. El presente reglamento interno de trabajo prescrito por PIXEL esports, queda sujeto a disposición tanto para la empresa como a sus colaboradores.

CAPÍTULO II.

Artículo 2. Pueden presentarse en PIXEL ESPORTS de Ocaña norte de Santander, aquellas personas que tengan experiencia relacionada con el cargo a desempeñar.

Artículo 3. PIXEL ESPORTS de Ocaña norte de Santander, podrá poner a prueba al aspirante en un periodo de prueba que no exceda los 7 días.

CAPÍTULO III

HORARIO DE TRABAJO

Artículo 4. La hora de entrada y salida de los colaboradores son las que a continuación se presentan, así:

Primera jornada de trabajo: 8:00 a.m. a 12:00 p.m.

Segunda jornada de trabajo: 2:00 p.m. a 8:00 p.m.

Parágrafo 1. Los días laborales son de lunes a sábado.

Parágrafo 2. El horario de trabajo podrá ser modificado de acuerdo a las necesidades, no excediendo la jornada máxima legal.

CAPÍTULO IV.

JORNADA DIURNA Y JORNADA DE TRABAJO SUPLEMENTARIO.

Artículo 5. La jornada diurna está comprendida entre las 8:00 a.m. y las 8:00 p.m.

Artículo 6. Trabajo suplementario o de horas extras es el que excede de la jornada

ordinaria.

Artículo 7. El trabajo suplementario o de horas extras, se pagará por la empresa en su caso

diurno con un recargo de veinticinco (25) por ciento sobre el valor del trabajo

ordinario diurno.

Artículo 8. El pago del trabajo suplementario o de horas extras, se efectuará junto con el salario del período siguiente.

Artículo 9. PIXEL ESPORTS de Ocaña norte de Santander, reconocerá trabajo suplementario o de horas extras, cuando expresamente lo exija a sus trabajadores el propietario.

CAPITULO V.

DÍAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS.

Artículo 10. Serán de descanso obligatorio remunerado los domingos y días de fiesta que

sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todo colaborador tendrá derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fechas importantes de Colombia y fiesta de carácter civil o religioso: 1 de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1 de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1 de noviembre, 11 de noviembre, 8 y 25 de diciembre; además de los días jueves y viernes santo, Ascensión del Señor, Corpus Cristhi y Sagrado Corazón de Jesús.

2. Las prestaciones y derechos que para el colaborador originen el trabajo en los días festivos, se considerará en relación al día de descanso remunerado establecido.

CAPÍTULO VI.

VACACIONES REMUNERADAS

Artículo 11. Los colaboradores que hayan prestado sus servicios durante un año en PIXEL ESPORTS de Ocaña norte de Santander, tienen derecho a 7 días hábiles de vacaciones remuneradas.

Artículo 12. El tiempo de vacaciones debe ser señalada por PIXEL ESPORTS de Ocaña norte de Santander, a más tardar dentro del año subsecuente y ellas deben ser concedidas extraoficialmente o a petición del colaborador, sin dañar el servicio y la validez del descanso.

El jefe inmediato tiene que dar a conocer al colaborador con quince días de anticipación, la fecha en que le concederán sus vacaciones.

Artículo 13. Si en llegado caso se presenta una suspensión justificada en el disfrute de las vacaciones, el colaborador no perderá el derecho a continuarlas.

Artículo 14. Se podrá indemnizar las vacaciones en dinero, previa autorización del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, por los días que éste acceda.

CAPÍTULO VII

PERMISOS

Artículo 15. Los colaboradores tienen derecho a obtener inmunidad de permisos cuya duración sea fijada por el gerente o subgerente.

CAPITULO VIII

SERVICIOS MÉDICOS, RIESGOS PROFESIONALES Y PRIMEROS AUXILIOS.

Artículo 16. Es obligación PIXEL ESPORTS de Ocaña norte de Santander, velar por la salud, seguridad e higiene de los colaboradores. También es su obligación garantizar los recursos necesarios para la implementación y ejecución de actividades constantes en medicina preventiva y del trabajo, en higiene y seguridad.

Artículo 17. Los servicios médicos que soliciten los colaboradores serán suministrados por el Instituto de Seguridad Social o EPS, ARL, a través de la IPS a la cual estén afiliados. En caso de no tener una afiliación, este estará a cargo del gerente o subgerente sin daño a las acciones legales pertinentes.

Artículo 18. En caso de tener un accidente de trabajo, el subgerente dará la orden inmediata de la asistencia de primeros auxilios al colaborador accidentado, la remisión al médico y tomará todas las medidas necesarias y suficientes para disminuir al mínimo las consecuencias del accidente presentado.

Artículo 19. En caso de accidente no laboral, aún el más leve o pequeño, el colaborador lo manifestará inmediatamente al subgerente, para que obtenga la ayuda médica y tratamiento

conveniente según las disposiciones legales actuales, se mostraran las consecuencias del accidente y la fecha en que iniciara su incapacidad.

CAPITULO IX

PRESCRIPCIONES DE ORDEN

Artículo 20. Los colaboradores de PIXEL ESPORTS tienen como deberes los siguientes:

- a. Respeto y sujeción a los superiores.
- b. Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c. Ejecutar las tareas que le confíen, con honradez, voluntad de la mejor manera posible.
- d. Ser positivo en todo caso, recibir y aceptar órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo.
- e. cumplir detalladamente las medidas y precauciones que ordene su respectivo jefe para el correcto manejo de los equipos tecnológicos.

CAPITULO X.

OBLIGACIONES ESPECIALES PARA PIXEL ESPORTS DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER Y SUS COLABORADORES.

Artículo 21. Son obligaciones de PIXEL ESPORTS de Ocaña norte de Santander:

- a. Poner a disposición de sus colaboradores, los instrumentos adecuados para la realización de sus labores.
- b. proveer a nuestros colaboradores los elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades, donde se garantice la seguridad y la salud.
- c. aplicar de forma inmediata los primeros auxilios en caso de accidentes y enfermedades, se mantendrá lo necesario en el establecimiento para reducir los efectos según la reglamentación de las autoridades.
- d. Cancelar a nuestros colaboradores su respectivo sueldo y demás derechos en los tiempos establecidos.

Artículo 22. Son obligaciones de nuestros colaboradores:

- a. Cumplir con las órdenes e instrucciones que sean encomendadas por la empresa.

b. No comunicar a terceros, fuera de autorización expresa, información que tenga sobre su trabajo.

c. Guardar la moral y las relaciones con sus superiores.

Artículo 23. Se prohíbe a nuestros colaboradores:

a. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de sustancias ilícitas.

b. tener armas de cualquier clase en su sitio de trabajo.

c. Faltar al trabajo sin justa causa de retraso o sin permiso de su superior.

Capitulo XI

REGLAMENTO PARA EVENTOS EN PIELXEL ESPORTS

Artículo 24. Las inscripciones de estudiantes de preparatoria y universitarios deberán ser por las páginas oficiales de PIXEL ESPORTS para la disciplina que desea participar en el evento:

a. FORTNITE

b. LEAGUE OF LEGENDS

c. VALORANT

Artículo 25. En caso de ser menor de edad el menor tendrá que llevar un permiso firmado por sus padres o estar acompañado por uno de ellos.

Artículo 26. En la modalidad de competencia estará sujeta por llaves para clasificar a la gran final.

a. FORTNITE:

2 semifinales de 3 partidas donde pasaran los/las 40 mejores.

