

**UNIVERSIDAD EAN
Facultad de Postgrados
Gerencia de Proyectos**

**PLAN DE NEGOCIOS
CENTRO DE ENTRETENIMIENTO DE ALTA TECNOLOGÍA
REALGAME S.A.S.**

**Preparador por:
CIELO MILENA VARELA BUITRAGO
Administradora de Empresas
JAVIER GONZALO FERNÁNDEZ BOLAÑOS
Administrador de Empresas
JUAN CARLOS AVILA RIVERA
Ingeniero Electrónico**

**BOGOTÁ DC.
NOVIEMBRE DE 2012**

TABLA DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN.....	7
	1. NATURALEZA DEL PROYECTO.....	8
	1.1. ANÁLISIS PRELIMINAR.....	8
	1.1.2. Generación de Ideas.....	8
	1.2. Elección y evaluación de las ideas más relevantes.....	9
	1.3. Presentación de la idea preliminar.....	10
	1.4. Justificación de la idea.....	10
	1.5. Expectativas del proyecto.....	10
	1.6. Misión.....	10
	1.7. Visión.....	10
	1.8. Objetivos de la empresa.....	11
	1.8.1. Corto plazo (2013-2014).....	11
	1.8.2. Mediano plazo (2014-2016).....	11
	1.8.3. Largo plazo (2016-2020).....	11
II.	ESTUDIO DE MERCADO.....	12
	2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	12
	2.1. Justificación de la empresa.....	12
	2.2. Nombre de la empresa.....	12
	2.3. Tipo de empresa.....	12
	2.4. Ubicación y tamaño de la empresa.....	13
	2.5. Servicio de REALGAME.....	13
	2.6. Ventajas competitivas del producto.....	13
	3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	13
	3.1. Corto plazo (6 Meses).....	13
	3.1.1. Mediano plazo (1 año).....	14
	3.1.2. Largo plazo (2 años).....	14
	4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	14
	4.1. Tamaño del mercado.....	14
	4.2. Análisis de la competencia en el mercado.....	16
	4.3. Satisfacción de una necesidad.....	16
	4.3.1. Información que se desea conocer de los clientes potenciales.....	16
	5. CARACTERÍSTICA PRINCIPAL DEL MERCADO OBJETIVO.....	17
	5.1. Tipo de preguntas que se van a formular.....	17
	5.2. Ficha técnica.....	17
	6. ENCUESTA.....	18
	6.1. Aplicación de la encuesta.....	18
	6.2. Tabulación de encuestas, interpretación y análisis de resultados.....	19

7. ANÁLISIS DE LAS 4C's EN LA EMPRESA.....	26
7.1. Cliente.....	26
7.2. Comunicación.....	26
7.3. Costo-Beneficio.....	26
7.4. Conveniencia.....	27
III ESTUDIO DE PRODUCCIÓN.....	28
8. PROCESOS.....	28
8.1. Proceso productivo.....	28
8.2. Objetivos.....	28
8.3. Especificaciones de los juegos.....	28
8.4. Diagrama de flujo del proceso.....	29
8.5. Tecnología Requerida.....	30
8.6. Equipos e Instalaciones.....	30
8.7. Cotizaciones.....	31
8.8. Proveedores y cotizaciones.....	31
9. UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	32
9.1. Ubicación estratégica.....	32
10. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN.....	32
10.1. Diseño.....	32
10.2. Distribución.....	32
11. MANO DE OBRA REQUERIDA.....	33
11.1. Mano de Obra.....	33
12. ASPECTOS PRE OPERATIVOS DE LA EMPRESA.....	34
13. COSTOS.....	34
13.1. Costo de ventas.....	34
13.2. Mano de Obra directa.....	35
13.3. Costos Indirectos de Fabricación.....	35
14. FIJACIÓN DE PRECIOS.....	36
IV. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	37
15. ORGANIGRAMA.....	37
15.1. Diseño Organigrama.....	37
16. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	37
16.1. Departamento Administrativo y Finanzas.....	37
16.2. Objetivo general.....	37
16.3. Objetivos específicos corto plazo (2014-2016).....	38
16.4. Objetivos específicos Mediano plazo (2016-2020).....	38
16.5. Cargos.....	38
16.6. Clase de contrato.....	38
16.7. Descripción del cargo y funciones – Gerente.....	39

16.7.1	Función Principal.....	39
16.7.2	Otras funciones.....	39
16.8.	Atributos para el cargo. - Gerente.....	39
17.	INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA.....	40
17.1.	Departamento de infraestructura tecnológica.....	40
17.2.	Objetivos General.....	40
17.2.1.	Objetivos específicos.....	40
17.3.	Cargos.....	40
17.4.	Clase de contrato.....	41
17.5.	Descripción del cargo y funciones - Administrador de Sala.....	41
17.6.	Administrador de Sala.....	41
17.6.1.	Función Principal.....	41
17.6.2.	Otras funciones.....	41
17.6.3.	Atributos asesor técnico de sala.....	42
18.	RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.....	42
18.1.	Proceso de selección.....	42
18.2.	Tipo de contratación.....	43
18.3.	Inducción.....	43
19.	ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	43
V.	ESTUDIO FINANCIERO.....	44
20.	Balance Inicial o de Instalación.....	44
21.	PROYECCIONES FINANCIERAS A 5 AÑOS.....	44
21.1.	Presupuesto de Ventas.....	44
21.2.	Balance General.....	44
21.3.	Estado de Resultados.....	45
21.4.	Flujo de efectivo.....	47
21.5.	Flujo Neto del Proyecto.....	47
21.6.	Indicadores Financieros.....	48
VI.	ESTUDIO LEGAL.....	50
22.	CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL.....	50
22.1.	Normatividad Jurídica.....	50
22.2.	Constitución de la Empresa.....	50
22.3.	Aspectos Generales.....	50
22.4.	Cámara de Comercio.....	50
22.5.	Documentos de Constitución.....	51
22.6.	Características del registro y certificación.....	51
22.7.	Normas aplicadas.....	51
23.	REPRESENTACIÓN LEGAL.....	51