1 final con los/las 80 jugadores/as

b. LEAGUE OF LEGENDS Y VALORANT:

Eliminación directa por llaves de cada equipo.

c. FIFA

eliminación directa

ARTICULO 27. Reglamento para LEAGUE OF LEGENDS Y VALORANT:

- a. La modalidad para realizar la inscripción será de “agente libre” y por equipos predeterminados.
- b. Cada equipo estará compuesto por 5 jugadores/as con su líder y hasta 2 suplentes. Cada equipo no podrá cambiar a sus jugadores/as en medio de la competencia. Se creará una partida la cual se configurará de la siguiente manera:

- Tipo de partida: cada competidor deberá contar con un mínimo de 16 campeones.
 - Los espectadores/as: solo de la sala.
- c. El modo de jugabilidad será de eliminación simple (a mejor de 3)
- d. Se brindará a cada jugador un tiempo estipulado de 15 minutos en caso de ausencia. Si 16 minutos del tiempo pactado falta 1 jugador /a, se considerará W.O y se le dará la victoria al equipo completo que se encuentre esperando. Se procederá a tomar evidencia como captura de pantalla indicando que el tiempo pactado ha pasado.
- f. Concluido el encuentro, el equipo vencedor reportara el resultado final al organizador o plataforma, para facilitar su respectivo registro y este pueda avanzar.
- g. Durante cada partida:
- a. Quedará totalmente prohibido jugar con una cuenta diferente a la registrada por el jugador.
 - b. En caso de tener una falla de conexión del equipo antes de dar inicio, la partida será reanudada después de solucionar el problema.

- c. En caso de una desconexión durante la partida, se pausará la partida hasta su reconexión, finalizado el tiempo de pausa, el organizador podrá determinar si se suspende o se reprogramará la partida y/o el otorgamiento del W.O.
- d. Cada equipo podrá pedir un tiempo libre 3 veces, con el tiempo que el sistema del juego permita.

Artículo 28. Reglamento para FORTNITE

- a. Los jugadores/as deben cumplir con el Contrato de licencia de usuario final de Fortnite
- b. Las inscripciones se realizarán en ("CLUF de Fortnite")
- c. (<https://www.epicgames.com/fortnite/es-ES/eula>). Estas reglas se agregan, y no sustituyen, al CLUF de Fortnite.
- d. Se realizará en la modalidad de solitario con etapas clasificación y final.
- e. No hay plataforma estipulada para competición, se puede jugar en cualquier plataforma.
- f. El formato del torneo es en Solitario Arena y se jugarán 2 partidas personalizadas, las cuales serán clasificatorias por puntos en cada una.

- Sistema de puntuación:

Los puntos serán repartidos una vez los jugadores alcancen el top 20

+ 3 por cada eliminación

TOP 1 = +7 puntos

TOP 2 = +4 puntos

TOP 3 = +3 puntos

TOP 4 = +1 puntos

TOP 5 = +2 puntos

TOP 6 = +1 puntos

TOP 7 = +1 puntos

TOP 8 = +1 puntos

TOP 9 = +1 puntos

TOP 10 = +3 puntos

TOP 15 = +2 puntos

TOP 20 = +2 puntos

Sumaran los puntos de eliminación cuando los jugadores alcancen el top 20. Los que no logren llegar al top no sumaran puntos por eliminación.

Artículo 29. Se estima que cada jugador/a juegue limpiamente sin quebrantar las reglas del juego durante la partida. Se penalizará con eliminación directa el juego sucio o violar las reglas y puede se puede presentar una puesta de medidas disciplinarias.

4.3.7 Tipo de organización

PIXEL ESPORTS, se constituirá como una sociedad por acciones simplificada (SAS).

Es decir, una

sociedad de capital, de naturaleza comercial, conformada por dos personas naturales (ley 1258 de 2008). Es una sociedad de capital simplificada en la medida en que se constituye mediante documento privado. De acuerdo a la ley no será necesario constituirla mediante escritura pública en notaria, sino que es suficiente con un contrato privado, que luego se inscribe en el registro mercantil. (artículo 5 de la ley 1258 de 2008). El documento se autentica no como una escritura pública, sino como un reconocimiento de firmas ante notario.

La SAS “sociedad anónima simplificada” brinda la posibilidad a los empresarios que puedan establecer las normas requeridas para el funcionamiento eficiente de sus negocios. Otra de las ventajas que ofrece, es que el pago de los aportes puede diferirse en un plazo máximo de 2 años, sin exigir una cuota o porcentaje mínimo inicial, situación que facilita su constitución y agiliza los resultados esperados. (Dinero, 2009)

La sociedad tendrá un término de duración “indefinido”, con la posibilidad de ser disuelta en cualquier momento, llegado el caso que los accionistas así lo decidan. Tendrá como objetivo el desarrollo de las siguientes actividades:

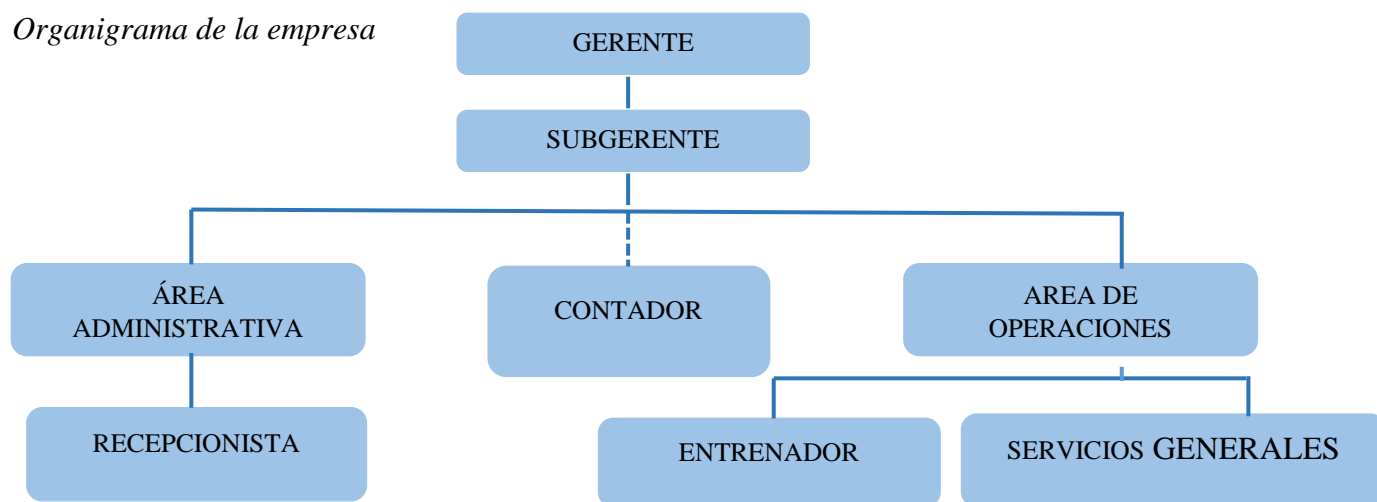
- A) Prestación del servicio de entrenamiento y /o entretenimiento de eSports en la ciudad de Ocaña N.S.
- B) Competencias y eventos deportivos de eSports, para calificación de equipos

La autoridad legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales van a estar a cargo de un GERENTE, dado que a su vez la sociedad podrá nombrar a un SUBGERENTE, el cual reemplazará al gerente el cual este llegue a ausentarse temporalmente y teniendo las mismas atribuciones que el gerente dado que este llegue a reemplazarlo.

4.3.8 Organigrama

Figura 22

Organigrama de la empresa



Nota: la siguiente figura muestra el organigrama de la empresa

Fuente: Autores del proyecto

4.3.9 Manual de funciones

Por medio del siguiente manual, se dará a conocer cada función a desempeñar dentro de la empresa PIXEL ESPORTS. Aparece en forma descriptiva cada cargo a ocupar.

Tabla 23

Funciones del gerente

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE
JEFE INMEDIATO:	Propietario
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Asignación de tareas a los funcionarios 2. Registro constante del cumplimiento efectivo de las tareas asignadas 3. Atender eventualidades que puedan surgir 4. Reunir al subgerente y comunicar objetivos comunes. 5. Tener una buena relación con los clientes, al mismo tiempo buscar nuevos 6. Realizar una excelente selección de personal competente. 7. Tener información sobre las novedades en los mercados que pueda afectar a la empresa y sus competencias 8. Crear un excelente ambiente de trabajo donde se conozcan todos y cada uno de los objetivos, metas, la misión y la visión de la empresa. 	
Requisitos	Estudios: Administrador de empresas o carrera a fin. Experiencia: mínima de un año No tener sanciones por una ley u entidad

Nota: la siguiente tabla muestra las funciones que tiene que desempeñar el gerente.

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 24*Funciones del subgerente*

MANUAL DE FUNCIONES	
NOBRE DEL CARGO:	SUBGERENTE
JEFE INMEDIATO:	propietario
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estar familiarizado con los principios financieros y de servicio al cliente. 2. Supervisar y mantener el inventario de la empresa actualizado. 3. Supervisar y motivar al personal para que rinda al máximo 4. Estar en constante comunicación con los clientes y evaluar sus necesidades 5. Investigar productos emergentes y utilizar la información para actualizar la mercancía de la empresa. 6. Dar ejemplo a nuestro personal. 	
Requisitos	<p>Estudios: Administrador de empresas o carrera a fin.</p> <p style="text-align: center;">Actitud de resolución de problemas</p> <p style="text-align: center;">Tener habilidades interpersonales y comunicativas.</p> <p style="text-align: center;">Estar familiarizado con los principios financieros y de servicio al cliente.</p> <p>Experiencia: 1 año</p>

Nota: la siguiente tabla muestra las funciones que tiene que desempeñar el contador.

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 25*Función del contador*

MANUAL DE FUNCIONES	
NOBRE DEL CARGO:	CONTADOR
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
OBJETIVO: Dar reporte al administrador del estado actual de la empresa, en parte económica con el fin de llevar una contabilidad clara y precisa.	
FUNCIONES	
7. Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera 8. Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa 9. Preparar y presentar gravamen al orden municipal, departamental y nacional 10. Clasificar los estados financieros 11. Disposición a nuevas tareas	
Requisitos	Estudios: profesional en el área de contaduría pública Experiencia: 1 año

Nota: la siguiente tabla muestra las funciones que tiene que desempeñar el contador.

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 26*Funciones del recepcionista*

MANUAL DE FUNCIONES	
NOBRE DEL CARGO:	RECEPCIONISTA
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir envía correspondencia. 2. Brindar apoyo logístico en la organización y ejecución de reuniones y eventos. 3. Archivar la correspondía enviada y/o recibida 4. Llevar control de caja menor 5. Brindar atención al cliente, tanto interno como externo en sus solicitudes de información relacionada con la razón social. 6. Actualizar el archivo de la unidad. 7. Redactar la correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y documentos varios. 	
Requisitos	Estudios: Técnico en administración y/o contabilidad Experiencia: 1 año

Nota: la siguiente tabla muestra las funciones que tiene que desempeñar el recepcionista.

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 27*Funciones del auxiliar de servicios generales*

MANUAL DE FUNCIONES	
NOBRE DEL CARGO:	AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Responder por el uso adecuado, la conservación física y el buen estado de los bienes y elementos suministrados para el normal desarrollo de sus funciones. 2. Realizar diariamente las labores de aseo en el negocio y mantenerlas en excelente presentación ante propios y extraños. 3. Responder por las herramientas y maquinaria utilizados para la ejecución de sus tareas. 	
Requisitos	Estudios: secundaria básica. Experiencia: 1 año

Nota: la siguiente tabla muestra las funciones que tiene que desempeñar el recepcionista.


Fuente: Autores del proyecto


Tabla 28*Funciones del entrenador*


MANUAL DE FUNCIONES	
NOBRE DEL CARGO:	ENTRENADOR
JEFE INMEDIATO:	Administrador
NUMERO DE PERSONAS	1
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajar junto a los jugadores para evaluar el progreso. 2. Conocer a detalle las características del videojuego, la competitividad y las habilidades requeridas por los jugadores. 3. Fijar estrategias o conocer las debilidades y puntos fuertes que tendrá cada uno de los integrantes del equipo. 4. Brindar respeto a los usuarios que ingresen a la empresa. 	
Requisitos	Estudios: esports: entrenamiento y coaching deportivo Experiencia: 1 año


Nota: la siguiente tabla muestra las funciones que tiene que desempeñar el entrenador
Fuente: Autores del proyecto

4.3.10 Manual de procedimientos.

Operación:  Describe una actividad o evento que ocurre en una máquina o en una estación de trabajo.

Trasporte:  Son los movimientos de un objeto de un lugar a otro excluyendo el movimiento que es una parte íntegra de una operación.

Inspección:  Verificación o comparación de una característica de un objeto con respecto a un estándar de calidad o cantidad.

Espera:  Es un retraso este ocurre cuando al terminar una operación, transportación, inspección o un almacenamiento, el elemento siguiente no se inicia de inmediato.







Almacenamiento:  Es la retención o terminación de un objeto en un estado o lugar, en donde para moverlo se requiere de una autorización.

Tabla 29






Procedimiento realizado por el gerente

No Act.	actividades					
1	Proyectar estrategias y cumplir los objetivos de la empresa	●				
2	Supervisar la formación de los colaboradores			●		
3	Conservar el presupuesto de la empresa y optimizar los gastos	●				
4	Motivar a los empleados para tener mayor productividad	●				
5	Administración de cuentas bancarias			●		
6	Dar soluciones a problemas	●				
7	Autorizar transferencia de pago de liquidación			●		

Nota: la siguiente tabla muestra las actividades que tiene que desempeñar el gerente.

Fuente: Autores del proyecto






Tabla 30*Procedimientos realizados por el subgerente*

No Act.	Actividades					
1	Ayudar al gerente en la organización, planeación y nuevas estrategias.	●				
2	Asegurar el cumplimiento de los horarios y objetivos de la empresa			●		
3	Comunicación con los clientes y evaluar sus necesidades			●		
4	Identificación de las necesidades de la empresa y contratación			●		
5	Escuchar las quejas de nuestros clientes			●		
6	Evaluar la conducta de los clientes y ajustar el posicionamiento del servicio			●		

Nota: la siguiente tabla muestra las actividades que tiene que desempeñar el subgerente.

Fuente: Autores del proyecto






Tabla 31*Procedimiento realizado por el contador*

No Act.	actividades					
1	Determinar el período de los estados financieros.	●				
2	Recopilar la información contable.	●				
3	Clasificación de cuentas				●	
4	Realización de los estados de resultados	●				
5	Elaboración de los balances generales	●				
6	Verificación que las cuentas contengan la información correcta				●	
7	Entrega de los estados financieros	●				
8	Archivar					●

Nota: la siguiente tabla muestra las actividades que tiene que desempeñar el contador.

Fuente: Autores del proyecto






Tabla 32*Procedimiento realizado la recepcionista*

No Act.	Actividades					
1	Reservación de salas de reuniones en la empresa		●			
2	Recepción de la correspondencia que ingrese a la empresa.				●	
3	Verificar la correspondencia				●	
4	Clasificar y enviar la correspondencia a las dependencias a la cual va dirigida.		●			
5	Llevar el archivo.					●
6	Realizar las comunicaciones telefónicas solicitadas por el administrador.	●				
7	Realización de facturas y liquidación.	●				
8	Llevar la contabilidad.			●		
9	Concretar las citas acordadas por su jefe.	●				

Nota: la siguiente tabla muestra las actividades que tiene que desempeñar la recepcionista.

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 33*Procedimiento realizado por el auxiliar de servicios generales*






No Act.	Actividades					
1	Atención a funcionarios, visitantes y clientes.	●	●			
2	Realización de labores de aseo en el negocio	●				
3	Responsabilidad de elementos utilizados para la ejecución de sus tareas	●				●

Nota: la siguiente tabla muestra las actividades que tiene que desempeñar el auxiliar de servicios generales

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 34

Procedimiento que debe realizar el entrenador

No Act.	actividades					
1	Administrar y obtener un vínculo con todas las marcas como VSG, REDDRAGON, CORSAIR y empresas de eSport a nivel nacional.	●				
2	Obtener una buena Comunicación con las ligas en las que compita el club de la empresa.	●				
3	Estar en contacto e informado con los árbitros			●		●
4	Hacer un buen uso del presupuesto			●		
5	Acoplar a el resto del equipo técnico a las actividades.			●		
6	Valorar la iniciativa de los jugadores			●		

Nota: la siguiente tabla muestra las actividades que tiene que desempeñar el entrenador.
 Fuente: Autores del proyecto

4.4 Estudio financiero

A continuación, se realiza los siguientes estudios que comprenden los gastos y proyecciones, determinado el comportamiento del proyecto para verificar su viabilidad.