23.1. Junta directiva.....	52
23.2. Revisoría fiscal.....	52
23.3. Reformas estatutarias.....	52
23.4. Reorganizaciones empresariales.....	52
23.5. Normas que no aplican a las SAS.....	53
23.6. Resolución de conflictos.....	53
24. OTROS DOCUMENTOS PARA LEGALIZAR LA EMPRESA.....	53
24.1. Normatividad fiscal e impuesto.....	53
24.1.1. Seguridad social.....	53
24.1.2. Otros impuestos.....	54
.....24.2. Impuesto de Renta, Impuesto para la Equidad y Parafiscales.....	54
24.3. Retención en la fuente.....	54
24.4. Impuesto al Valor Agregado–IVA.....	55
24.5. Impuesto de Industria y Comercio ICA.....	55
24.6. Impuesto de avisos y tableros.....	55
24.7. Vinculación a riesgos profesionales.....	55
24.8. Cuerpo de bomberos.....	55
VII GUÍA DE INSTITUCIONES QUE APOYAN LOS PLANES DE NEGOCIOS DE EMPREENDEDORES A TRAVÉS DEL CRÉDITO.....	57
25. INCUBADORAS DE EMPRESAS.....	57
25.1 Bancoldex – Créditos blandos.....	57
25.2 Corporación emprendedores.....	57
25.3 Red Nacional de emprendimiento.....	57
25.4 Fundación Bavaria.....	58
25.5 Bogotá Emprende.....	58
25.6 Sena Fondo para el emprendimiento.....	59
25.6.1. ¿Qué es el Fondo Emprender?	59
25.6.2. ¿Cuál es el objetivo del Fondo Emprender?	59
25.6.3. ¿Cuáles son las etapas del proceso con el Fondo Emprender?	60
26. BIBLIOGRAFÍA.....	60

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Matriz multicriterio, para toma de decisiones.....	9
Tabla 2. Estratificación de las localidades de la ciudad de Bogotá DC.....	14
Tabla 3. Estructura de la población de Bogotá D.C.....	15
Tabla 4. Valor individual y relación por cantidades.....	31
Tabla 5. Responsabilidad de aspectos pre- operativos.....	34
Tabla 6. Costo de Ventas.....	34
Tabla 7. Desglose de Mano de Obra directa.....	35
Tabla 8. Desglose de Costos Indirectos de Fabricación.....	35
Tabla 9. Precio potencial de venta.....	36
Tabla 10. Cargos y salarios.....	43
Tabla 11. Balance Inicial o de Instalación.....	44
Tabla 12. Presupuesto de Ventas.....	44
Tabla 13. Balances Generales.....	44
Tabla 14. Estado de resultados.....	45
Tabla 15. Flujo de Efectivo.....	46
Tabla 16. Flujo neto del proyecto.....	47
Tabla 17. Indicadores de Liquidez.....	48
Tabla 18. Indicadores de Endeudamiento.....	48
Tabla 19. Indicadores Económicos.....	49

LISTA DE FIGURAS Y GRÁFICOS

Figura 1. Diagrama de Flujo del proceso.....	28
Figura 2. Cotizaciones.....	31
Figura 3. Mapa de ubicación tomado de Google Maps.....	32
Figura 4. Distribución de las estaciones de juego en el área del local.....	34
Figura 5. Organigrama.....	37
Gráfico 1. Curva de valor comparativa frente al mercado tradicional.....	13
Gráfico 2. Porcentaje de personas de 12 años y más por sexo según consumo de videojuegos en el último mes.....	15
Gráfico 3. Flujo Neto del Proyecto.....	47

I. INTRODUCCIÓN

El plan de negocios REALGAME contextualiza y estructura los estudios necesarios para la puesta en marcha de la empresa que se constituye como un Centro de Entretenimiento de Alta Tecnología, en la que la comunidad tendrá la oportunidad de disfrutar de una diversión digital avanzada. Desde la concepción de la idea hasta el estudio financiero se presentan todos los tópicos que serán la base para la introducción al mercado de una idea innovadora y enmarcada en la satisfacción de la necesidad de entretenimiento de los seres humanos.

En el mundo es creciente el mercado del entretenimiento en video juegos para el cual se ha confirmado que ya no únicamente el mundo infantil es donde se encuentran los directos consumidores potenciales sino que se cuenta con una gran variedad de edades y genero que va en aumento, siendo cada día más los interesados. Durante los últimos años, los videojuegos han pasado de ser aquellas máquinas que ofrecían un solo juego a ofrecer juegos en línea con múltiples jugadores teniendo la facilidad de disfrutarlos en un dispositivo móvil o en páginas de redes sociales de forma limitada.

Por esta razón se pretende crear un sitio donde se ofrezca este sano espacio de diversión y esparcimiento pero con un atractivo adicional y moderno como es los video juegos en tercera dimensión y realidad virtual, siendo una de las tendencias innovadoras que ofrece el mercado diariamente en el campo de los videos juegos y otras tecnologías del entretenimiento.

El modelo REALGAME se enfocará inicialmente en ofrecer servicios innovadores y futuristas que lleven a los jugadores a crear una cultura competitiva, de querer realizar un reto personal, de superarse así mismo y a sus competidores en esta experiencia interactiva.

En conclusión, el estudio de mercado muestra el interés de los clientes por las experiencias con nuevas tecnologías a nivel individual y grupal. También muestra una expectativa grande de posicionamiento en un mercado, hombres y mujeres que quieren salir de su rutina y compartir con los suyos un tiempo de esparcimiento que los lleve a un mundo de fantasía.