4.4.1 Maquinaria y equipo

Tabla 35

Maquinaria y equipo

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computadores gamer	15	\$ 3,835.000	\$ 57,525.000
Consolas de video juegos	5	\$ 2,600.000	\$ 13,000,000
Periféricos	10	\$ 146,968	\$ 1,469,680
Televisores	9	\$ 700,000	\$ 6,300.000
Estabilizadores	15	\$ 53,730	\$ 805,950
Pad mouse	10	\$ 23.000	\$ 230,000
Sillas gamer	10	440,000	4,400.000
TOTAL		\$ 7,758.698	\$ 82,260,950

Nota: la tabla muestra la maquinaria y equipos para el funcionamiento de la empresa

Fuente: Autores del proyecto

4.4.2 Equipo de oficina

Tabla 36

Equipo de oficina

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Impresora	1	\$819.999	\$819.999
Kid de cámara de seguridad	1	\$ 735.000	\$ 735.000
Escritorio	2	\$184.900	369,900
Mesa de junta	1	\$ 1,500.000	\$ 1,500.000
Silla de oficina	2	\$ 257,900	\$ 515,800
Archivador	1	\$ 511.872	\$ 511.872
Computador de oficina	2	\$ 1.099,000	\$ 2,198,000
TOTAL		\$5,108,671	\$6,650.571

Nota: la tabla muestra los equipos de oficina que se utilizarán dentro de la empresa

Fuente: Autores del proyecto

4.4.3 Costo de personal

En cuanto a los gastos de personal, se contará con 2 personas vinculadas a la empresa quienes tendrán un contrato a término indefinido y 3 personas con un contrato de prestación de servicios.

Tabla 37

Sueldo de personal

CARGO		SUELDO MENDUAL	VALOR ANUAL
Gerente	1	\$ 1,540.505	\$ 18,486,060
Subgerente	1	1,540.505	\$ 18,486,060
Recepcionista	1	\$ 350,000	\$ 4,200,000
Entrenador	1	\$ 450,000	\$5,400,000
Personal de apoyo servicio contador	1	\$ 350,00	\$ 4,200,000
	1	\$600,000	\$ 7,200,000
TOTAL		\$ 4,831,010	\$ 57,972,120

Nota: la tabla muestra el pago mensual y anual de los colaboradores de la empresa
fuente: Autores del proyecto

4.4.4 Gastos de funcionamiento

Tabla 38

Gastos de funcionamiento

ITEM	V MENSUAL	V ANUAL
Agua	40,000	480,000
Luz	250,000	3,000,000
Internet	200,000	2,400,000
Arriendo	1,000,000	12,000,000
Sueldo de personal	4,831,010	49,332,120
TOTAL	6,31,010	67,212,120

Nota: la tabla muestra los gastos de funcionamiento de la empresa durante un mes y anualmente.
Fuente: Autores del proyecto

Tabla 39*Proyección de los gastos de funcionamiento*

Años	1	2	3	4	5
Gastos de funcionamiento	67,212,120	69,564,544	71,999,303	74,519,278	77,127,457

Nota: la tabla muestra la proyección de los gastos de funcionamiento anualmente de la empresa
Fuente: Autores del proyecto

Tabla 40*Gastos diferidos*

Item	Valor
Servicios	\$ 490,000
Útiles de aseo	\$ 218,400
Arriendo	\$ 1,000,000
Publicidad	\$ 565,000
TOTAL	\$ 2,273,400

Nota: La tabla muestra los gastos diferidos de la empresa
Fuente: Autores del proyecto

Tabla 41*Proyección de los gastos diferidos*

Año	1	2	3	4	5
Proyección gastos diferidos	27,280,800	27,553,608	27,829,144	28,107,435	28,388,509

Nota: la tabla muestra los gastos diferidos durante 5 años
Fuente: autores del proyecto

4.4.5 Útiles de aseo

Tabla 42

Útiles de aseo

ITEM	UNIDAD	PRECIO UNIDAD	VALOR
Escoba	2	\$ 9,000	\$18,000
Jabón en barra	1	\$ 2,200	\$ 2,200
Límpido	1	\$ 9,000	\$ 9,000
Jabón en polvo	1	\$ 15,400	\$ 15,400
Trapero	2	\$ 15,000	\$30,000
Fabuloso	1	\$ 15,800	\$15,800
Ambientador	4	\$ 32,000	\$128,000
TOTAL		\$ 98,400	\$ 218,400

Nota: la tabla muestra los gastos de los útiles de aseo, para la empresa

Fuente: autores del proyecto

4.4.5 Gastos de personal

Tabla 43

Presupuesto gasto de personal

CONCEPTO MENSUAL	GERENTE	SUBGERENTE	RECEPCIONISTA	ENTRENADOR	PERSO NAL DE APOYO	CONTA DOR
Salario	\$1,000,00 0.00	\$1,000,000. 00	\$ 350,000	\$ 450,000	\$ 350,000	\$ 600,000
Auxilio de transporte	\$117,172. 00	\$117,172.0 0				
Salud	\$85,000.0 0	\$85,000.00				
Pensión	\$120,000. 00	\$120,000.0 0				
Vacacion es	\$41,666.6 7	\$41,666.67				
Cesantías	\$83,333.3 3	\$83,333.33				
Int sobre cesantías	\$10,000.0 0	\$10,000.00				
Prima	\$83,333.3 3	\$83,333.33				
TOTAL	\$1,540,50 5.33	\$1,540,505. 33	\$ 350,000	\$ 450,000	\$ 350,000	\$ 600,000

Nota: la tabla muestra el gasto para el pago de personal durante un mes.

Fuente: Autores del proyecto

Para tener en cuenta el porcentaje del gasto de personal, se tomará el 10,07% ya que es el valor para el año vigente.

Tabla 44

Gastos de personal anualmente

Año	1	2	3	4	5
Gatos de personal anualmente	\$ 57,972,120	\$ 63,809,912	\$ 70,235,570	\$ 77,308,292	\$ 85,093,237

Nota: la tabla muestra los gastos de personal durante 5 años.
Fuente: autores del proyecto

Gastos de depreciación: Este es un mecanismo por el cual se reconoce contable y financieramente el desgaste de los bienes de una empresa. En el caso del centro de entrenamiento en deportes electrónicos PIXEL ESPORTS, es necesario hallar la depreciación de la maquinaria y equipo de trabajo y los equipos de oficina a través del método de línea recta, donde el valor depreciado se obtiene de dividir el costo del activo sobre los años de vida útil para los equipos de computación la utilidad es de 5 años y para equipos de oficina la utilidad es de 10 años.

Tabla 45

Descripción de la maquinaria y equipo

DETALLE	PERIODO DE DEPRECIACIÓN	CALCULOS	TOTAL
Maquinaria y equipo	5	\$ 82,260,950	\$ 16,452,190

Nota: la tabla muestra la depreciación de la maquinaria y equipos de la empresa.
Fuente: Autores del proyecto

Tabla 46*Descripción equipos de oficina*

DETALLE	PERIODO DE DEPRECIACIÓN	CALCULOS	TOTAL
Equipos de oficina	10	\$6,650.571	\$ 665,057

Nota: la tabla muestra la depreciación de los equipos de oficina.

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 47*Descripción anual*

AÑO	1	2	3	4	5
Equipos de oficina	6,650.571				
Depreciación		665,057	665,057	665,057	665,057
Valor a depreciar		5,985,514	5,320,456	4,655,400	3,990,343
Maquinaria y equipo	\$ 82,260,950				
Depreciación		16,452,190	16,452,190	16,452,190	16,452,190
Valor a depreciar		65,808,760	49,356,570	32,904,380	16,452,190

Nota: la tabla muestra la depreciación anual de los equipos de oficina y la maquinaria y equipos de la empresa

Fuente: autores del proyecto.