1. NATURALEZA DEL PROYECTO

1.1. ANÁLISIS PRELIMINAR

1.1.2. Generación de Ideas

Se realizó una lluvia de ideas de lo que podría llegar a ser un proyecto, la formulación de un problema o una necesidad a satisfacer partiendo desde la experiencia de los emprendedores y concluyendo las siguientes ideas:

Red de Negocios: Basado en la idea del principio básico de una red social, se propone la creación de una red de negocios en línea, es decir que el interesado abra una cuenta en la plataforma social de negocios siendo la misma que utiliza en otros medios como Facebook, Messenger, Yahoo etc. La idea consiste en que el usuario que tenga un producto para comercializar pueda hacerlo en línea aprovechando el alto porcentaje de utilización de la red.

En esta plataforma va a estar alojado el perfil de usuario, nombre de la empresa o razón social la cual va a mostrar un contenido con sus productos o servicios a comercializar.

El Lugar de la Mujer: Bar temático con dos niveles. En el primer nivel se dictarán charlas de interés para las mujeres que quieren salir con sus amigas a compartir. En el segundo nivel un bar en el que las amigas pueden tomar coctel o café y que en algunos días de la semana tendrá karaoke.

Lavandería: Se plantea para el funcionamiento en la localidad de Fontibón, específicamente en la ciudadela la felicidad conjunto de apartamentos nuevos. Lo que se ofrece es un servicio de lavado en seco ya que en el sector no está establecido el servicio de domicilio.

Arepa Precocida Rellena: Debido al alto índice de consumo y gran aceptación del producto en la ciudad de Bogotá nace la idea de realizar una oportunidad de negocio de forma organizada en un proyecto con el fin de comercializarlo masivamente y llevarlo a los hogares colombianos facilitando a las amas de casa tiempo en la labor de preparación de desayunos, loncheras y cenas.

Centro de Diversión de Alta Tecnología: Lugar en el que con equipos de alta tecnología se puede divertir el público de todas las edades y en el que se jugará personalmente y en línea, utilizando tecnología 3D y 4D.

Lavadero de Carros: La idea consiste en realizar el lavado general del auto de una forma diferente que resulte atractivo para el público masculino, lo que se pretende es ofrecer que en el momento del lavado, los clientes serán recibidos por un grupo de hermosas mujeres (Modelos en diminutos trajes de baño), los cuales recibirán el vehículo que al momento de lavarlo estará acompañado por un espectáculo musical.

1.1.3. Elección y evaluación de las ideas más relevantes

Para la evaluación de la Idea se tienen en cuenta los siguientes criterios básicos:

- Mercado Potencial: Basados en la necesidad que busca satisfacer la idea o el problema a resolver, se analiza qué tanto mercado se podría abarcar con el proyecto Basados en la necesidad insatisfecha que se presente.
- Nivel de Innovación:
- Conocimiento Técnico
- Requerimiento de Capital

En cada una de las ideas se intenta llegar en consenso a un análisis acercado de cada uno de los criterios. Para lo anterior, se utiliza la matriz multicriterio que permite asignar una puntuación a cada uno de estos aspectos o criterios básicos que ayuda a los integrantes del equipo calificar cada una de las ideas propuestas como proyecto

Para este caso la puntuación será de 1 a 5, donde 5 nos dice que el criterio aporta suficientemente para la posible realización del proyecto y 1 no es un aspecto que favorece al proyecto.

Tabla 1. Matriz multicriterio, para toma de decisiones

MATRIZ MULTICRITERIO					
Ideas \ Criterios	Mercado Potencial	Nivel de Innovación	Conocimiento Técnico	Requerimiento de Capital	Puntaje
Red de Negocios	3	3	3	5	14
El Lugar de la Mujer	4	4	5	4	17
Lavandería	4	1	5	5	15
Arepa Precocida Rellena	5	1	4	4	14
Centro de Diversión de Alta Tecnología	5	5	5	3	18
Lavadero de Carros	5	2	4	5	16

Nota: La calificación se dio en cada uno de las ideas planteadas, tomando como idea ganadora la de mayor puntaje

1.2. Presentación de la idea preliminar

La empresa que se pretende poner en marcha o idea emprendedora es el siguiente: REALGAME. Surge de la necesidad de entretenimiento de las personas y el deseo de estar en constante aprendizaje y utilización de nuevas tecnologías en su vida diaria, en este caso, en los videojuegos. REALGAME será un lugar en el que con equipos de alta tecnología se puede divertir el público de todas las edades y en el que se jugará personalmente y en línea, utilizando tecnología 3D y 4D.

1.3. Justificación de la idea

El entretenimiento o específicamente los videojuegos son importantes porque son un elemento que permite desarrollar capacidades y habilidades para el acceso a tecnología de la información y conocimiento. Impulsa la definición de roles específicos en el jugador para el proceso de socialización. Permite la socialización mediante el entorno tecnológico. Reafirma las estructuras y creencias pero no cambia las conductas. Aumentan la autoestima, y promueve la superación. Brindan la oportunidad de expresar sentimientos y emociones. Estimulan la atención y observación, la capacidad espacial y temporal, la creatividad e imaginación, la memoria, la concentración y el razonamiento lógico y estratégico. Mejoran la capacitación, la eficiencia y productividad en las industrias de TIC. Impacto total en la economía con la generación de ingresos. Generación de nuevos empleos.

1.4. Expectativas del proyecto

Este proyecto pretende realizar un plan de negocio que garantice la viabilidad de la puesta en marcha de un centro de entretenimiento de alta tecnología en la ciudad de Bogotá, que inicialmente ofrezca video juegos en 3D y posteriormente se pueda incursionar en la tecnología 4D y la realidad virtual.

1.5. Misión

Somos una empresa que ofrece entretenimiento de alta tecnología a jóvenes y adultos. Nuestro principal enfoque es la mejor atención a nuestros usuarios, el bienestar de nuestros colaboradores, contribuir al desarrollo del país y generar rentabilidad para los inversionistas.