Tabla 48*Costos fijo y variables*

COSTOS VARIABLES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Electricidad	\$ 250,000	
Papelería	\$ 300,000	
Elementos de aseo	\$ 218,400	
Acueducto y alcantarillado	\$ 70,000	
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 768,400	3,170,800
COSTOS FIJO		
Internet	\$ 200,000	
Arriendo	\$ 1,000,000	
Publicidad	\$ 565,000	
Salarios	\$ 4,831,010	
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 6,596,010	79,140,120
TOTAL COSTOS		82,310,920

Nota: la tabla muestra los costos fijos y variables de la empresa

Fuente: Autores del proyecto

4.4.6 Costos del servicio

Tabla 49*Costos de servicios de la empresa*

Item	Costo
Inscripción mensual	\$ 25,000
Consolas	\$ 2,900
Ordenador	\$ 3,000
Inscripción torneos	\$17,000
Mantenimiento computadores y consolas	\$ 35,000

Nota: la tabla muestra los costos de los servicios ofrecidos en la empresa

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 50*Total, activos fijo*

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	TOTAL
Computador garmer	15	3,835,000	\$ 57,525,000
Consolas de videojuegos	5	2,600,000	\$ 10,400,000
Periféricos	10	146,968	\$ 1,469,680
Televisores	8	700,000	\$ 5,600,000
Estabilizadores	15	53,730	\$ 805,950
Pad mouse	10	23,000	\$ 230,000
Sillas gamer	10	440,000	\$ 4,400,000
MAQUINARIA Y EQUIPO DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	TOTAL
Impresora	1	819,999	\$ 819,999
Kid de cámaras de seguridad	1	735,000	\$ 735,000
Escritorio	2	184,900	\$ 369,800
Mesa de juntas	1	1,500,000	\$ 1,500,00
Silla de oficina	2	257,900	\$ 515,800
Archivador	1	511,872	\$ 511,872
Computador de oficina	2	1,099,000	\$ 2,198,000
			\$ 87,081,101

Nota: la tabla muestra los activos fijos de la empresa

Fuente: Autores del proyecto

Gastos varios. Para hacer frente a imprevistos se establece un presupuesto de \$150.000 mensuales para cubrir gastos no programados, los cuales al año dará un total de \$1,800,000.

Tabla 51

Gatos de un año

GASTOS	VALOR ANUAL
Arriendo	\$ 12,000,000
Aseo y elementos	\$ 2,620,800
Mantenimiento y reparaciones	\$ 600,000
Servicios públicos	\$ 5,880,000
Gastos de persona	\$ 57,972,120
Gatos varios	\$ 1,800,000
TOTAL	\$ 80,872,800

Nota: la tabla muestra los gatos de un año de la empresa
Fuente: Autores del proyecto

La proyección anual para los gatos de operación de la empresa, proyectados a 5 años, tendrá un incremento anual del 3.50 % cifra promedio de la inflación en Colombia de los últimos años.

Tabla 52

Proyección anual de los gatos de operaciones de la empresa

Año	1	2	3	4	5
Gatos anuales	\$ 80,872,800	83,703,348	86,632,965	89,665,118	92,803,398

Nota: la tabla muestra la proyección anual de los gatos de la empresa
Fuente. Autores del proyecto

Ingresos para poder hallar los ingresos de la empresa PIXEL ESPORT se debe tener en cuenta la cantidad de servicios que sean vendidos, de esta manera se define que los servicios ofertados no se estiman de manera exacta ya que estos son cobrados de acuerdo a la solicitud del cliente.

De esta manera podemos definir que los ingresos de PIXEL ESPORT en su primer año de funcionamiento es de 109,488,000 este valor se proyectara anualmente en un 4.5% teniendo en cuenta el aumento en el índice de ventas.

Tabla 53

Ingresos

Servicios	Cantidad	Cantidad x día	Valor x día	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Capacitaciones	50	10	250,000	\$ 25,000	\$ 7,500,000	\$ 90,000,000
Consolas	40	8	23,200	\$ 2,900	\$ 696,000	\$ 8,352,000
Ordenadores	30	6	18,000	\$ 3,000	\$ 540,000	\$ 6,480,000
Inscripciones torneos	20*5	100	1,700,000	\$ 17,000	\$ 3,400,000	\$ 40,800,000
Mantenimiento de consolas y computadores	20	4	140,000	\$ 35,000	\$ 4,200,000	\$ 50,400,000

Nota: la tabla muestra los ingreso mensuales y anuales de la empresa

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 54*Proyecciones anuales de ingresos*

AÑOS	1	2	3	4	5
Ingresos anuales	199,672,000	208,657,240	218,046,815	227,858,921	238,112,573

Nota: la tabla muestra los ingresos anuales durante 5 años de la empresa.
Autores del proyecto

4.5 Estudio económico

Con este estudio se pretende evidenciar el rendimiento económico y financiero de la empresa PIXEL ESPORTS.

Capital de trabajo

$$\text{Capital de trabajo (C.T)} = \frac{\text{Gastos totales (un año)}}{12 \text{ meses}} * 4 \text{ meses}$$

$$\text{C.T} = \frac{80,872,800}{12 \text{ meses}} * 4 \text{ meses}$$

$$\text{C.T} = 26,957,600$$

Este es el valor que debe disponer la empresa para respaldar la creación de la misma.

4.5.1 Balance inicial para la empresa

Tabla 55

Balance inicial de la empresa

BALANCE INICIAL PIXEL ESPORTS		
Activo		
Activo corriente		
Banco	\$29,157,646	
Total activo corriente		\$ 29,157,646
Activo fijo		
Equipos de oficina	\$6,650,571	
Maquinaria y equipo	\$ 82,260,950	
Total activos fijos		\$ 88,911,521
Activos diferidos		
Arriendo	\$1,000,000	
Útiles de aseo	\$ 218,400	
publicidad	\$ 565,000	
Total diferidos		\$1,783,400
Total activos		\$119,852,567
Pasivos		
Total pasivos		0
Patrimonio		
Capital social	\$119,852,567	
Total patrimonio		0
Total pas + pat	\$119,852,567	

Nota: la tabla muestra el balance inicial del centro de entrenamiento para deportes electrónicos Pixel sport

Fuente: Autores del proyecto

4.5.2 Estado de resultados

Tabla 56

Estado de resultados de PIXEL ESPORT

AÑO	1	2	3	4	5
Ingreso	199,672,000	208,657,240	218,046,815	227,858,921	238,112,573
(-) costos de operaciones	\$ 80,872,800	83,703,348	86,632,965	89,665,118	92,803,398
(=) Utilidad bruta	\$118,799,200	\$124,953,892	\$131,413,850	138,193,803\$	\$148,309,175
(-) Gastos de administración	\$ 57,972,120	\$ 63,809,912	\$ 70,235,570	\$ 77,308,292	\$ 85,093,237
(=) Utilidad operacional	\$60,827,080	\$61,143,980	\$61,178,280	\$60,885,511	\$63,215,938
(-) Depreciación	16,452,190	16,452,190	16,452,190	16,452,190	16,452,190
(-) Diferidos	27,280,800	27,553,608	27,829,144	28,107,435	28,388,509
(=) Utilidad antes de impuestos	\$17,094,090	\$17,138,182	\$16,896,946	\$16,325,886	\$18,375,239
(-) Impuestos 35%	5,982,931	5,998,364	5,913,931	5,714,060	6,431,333
(=) Utilidad después de impuestos	\$11,111,159	\$11,139,818	\$10,083,015	\$10,611,826	\$11,943,906
(-) Reserva legal	1,111,115	1,113,981	1,008,302	1,061,182	1,194,390
Utilidad del ejercicio	\$10,000,044	\$10,025,837	\$9,074,713	\$9,550,644	\$11,749,390

Nota: la tabla muestra el estado de resultados de la empresa
Fuente: autores del proyecto

4.5.3 Flujo de caja

Tabla 57

Flujo de caja de la empresa PIXEL ESPORT

FLUJO DE CAJA	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ingresos por servicios	199,672,000	208,657,240	218,046,815	227,858,921	238,112,573
TOTAL	199,672,000	208,657,240	218,046,815	227,858,921	238,112,573
INGRESOS	199,672,000	208,657,240	218,046,815	227,858,921	238,112,573
EGRESOS					
Equipos de oficina	6,650,571	0	0	0	0
Equipos y maquinaria	82,260,950	0	0	0	0
Gastos administrativos	\$ 57,972,120	\$ 63,809,912	\$ 70,235,570	\$ 77,308,292	\$ 85,093,237
Gastos de funcionamiento	\$ 80,872,800	83,703,348	86,632,965	89,665,118	92,803,398
TOTAL	228,146,062	147,513,260	156,868,535	166,973,410	177,896,635
EGRESOS					
TOTAL	-28,474,062	61,143,980	61,178,280	60,885,511	60,215,938
FLUJO DE CAJA					

Nota: la tabla muestra el flujo de caja de la empresa

Fuente: actores del proyecto.