1.6. Visión

En el 2014 REALGAME será una empresa reconocida en la ciudad de Bogotá por su novedoso servicio de videojuegos en 3D, divirtiendo jóvenes y adultos que buscan entretenimiento en la tecnología y la diversión con sus familias.

1.7. Objetivos de la empresa**1.8. Corto plazo (2013-2014)**

- Poner en marcha una empresa que genere utilidades.
- Crear un nuevo estilo de diversión en la comunidad.
- Ser pioneros en la implementación de tecnología para diversión en un sitio público

1.9. Mediano plazo (2014-2016)

1. Posicionar la marca
2. Lograr la ubicación en los principales centros comerciales de Bogotá con la apertura de nuevas sucursales
3. Desarrollo de nuevos productos

1.10. Largo plazo (2016-2020)

- Crear un nuevo estilo de diversión en la comunidad.
- Desarrollo de nuevos productos
- Posicionamiento a nivel nacional (En las principales ciudades del país)

II. ESTUDIO DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.1. Justificación de la empresa

La creciente evolución de la tecnología a nivel mundial ha hecho que más familias Colombianas tengan acceso a la diversión con la plataforma 3D, con un televisor con tecnología 3D y una consola se logra una experiencia fantástica. Esta vivencia no es de acceso a todas las familias por esto se considera necesario un establecimiento en la ciudad de Bogotá que sea un centro de entretenimiento de alta tecnología y ofrezca una plataforma en tercera dimensión (3D) simulando realidad virtual, es decir, que el jugador tenga la sensación más aproximada de hacer parte del juego. Por otra parte, de acuerdo a estudios realizados la industria de videojuegos ha experimentado en los últimos años altas tasas de crecimiento, debido al desarrollo de la computación, capacidad de procesamiento, imágenes más reales y la estrecha relación entre películas de cine y los videojuegos, con lo cual los consumidores reconocen los títulos más pronto, lo cual deja una gran expectativa de crecimiento en el emprendimiento de una empresa de este tipo.

2.2. Nombre de la empresa

Razón Social: REALGAME S.AS.

Slogan: Activa tus Sentidos.

Logo:



2.3. Tipo de empresa

Es una empresa de servicios y se encuentra ubicada dentro de la clasificación de servicios de entretenimiento video juegos 3D

2.4. Ubicación y tamaño de la empresa

El local estará ubicado en el centro comercial Hayuelos en la Calle 20 No. 82 – 52, Costado Oriental Avenida Ciudad de Cali Sur-Norte, en el segundo piso Local 204, cuenta con un área de 60 metros cuadrados distribuidos en 4 metros de frente por 15 metros de fondo para un total de 60 metros cuadrados.

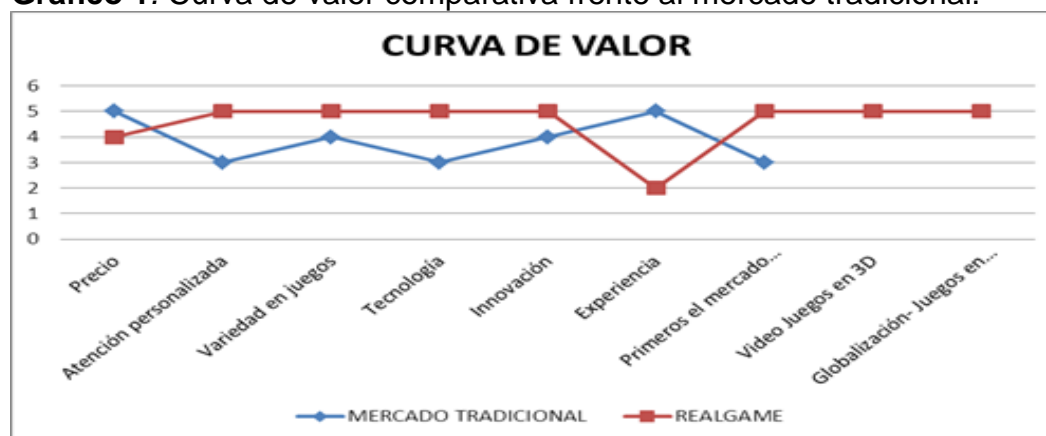
2.5. Servicio de REALGAME

El servicio que ofrece REALGAME tiempo de entretenimiento en videojuegos 3D, permitiendo al jugador acercarse a la realidad virtual tanto individualmente como en juegos en línea. Estos videojuegos pueden ser deportivos, de rol, de disparo, de estrategia o de simulación.

2.6. Ventajas competitivas del producto

A continuación se muestra una curva de valor con la que se representa gráficamente la dinámica competitiva del mercado actual como la percepción del valor desde el punto de vista del cliente. Esto, que a primera vista podría parecer algo trivial pero permite comprender de un vistazo de cuál es la estrategia competitiva de cada uno de actores del mercado.

Gráfico 1. Curva de valor comparativa frente al mercado tradicional.



Fuente: Los autores; Valor comparativo estimado con el mercado tradicional

3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Corto plazo (6 Meses)

- Conocimiento del cliente, sus expectativas, gustos, necesidades.
- Generar una estrategia de ventas de introducción al mercado

3.2. Mediano plazo (1 año)

- Posicionamiento del nicho de mercado y la posibilidad de extender las ventas a nuevas sucursales dentro de los centros comerciales de la ciudad de Bogotá.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Iniciar un departamento de mercadeo y ventas que investigue sobre nuevas tecnologías y las implemente.

3.3. Largo plazo (2 años)

- Permanecer y mantenerse en el mercado y crear nuevos puntos en otras ciudades de Colombia.
- Crear un nuevo estilo de diversión en la comunidad

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.1. Tamaño del mercado

Para definir el mercado objetivo se ha tomado la población de la ciudad de Bogotá por estratos y por localidades. Inicialmente consideramos que el segmento sean hombres y mujeres de estrato 3 en adelante de la ciudad de Bogotá.

Para lo anterior se observa la distribución de población por localidades y por estrato

Tabla 2. Estratificación de las localidades de la ciudad de Bogotá DC.

LOCALIDAD	Población por estratos							
	Bogotá año 2010 (proyect base 2005)							
	N.R	Estrato 1	Estrato 2	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Total
USAQUEN	12.409,21	14.851,76	49.453,00	141.596,61	125.500,60	70.315,77	90.629,37	504.756
CHAPINERO	1.586,99	5.679,95	10.637,91	9.898,92	32.758,73	14.006,89	48.421,61	122.991
SANTA FE	1.348,99	2.407,98	72.689,32	26.212,76	3.392,97	991,99	0,00	107.044
SAN CRISTOBAL	4.613,87	35.924,49	360.109,14	69.707,49	0,00	0,00	0,00	470.355
USME	3.011,15	85.538,06	235.021,80	0,00	0,00	0,00	0,00	323.571
TUNJUELITO	2.745,00	26,00	130.014,00	71.582,00	0,00	0,00	0,00	204.367
BOSA	2.981,60	5.161,61	538.214,80	38.879,04	0,00	0,00	0,00	585.237
KENNEDY	7.700,70	16.745,39	424.755,44	630.694,51	10.107,96	0,00	0,00	1.090.004
FONTIBON	4.064,88	0,00	27.858,32	287.477,65	64.648,14	0,00	0,00	384.049
ENGATIVA	9.964,01	5.170,07	89.439,64	708.188,22	33.254,06	0,00	0,00	846.016
SUBA	9.389,38	2.689,01	325.376,85	335.884,65	119.023,32	145.712,06	16.431,73	954.507
BARRIOS UNIDOS	2.196,01	11,00	0,00	112.634,64	57.744,33	3.966,02	0,00	176.552
TEUSAQUILLO	613,00	0,00	18,00	22.290,82	95.298,24	7.904,94	0,00	126.125
LOS MARTIRES	510,00	0,00	5.185,00	85.405,00	4.441,00	0,00	0,00	95.541
ANTONIO NARIÑO	98,00	0,00	7.833,00	90.424,00	0,00	0,00	0,00	98.355
PUENTE ARANDA	2.421,99	32,00	709,00	279.328,01	0,00	0,00	0,00	282.491
LA CANDELARIA	980,00	0,00	18.190,00	8.280,00	0,00	0,00	0,00	27.450
RAFAEL URIBE U	3.661,52	18.748,97	167.609,13	196.309,39	0,00	0,00	0,00	386.329
CIUDAD BOLIVAR	9.263,11	397.898,69	410.448,58	37.648,29	0,00	0,00	0,00	855.259
	79.559,40	590.884,98	2.873.562,93	3.152.442,01	546.169,36	242.897,66	155.482,70	7.640.999

Fuente: DAPD, Área de Estratificación y Monitoreo

En este cuadro se observa que la población de Bogotá para los estratos 3 en adelante es de 4.096.991 personas, teniendo en cuenta que inicialmente se empezara con un punto de servicio, ubicado en la localidad de Fontibón y para los estratos 3 y 4 tiene 352.125 personas. Ahora para segmentar las edades se tomara

la estructura de población para hacer un prorrateo de cuántas serían las personas entre 15 y 50 años:

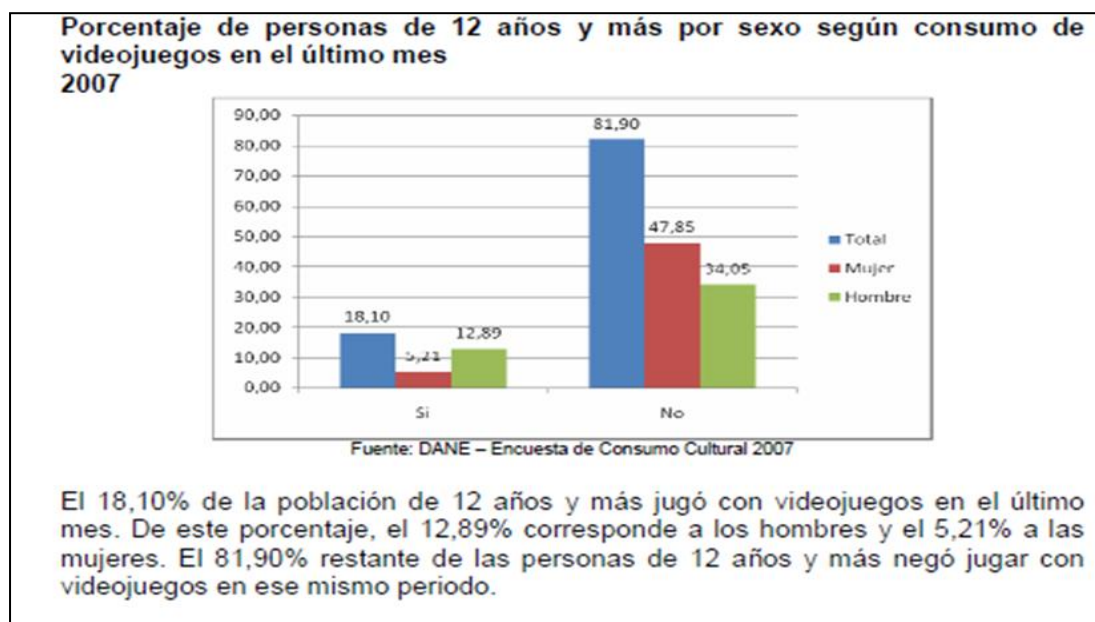
Tabla 3.