Valor presente neto Este valor sirve para medir y determinar la viabilidad de la inversión a largo plazo del centro de entrenamiento para deportes electrónicos permitiendo identificar si a largo plazo la inversión, para calcular se toma una tasa de rentabilidad anual del 12%

$$VP\dot{N} = \sum \frac{(\text{flujo de caja})}{(1 + 0.12)^n}$$

$$VP\dot{N} = \frac{(-28,474,062)}{(1+0.12)^1} + \frac{(61,143,980)}{(1+0.12)^2} + \frac{(61,178,280)}{(1+0.12)^3} + \frac{(60,885,511)}{(1+0.12)^4} + \frac{(60,215,938)}{(1+0.12)^5}$$

$$VP\dot{N} = -25,423,269 + 109,185,678 + 163,870,392 + 217,448,253 + 268,821,151$$

$$VP\dot{N} = 733,902,205$$

Con el resultado obtenido, permite demostrar que la empresa pixel esports trae ganancias a largo plazo de 733,902,205.

Valor actual neto Con este indicador se puede mostrar el retorno real de la inversión inicial, ya que su costo es descontado del VPN. analiza la integración de los recursos financieros, que son los ingresos de la empresa Pixel Esports.

$$VAN = VPN - \text{Inversión inicial}$$

$$VAN = 733,902,205 - 119,852,567$$

$$VAN = 614,049,638$$

El VPN en cinco años es de \$614,049,638 es un resultado positivo porque deja un resultado beneficioso después del retorno de la inversión inicial y muestra que la actividad económica estimula aquellos recursos por los cuales se toma algún riesgo financiero. Por eso es importante el análisis, especialmente para aquellos que están interesados en el proyecto, porque tienen la oportunidad de conocer el pronóstico económico de la empresa en el municipio de Ocaña.

Tasa interna de retorno con este indicador se determina el reintegro porcentual de la inversión inicial a la empresa, para calcularlo se toman dos tasas $t_1 = 12\%$ y $t_2 = 17\%$

TASA 1 :12%

$$TIR = \frac{(-28,474,062)}{(1+0.12)^1} + \frac{(61,143,980)}{(1+0.12)^2} + \frac{(61,178,280)}{(1+0.12)^3} + \frac{(60,885,511)}{(1+0.12)^4} + \frac{(60,215,938)}{(1+0.12)^5}$$

$$TIR = -25,423,269 + 109,185,678 + 163,870,392 + 217,448,253 + 268,821,151$$

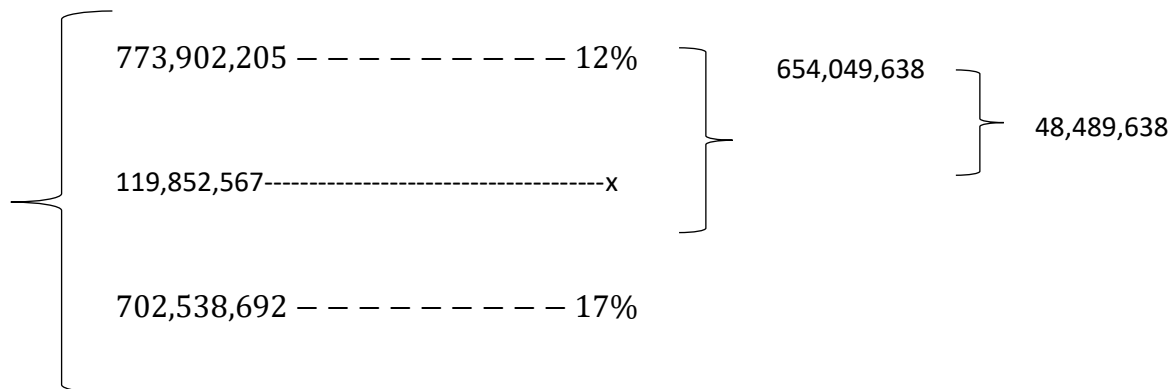
$$TIR = 733,902,205$$

TASA 2: 17%

$$TIR = \frac{(-28,474,062)}{(1+0.17)^1} + \frac{(61,143,980)}{(1+0.17)^2} + \frac{(61,178,280)}{(1+0.17)^3} + \frac{(60,885,511)}{(1+0.17)^4} + \frac{(60,215,938)}{(1+0.17)^5}$$

$$TIR = -24,336,976 + 104,519,623 + 156,867,384 + 208,155,593 + 257,333,068$$

$$TIR = 702,538,692$$

Interpolación

$$X = 48,489,638 / 702,538,692$$

$$X = 6,90\%$$

Se determina que con la interpolación realizada con base a dos tasas diferentes como lo son 12% y 17 % se obtiene el porcentaje de recuperación en donde la empresa PIXEL ESPORT gana el 6,90% demostrado así la rentabilidad de la misma.

4.5 Estudio social y ambiental

4.5.1 Estudio social.

Uno de los aspectos que motivan la realización del presente proyecto, es la oportunidad de crear un emprendimiento que puede considerarse viable y rentable, ya que indica una actividad atractiva para jóvenes en el contexto de la tecnología.

PIXEL ESPORTS desea obtener el reconocimiento, la aceptación y satisfacción de todos los clientes y la comunidad gaming en Ocaña, al ofrecer un excelente servicio de entrenamiento y entretenimiento de alta calidad. PIXEL ESPORTS establecerá por medio de estrategias y políticas promover la democracia participativa para la toma de decisiones dentro de la empresa, impulsando el liderazgo, responsabilidad ambiental y el trabajo en equipo.

Otro elemento que favorece socialmente la propuesta de negocio planteada, es la generación de empleo que, aunque se refiera a un grupo de 5 personas, éstas y sus familias se verán beneficiadas en un contexto local con limitantes en fuentes de empleo.

En la empresa PIXEL ESPORTS se ofrecerá formación continua a los empleados en las novedades del mundo de los ESPORTS, con proyectos formativos y capacitaciones que fomenten el trabajo colaborativo y potencien sus capacidades.

4.5.2 Estudio ambiental

Por medio del estudio ambiental, se tendrá en cuenta los efectos y el impacto ambiental que puede generar la actividad principal de la empresa PIXEL ESPORT, donde señalaremos que por su razón social la cual es brindar a los clientes un entrenamiento y entretenimiento en deportes electrónicos, de esta manera la empresa reconoce que el tener encendidos los equipos y consolas estos tienden a generar dióxido de carbono, de esta forma la empresa pretende implementar a futuro energías renovables que consistan en usar paneles solares para generar energía y que esta sirva, para en ciertas horas del día sea utilizada para mitigar la contaminación y la reducción de servicios eléctricos en un 40% y de esta forma el negocio se vea beneficiado.

Al igual que muchas empresas y negocios PIXEL ESPORT no es ajena a los factores que puedan afectar directa o indirectamente el medio ambiente. El uso de recursos básicos para su funcionamiento como la energía eléctrica, el agua y los desechos que surjan, exige un plan de racionalización y adecuado uso de los mismos. Por esta razón, es prioridad para los gestores del proyecto involucrar tanto a empleados como usuarios mínimamente en las siguientes prácticas:

Apagar las consolas y equipos cada vez que no se estén usando.

Realizar mantenimientos periódicos a todos los equipos de la compañía, para su correcto funcionamiento y eficiencia.

El agua es considerada el recurso más importante para el ser humano, y necesario para realizar actividades del servicio general de tal modo se pretende tener un uso moderado del mismo.

Dentro de la empresa se instalarán canecas señalizadas para depositar la basura y se realizará manejo al material reciclable.

Para reducir el nivel de consumo de electricidad dentro de la compañía, se proyectará a futuro una inversión en paneles solares.

Conclusiones

Aunque en la actualidad aún persiste la concepción de que la palabra deporte solo puede usarse en actividades que requieren ejercicio físico entre los competidores. En otro contexto la fuerza que ganan día a día los Esports es exponencial. Los profesionales de los video juegos están demostrando que ellos también requieren de un grupo de entrenadores, preparadores físicos, fisioterapeutas, psicólogos e incluso nutricionistas.

La demanda de computadores gaming, es relativamente alta, según los resultados arrojados en la tabulación se pudo observar que el 41% están de acuerdo que las consolas que se usen para la práctica de los deportes electrónicos sean estos equipos lo que es una demanda potencial, para el centro de entrenamiento en deportes electrónicos, a un que no se puede dejar a un lado lo que son las consolas de videojuegos que es una herramienta esencial para el centro de experiencia en lo que se trata de entrenamiento y entretenimientos

Teniendo en cuenta que la población objeto de estudio de la ciudad de Ocaña si está de acuerdo de la apertura un centro de entrenamiento en deportes electrónicos tecnológico, la investigación que se realizó se encamina hacia un buen futuro para el desarrollo de estas prácticas no obstante se determinas que a través de esta propuesta se deben tener variables que determines que en un futuro el centro pueda ofrecer nuevos servicios que mantenga a los gestores del proyecto a la vanguardia de estas necesidades.

Del mismo modo podemos decir que la ubicación del centro tiene que expandirse a nuevos puntos estratégicos que llamen la atención de jugadores, para que estos tengan la necesidad de desarrollar sus habilidades deportivas en esta área, ofreciéndoles nuevas experiencias y avancen profesionalmente en deportes electrónicos.

En el desarrollo de este proyecto vemos que estamos generando un servicio en donde los Jugadores de video juegos tenga un espacio en donde puedan prepararse profesionalmente en los esports, gracias a este negocio vemos que Ocaña puede ser un punto estratégico que llame la atención de toda la región para que mas jugadores tengan la necesidad de ser parte del centro de experiencia, y también poder adquirir reconocimiento tanto regional como nacional, llevando a pixel sport a nuevos mercados nacionales.

Recomendaciones

1. La apropiación de la Misión y la Visión del negocio por parte de cada uno de los colaboradores debe ser la directriz que marque el rumbo para la consecución de los objetivos propuestos. Es importante la capacitación del personal en este aspecto y hacer seguimientos periódicos.

2. Realizar encuestas a los usuarios con cierta periodicidad, con el propósito de evaluar el servicio prestado y tomar decisiones que favorezcan el mejoramiento continuo. En necesario fomentar las capacitaciones a los colaboradores del negocio, en el contexto de las competencias electrónicas y nuevas tecnologías.

3. Mantener la actitud de permanente búsqueda de las innovaciones que surjan a nivel nacional en cuanto a juegos, estrategias, competencias y todo lo relacionado con la razón social del negocio.

4. Pixel sport, puede visualizarse a futuro ampliando su portafolio de servicios incluyendo la venta de productos tecnológicos como: componentes de cómputo, consolas de video juegos y periféricos gaming.

5. El seguimiento y control de los estados financieros debe ser por parte de los gestores del proyecto, una responsabilidad fundamental para garantizar la solidez económica del negocio.

Referencias

- Aarseth, E. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore, Estados Unidos: The Johns Hopkins University Press. Obtenido de <https://jhupbooks.press.jhu.edu/title/cybertext>
- Anonimo. (24 de Noviembre de 2018). <https://www.universidadviu.com/>. Recuperado el 05 de Mayo de 2021, de <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/que-es-un-gamer-y-cuales-son-sus-caracteristicas>
- Becerra Gómez, J., & Alvarez Restrepo, A. (2018). *revistas.udea.edu.co*. Obtenido de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/expomotricidad/article/download/336099/20791642>
- Bernal Lara, S. (21 de Marzo de 2017). <http://normasapa.net/>. Recuperado el 1 de Abril de 2021, de <http://normasapa.net/alcance-exploratorio-tesis-cuantitativas/#:~:text=El%20alcance%20exploratorio%20es%20la,investigaci%C3%B3n%20desconocidos%20o%20poco%20estudiados>.
- Bernard Suits, W. J. (2007). The elements of sport. . *Ethics in Sport. Human Kinetics.*, 9-19.
- Besombes, N. (2016). Les jeux vidéo compétitifs au prisme des jeux sportifs: du sport au sport électronique". *Sciences du jeu*, 5, 1-20. Obtenido de <https://journals.openedition.org/sdj/612>
- Bollas, P. A. (2021 de Marzo de 28). <https://aleph.org.mx/>. Recuperado el 1 de Septiembre de 2021, de <https://aleph.org.mx/que-es-un-torneo-deportivo>
- Bornemark, O. (2013). Success factors for e-sport games. Umeå's 16th Student Conference in Computing Science, 1-12. Obtenido de <http://www8.cs.umu.se/research/uminf/reports/2013/001/part1.pdf#page=7>
- Buceta, J. M. (1998). <https://palestraweb.com/>. Madrid, España: Dykinson. .
- Caro Vallejo, J. (2021). repository.eafit.edu.co/. Obtenido de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/30116>
- Castillo, F. (2019). *blogthinkbig*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2021, de <https://blogthinkbig.com/entrenamiento-de-los-jugadores-de-esport>
- Ceupe. (S,F). <https://www.ceupe.com>. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-investigacion-de-mercado.html>
- Coakley, J. (2008). *Sports in society: Issues and controversies*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Collin , W. (2021). *El libro de los esports: La guía definitiva para entender cómo funciona la industria*. LID Editorial, 2021.

- Dinero, R. (10 de Febrero de 2009). Sas es el tipo de sociedad más usado en Colombia. Revista Dinero . Obtenido de <http://www.dinero.com/negocios/articulo/sas-tipo-sociedad-usado-colombia/84554>
- Empresa, E. d. (24 de Noviembre de 2018). <https://www.universidadviu.com/>. Obtenido de <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/que-es-un-gamer-y-cuales-son-sus-caracteristicas>
- Fernando, L. (04 de 2008). ESTUDIO TECNICO. Obtenido de <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Frasca, G. (2009). Juego, videojuego y creación de sentido: una introducción. Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales, 7, 37-44. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11441/58039>
- Galiana, P. (27 de Abril de 2021). iebsschool.com. Recuperado el 23 de Septiembre de 2021, de <https://www.iebsschool.com/blog/que-es-esports-marketing-digital/>
- Galina , P. (27 de Abril de 2021). <https://www.iebsschool.com/>. Recuperado el 05 de Mayo de 2021, de <https://www.iebsschool.com/blog/que-es-esports-marketing-digital/#:~:text=Los%20eSport%20o%20deportes%20electr%C3%B3nicos,de%20diferentes%20disciplinas%20de%20videojuegos.>
- García, S. G. (2007). Videojuegos: El desafío de un nuevo medio a la comunicación social. Historia y Comunicación Social, 12, 71-82. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS0707110071A>
- Haibach, P. S. (2011). Motor learning and development. In Human Kinetics. (2 ed.). Champaign, IL. Obtenido de <https://us.humankinetics.com/products/motor-learning-and-development-2nd-edition-with-web-resource>
- Hamari, J., & Sjöblom , M. (2017). What is eSports and why do people watch it? 211-232.
- indersantander. (S,F). <http://indersantander.gov.co/>. Recuperado el 1 de Septiembre de 2021, de <http://indersantander.gov.co/assets/preguntas-frecuentes-inder.pdf>
- Jonasson, K. y Thiborg, J. (2010). Electronic sport and its impact on future sport. Sport in Society, 2, 287-299. Obtenido de doi:10.1080/17430430903522996
- León, W. A. (2017). Saber -saber Ciudadanía. Editorial Magisterio.
- Maeso, G. (21 de Abril de 2020). <https://www.redbull.com/>. Recuperado el 21 de Febrero de 2021, de <https://www.redbull.com/es-es/esports-origenes-deportes-electronicos-reportaje#:~:text=Hay%20un%20consenso%20generalizado%20en,Massachusetts%2C%20en%20el%20que%20dos>
- Mawso, G. (21 de Abril de 2020). redbull. Obtenido de <https://www.redbull.com/es-es/esports-origenes-deportes-electronicos-reportaje>
- Montero , E. (29 de Marzo de 2019). marca.com. Recuperado el 28 de Septiembre de 2021, de <https://www.marca.com/esports/2016/10/11/57fcd619268e3e3a2f8b463a.html>