Estructura de la población de Bogotá D.C. a 30 de junio de 2007				
Edad	Total	Hombres	Mujeres	%
Total	7.050.228	3.390.872	3.659.356	
0-4	590.109	301.841	288.268	8,4%
5-9	613.023	312.756	300.267	8,7%
10-14	640.890	326.542	314.348	9,1%
15-19	623.002	317.315	305.687	8,8%
20-24	637.437	310.514	326.923	9,0%
25-29	635.966	303.059	332.907	9,0%
30-34	564.367	269.910	294.457	8,0%
35-39	524.201	248.112	276.089	7,4%
40-44	512.923	239.315	273.608	7,3%
45-49	454.264	208.728	245.536	6,4%
50-54	361.508	164.277	197.231	5,1%
55-59	278.870	126.307	152.563	4,0%
60-64	208.321	94.258	114.063	3,0%
65-69	149.204	65.106	84.098	2,1%
70-74	106.536	44.177	62.359	1,5%
75-79	76.272	31.837	44.435	1,1%
80 +	73.335	26.818	46.517	1,0%

Fuente: DANE, Proyecciones de Población 2006-2020

Este cuadro muestra que el 56% de la población estarían entre 15 y 50 años lo que Reduce de 352.125 a 197.391. De acuerdo al estudio del DANE que muestra lo siguiente en lo que se refiere al interés de las personas por los videojuegos:

Gráfico 2.



Fuente Dane; Encuesta de consumo Año 2007

Teniendo en cuenta esta cifra, queda 18.90% de 197.391 que corresponde a 35.530 personas. En el proyecto se desea empezar con el acaparamiento del mercado de un 4% lo que corresponde a 1.421 usuarios que asistirían por lo menos una vez al mes a adquirir el servicio.

4.2. Análisis de la competencia en el mercado

En el ejercicio de identificación de las empresas que compiten con el producto, no se encuentra algún centro que ofrezca un servicio especializado en videojuegos con tecnología 3D, pero hay algunos que ofrecen diversión con videojuegos unidimensionales entre los cuales se encuentra en primer orden la empresa videoplay la cual en los principales centros comerciales de la ciudad de Bogotá.

Por otro lado están los hogares de la ciudad de los estratos 3 a 6, los cuales tienen el poder adquisitivo para adquirir consolas de juego como X-Box 360, Play Station 3, Nintendo Wii, PSP Play Station Portátil.

En el presente año apareció el Café Internet Redlife que “ofrece a sus clientes servicios especializados en necesidades digitales para gamers que se encuentra dotado con consolas xbox, PS3 y computadores AlienWare, estos últimos son considerados como los equipos más aptos para jugar en línea por su desarrollada tarjeta de audio y video”¹

4.3. Satisfacción de una necesidad

La necesidad que satisface esta idea de negocio es la del entretenimiento o el ocio de los seres humanos.

“La Real Academia Española define al ocio como el "Tiempo libre de una persona. Diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas. La diversión es, justamente, uno de los objetivos específicos del ocio. Diversión que no significa sólo entretenimiento, sino la búsqueda de lo "diverso", la posibilidad de dar al cuerpo y mente otras materias primas de ocupación y crecimiento, bajo la concepción de que todo órgano o función que no se ocupa en su objetivo específico pierde su razón de ser y se atrofia.”²

4.3.1. Información que se desea conocer de los clientes potenciales

- Conocer si el producto es aceptable en el mercado.
- Si la idea es innovadora
- La frecuencia de uso del servicio

¹ PUBLIMETRO. Jueves 30 de agosto, P2

² <http://www.latinsalud.com/articulos/00434.asp>

- Los intereses de tipos de videojuegos
- Capacidad adquisitiva de los usuarios

5. CARACTERÍSTICA PRINCIPAL DEL MERCADO OBJETIVO

5.1. Tipo de preguntas que se van a formular.

En la encuesta aplicada se realizaron preguntas abiertas y de respuesta múltiple.

5.2. Ficha técnica

Fecha de realización: 5 al 9 de agosto de 2012

Grupo objetivo: Hombres y mujeres mayores de 15 años con gustos por los videojuegos o el entretenimiento.

Lugar de realización: Bogotá D.C.

Realizada por: Cielo Varela, Juan Carlos Ávila y Javier Fernández

6. ENCUESTA

Por favor diligencie esta pequeña encuesta. La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de un nuevo servicio.

1. Sexo____

Femenino Masculino

2. Edad

14-25

26-35

36-45

46-55

56-65

3. Nivel Educativo

Bachiller

Profesional

Posgrado

Maestría

Doctorado

4. Estrato

1

2

3

4

5

6

5. ¿Considera importante vivir nuevas experiencias con los avances de la tecnología para divertirse?

Si

No

6. ¿Qué tipo de actividad le gusta realizar para divertirse o entretenerse?

Actividades Deportivas

Actividades Lúdicas

Entretención con video juegos

Entretención con tecnología

7. ¿Qué lugar consideraría usted adecuado para encontrar entretenimiento con videojuegos?

Centro Comercial

Cerca al trabajo o a la universidad

6.1. Aplicación de la encuesta

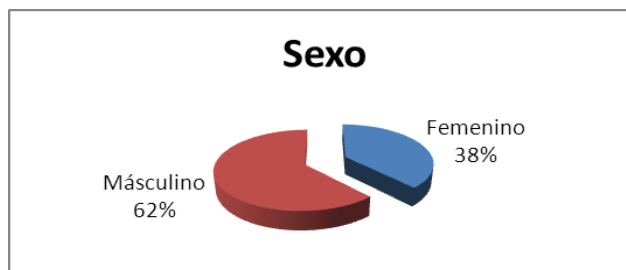
La información se obtuvo mediante encuestas electrónicas por medio de un formulario de 16 preguntas, se realizó a hombres y mujeres desde los 15 años en adelante, en su mayoría de estrato 3 con un nivel educativo profesional. Fue

realizada por los generadores de la idea y fue aplicada entre los días 5 y 9 de agosto de 2012 con un total de 84 personas encuestadas.