- Mora, P. y Héas, S. (2003). Du joueur de jeux vidéo à l'e-sportif: vers un professionnalisme florissant de l'élite? Paris, Francia: Roustan, M. (Ed.), La pratique du jeu vidéo: réalité ou virtualité? Obtenido de <http://www.stephaneheassociologue.fr/wpcontent/uploads/2003/01/RS-ACL-2003-07-texte.pdf>
- morales. (15 de 09 de 2016). Estudio administrativo Y Legal. Obtenido de https://www.unadzurlab.com/ova_uniminuto_ibague/OA_Formulacion_Evaluacion_Proyectos/4_estudio_administrativo_y_legal.html
- Nassir, & Reinaldo. (2003). En M. Hill. (Ed.), Preparación y Evaluación de Proyectos. Mexico: 4a.ed.
- Paz , U. A., Paez Marcano , A. I., & Tiburcio Sánchez, M. d. (2021). Desafios de la economia social en latinoamerica. Santiago., Chile: Pragmatika.
- Pérez Verunta , J. (4 de Abril de 2018). elsaltodiario. Obtenido de <https://www.elsaltodiario.com/videojuegos/esports-el-deporte-del-futuro>
- Planells, A. J. (2013). La emergencia de los Game Studies como disciplina propia: investigando el videojuego desde las metodologías de la Comunicación. *Historia y Comunicación Social*, 18, 519-528. Obtenido de doi:10.5209/rev_HICS.2013.v18.43985
- Schnura, J. (29 de Junio de 2020). Cómo preparar un plan de negocio en esports.
- Serrano , C. (S,F). lafm. Recuperado el 28 de Septiembre de 2021, de <https://www.lafm.com.co/economia/hacia-donde-va-la-industria-de-los-esports-y-que-oportunidades-hay-en-colombia#:~:text=Colombia%2C%20por%20su%20parte%2C%20no,el%20primer%20trimestre%20de%202021.>
- Seth E, J., R Douglas, M., Keiper, M., & Tracy W, O. (11 de Marzo de 2016). Virtual(ly) Athletes: Where eSports Fit Within the Definition of "Sport". Obtenido de www.tandfonline.com: <https://doi.org/10.1080/00336297.2016.1144517>
- Tiedemann, C. (2004). Sport (and culture of physical motion) for historians, an approach to precise the central term(s). international CESH-Congress. crotone, Italy.
- turistica, O. (Febrero de 2015). <https://www.ocanaturistica.com/>. Obtenido de <https://www.ocanaturistica.com/ocana/>
- Velásquez Duran , A. M. (11 de Junio de 2019). <https://www.eltiempo.com/>. Recuperado el 21 de Febrero de 2021, de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/videojuegos/como-funciona-la-industria-de-los-esports-o-deportes-electronicos-372658>
- Wagner, M. (2006). On the Scientific Relevance of eSports. Las Vegas, Nevada, USA: Proceedings of the 2006 International Conference on Internet Computing & Conference on Computer Games Development. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/220968200_On_the_Scientific_Relevance_of_eSports

Wagner, M. (Enero de 2006). On the Scientific Relevance of eSports. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/220968200_On_the_Scientific_Relevance_of_eSports

Witkowski, E. (2012). On the Digital Playing Field: How we 'Do Sport' With Networked Computer Games. *Games and Culture*, 5, 349-374. Obtenido de doi:10.1177/1555412012454222

ANEXOS

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVO: Esta encuesta está dirigida a persona de 14 a 36 año con el propósito de conocer el mercado potencial para los deportes electrónicos en la ciudad.

INSTRUCCIONES: Lea atentamente cada pregunta antes de dar respuesta, luego marque con una x la que se considere acertada.

1. ¿EN QUE RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA USTED?

- Meno de 14 años
- Entre 14 y 18 años
- Entre 24 y 30 años
- Entre 30 y 36 años
- Más de 36

2. ¿SU GÈNERO ES?

- Masculino
- Femenino

3. ¿USTED ES AFICIONADO A LOS VIDEO JUEGOS

- Si
- No

¿ 4. ¿CONOCE USTED LOS DEPORTES ELECTRONICOS (JUGADOR DE VIDEO JUEGOS PROFECIONA)?

- SI
- NO

5 ¿CONOCE ALGUNA EMPRESA EN OCAÑA QUE PRESTE EL SERVICIO EN ENTRENAMIENTO DE DEPORTES ELECTRÓNICOS

Si

No

6 ¿SE INSCRIBIRÍA EN UN CENTRO DE ENTRENAMIENTO ENFOCADO A LOS ESPORTS (DEPORTES ELECTRONICOS)?

Si

No

7 ¿A PARTIR DE QUE EDAD CREE USTED QUE SE DEBEN PRACTICAR LOS DEPRTES ELECTRONICO?

Entre 14 a 23 años

Entre 24 a 30 años

Entre 30 a 36 años

Más de 36 años

8.¿CUÁNTO TIEMPO LE DEDICAS A UN VIDEOJUEGO?

Menos de 4 horas

Entre 4 y 8 horas

Entre 8 y 16 horas

Entre 16 y 32 horas

Mas de 32 horas

9. ¿CUÁL ES EL VIDEOJUEGO QUE MÁS JUEGAS O PRACTICAR?

- FIFA 22
- PES 22
- PUBG
- HALO 5
- LEAGUE OF LEGENDS
- FORTNITE
- VALORAN

10. ¿HAS PARTICIPAS EN TORNEOS PRESENCIALES U ONLINE?

- SI
- NO

11. ¿ERES O ASPIRAS A LLEGAR A SER JUGADOR PROFESIONAL?

- Aspiro a llegar ser jugador profesional
- Solo juego por divertirme, no aspiro a llegar a ser jugador profesional
- Soy un jugador profesional

12. SELECCIONA LA OPCIÓN QUE MÁS PREFIERAS }

- Que el torneo (online o presencial) tenga un sistema de clasificación anticipada y un numero de cupos
- Cualquier persona se pueda inscribir sin necesidad de clasificarse previamente

13 ESTAS DEACUERDO QUE LA EMPRESA SE UBIQUE

- Centro comercial santa maría
- Centro comercial city gold
- San Andresito
- Centro comercial cañaveral
- San Agustín
- San francisco

14. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO MENSUAL?

- Entre 15,000 a 25,000
- Entre 25,000 a 30,000
- Entre 35,000 a 40,000
- Más de 40,000

15 ¿CUANTO DINERO ESTARIAS DISPUESTO A PAGAR POR UNA HORA EN EL CENTRO DE ENTRENAMIENTO?

- 1,500 a 2,000
- 2,000 a 2,500
- 3,000 a 3,500
- Más de 4,000

16 ¿CON QUE FRECUENCIA UTILIZARIAS EL SERVICIO DE ENTRENAMIENTO EN ESPORT (VIDEO JUEGO PROFECIONAL)?

- Diario
- Semanal
- Una vez al mes
- Más de 3 veces al mes
- Dos veces al mes

GRACIAS POR LA PARTICIPACIÓN EN ESTA ENCUESTA.