6.2. Tabulación de encuestas, interpretación y análisis de resultados.

1 - Sexo__

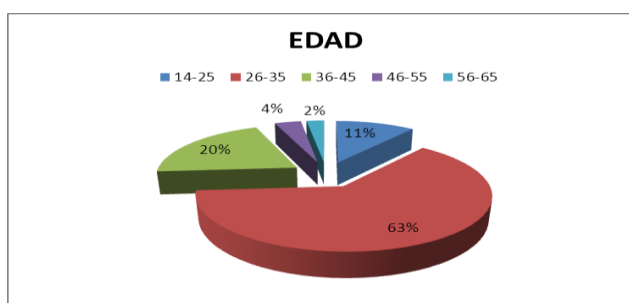
	Respuest.	Porcentaje
Femenino	32	38,10%
Másculino	52	61,90%



La encuesta fue contestada por 52 hombres y 32 mujeres, lo que representa un 62% y 38% respectivamente.

2 - Edad

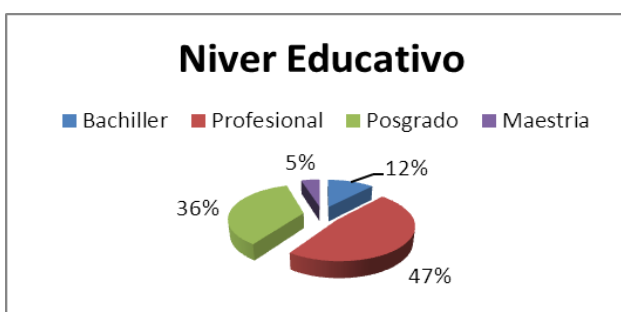
	Respuest.	Porcentaje
14-25	9	10,71%
26-35	53	63,10%
36-45	17	20,24%
46-55	3	3,57%
56-65	2	2,38%



Los encuestados se encuentran en su mayoría entre 26 y 35 años los cuales hacen un 63% del total.

3 - Nivel Educativo

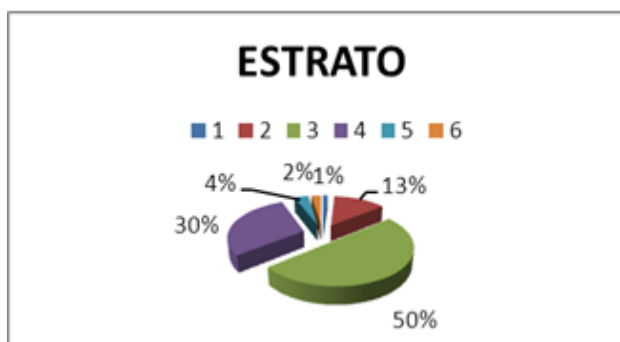
	Respuest.	Porcentaje
Bachiller	10	11,90%
Profesional	40	47,62%
Posgrado	30	35,71%
Maestría	4	4,76%
Doctorado	0	0%



Los resultados muestran que la mayor cantidad de encuestados tienen un nivel de educación Profesional y de Posgrados que corresponde a un 47,62 y 35,71% respectivamente.

4 - Estrato

	Respuest.	Porcentaje
1	1	1,19%
2	11	13,10%
3	42	50%
4	25	29,76%
5	3	3,57%
6	2	2,38%



La mitad de los encuestados corresponden a estrato 3 y un 30% a estrato 4.

5 - ¿Considera importante vivir nuevas experiencias con los avances de la tecnología para divertirse?

	Respuest.	Porcentaje
Si	75	90,36%
No	8	9,64%



Se puede observar que la tecnología es un tema muy aceptado entre la población con un 90% de aceptación.

6 - ¿Qué tipo de actividad le gusta realizar para divertirse o entretenerse?

	Respuest.	Porcentaje
Actividades Deportivas	35	41,67%
Actividades Lúdicas	13	15,48%
Entretención con video juegos	9	10,71%
Entretención con tecnología	27	32,14%



Aunque las personas tienen gusto por la tecnología, en sus actividades de entretención prefieren hacer actividades deportivas. Esta inclinación se puede aprovechar para incursionar en videojuegos deportivos.

7 - ¿Qué lugar consideraría usted adecuado para encontrar entretenimiento con videojuegos?

	Respuest.	Porcentaje
Centro Comercial	40	49,38%
Cerca al trabajo o a la universidad	5	6,17%
Cerca a la vivienda	36	44,44%



Con esta respuesta se puede asumir que la mayoría de las personas quiere tener un plan de entretenimiento familiar que nos confirma nuestra intención de que nuestra plaza sean los centros comerciales.

8 - Considera usted importante un lugar exclusivo dedicado al entretenimiento con video juegos?

	Respuest.	Porcentaje
SI	57	69,51%
NO	25	30,49%



Teniendo en cuenta que hoy en día muchos de los hogares adquieren tecnología para entretenimiento con videojuegos, es importante resaltar que esta respuesta nos confirma que un sitio público para video juegos con tecnología actual, será un éxito.

9. Qué le gustaría encontrar de novedoso en un lugar público de videojuegos?

Juegos en 3D

Juegos 3D, juegos sin controles o con dispositivos wireless.

Toda variedad de videojuegos

Más tecnología. Organización, menos gente.

juegos en línea y campeonatos

COMODIDAD - SEGURIDAD – MUSICA

Realidad virtual y tecnología de punta

Algo que permitirá aislar los ruidos que hacen los demás. Cómo cámaras individuales por juego

Con asesoría técnica brindada por profesionales

aislar los sonidos de cada juego

Privacidad

que sea interactivo

EXPERIENCIAS MULTIMEDIA

Nueva tecnología

Que utilice tecnología amigable

juegos fáciles que no tenga que oprimir tantos botones

Juegos en realidad virtual, juegos en 3D para jugar en equipo y juegos de última tecnología.

Una comunidad bien organizada

videojuegos de rol y estrategia

SERVICIO DE ALIMENTACION

que presenten alternativas como juegos de grupos

Karaoke, tv 3d, guitarra y batería de xbox.

Variedades en video juegos especialmente innovación en deportes

Es importante tener actividades que contribuyan al aprendizaje y a la adquisición de nuevos conocimientos. Que los mismos juegos ayuden al desarrollo de la creatividad y al aprendizaje de nuevas actividades y que no contengan violencia.

Elementos interactivos

SEPARCIÓN ENTRE ENTRETENIMIENTO DE LOS NIÑOS Y LOS ADULTOS JUNTO CON ESPACIOS DE COMIDA Y BEBIDAS ALCOHOLICAS PARA ADULTOS

Simuladores de moto

Nuevos juegos, espacios interactivos donde se pueda utilizar los juegos promocionados. Y variedad de precios adcequibles a todos los bolsillos.

Variedad en los videojuegos, videojuegos en grupo, y algo que sea económico

Juegos multiplayer

No soy amante de los videojuegos. Prefiero algo deportivo

Que este a la vanguardia.

Que sea publico

Privacidad al momento de jugar así como algo novedoso, que pueda sentir experiencias diferentes como estar inmerso en el juego.

kinect sports, pero en un lugar acogedor y espacioso

Accesibilidad

Variedad de vídeo juegos, precios accesibles y diferentes formas de pago

Variedad, no hay mucha oferta a la hora de comprar. El costo legal de un video juego es bastante elevado.

Juegos para todas las edades

Competencias en línea con otros jugadores del mundo

Niñas Hermosas atendiendo el lugar. Diseñó para personas invidentes.

Realidad virtual

Precios y novedades

que se vean mas salas de juegos con xbox 360 kinect

Lo ultimo en tecnología

Simuladores.

Juegos con sensaciones de realidad, luz, calor, frio

Más juegos de disparo, mayor realidad en las imágenes, más desafío

que se incluya tercera dimensión

consolas de videojuegos en 3D

Juegos con gráficos de alta definición

Juegos de reciente lanzamiento en el mercado

Los últimos videojuegos del mercado, así como las alternativas de desarrollo dentro de los videojuegos.

Estas respuestas serán un insumo importante para la realización del mix de marketing.

10 - Conoce usted la tecnología 3D para Video Juegos?

	Respuest.	Porcentaje
Si	31	38,27%
No	50	61,73%

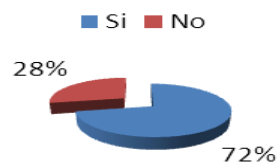
Conoce usted la tecnología 3D para Video Juegos?



11 - Estaría dispuesto a pagar tiempo de entretenimiento en video juegos con tecnología 3D?

	Respuest.	Porcentaje
Si	59	71,95%
No	23	28,05%

Estaría dispuesto a pagar tiempo de entretenimiento en video juegos con tecnología 3D?



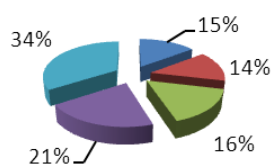
Lo que se puede observar en estas dos respuestas es que la debilidad en el conocimiento de la tecnología 3D para video juegos, deja un gran reto para dar a conocer a REALGAME como el entretenimiento número uno en videojuegos 3D, realizando un mix de mercado que logre darse a conocer y llegar a los clientes que están dispuestos a pagar.

12 - Consideraría que la realidad virtual en Video Juegos sería más útil para:

	Respuest.	Porcentaje
Juegos de rol	19	23,75%
Juegos de Disparo	18	22,50%
Juegos de Estrategia	21	26,25%
Juegos de deportes	27	33,75%
Juegos de Simulación	44	55%

Consideraría que la realidad virtual en Video Juegos sería más útil para:

■ Juegos de rol ■ Juegos de Disparo
 ■ Juegos de Estrategia ■ Juegos de deportes
 ■ Juegos de Simulación



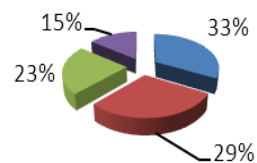
Esta respuesta será utilizada para la adquisición de juegos principalmente de simulación, seguido de deportes y estrategia.

13 - A continuación seleccione la actividad más atractiva una de las actividades que ha realizado o que le gustaría realizar para entretenerse:

	Respuest.	Porcentaje
Cine en 4D	20	24,69%
Juegos de Video en 3D	20	24,69%
Cine en 3D	18	22,22%
Parques de Diversiones	14	17,28%
CineDomo Maloka	9	11,11%

¿A continuación seleccione la actividad más atractiva una de las actividades que ha realizado o que le gustaría realizar para entretenerse?

■ Juegos de Video en 3D ■ Cine en 3D
 ■ Parques de Diversiones ■ CineDomo Maloka

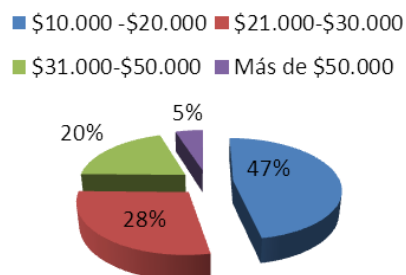


Se encuentra que el 62 % de personas quiere entretenerse con tecnología 3D, lo cual es un dato muy significativo para centralizar los esfuerzos en la introducción al mercado de REALGAME.

14 - Qué presupuesto invierte o estaría dispuesto a invertir en la actividad que calificó como número uno (1), es decir la más atractiva, por persona en un día?

	Respuest.	Porcentaje
\$10.000 - \$20.000	38	46,91%
\$21.000 - \$30.000	23	28,40%
\$31.000 - \$50.000	16	19,75%
Más de \$50.000	4	4,94%

Cuánto estaría dispuesto a pagar por un día?

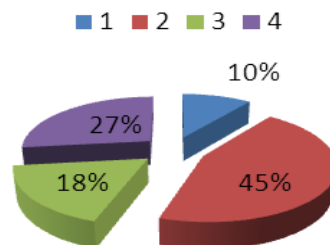


Se observa que el 47% de la población encuestada está dispuesta a pagar hasta \$20.000, esto nos hace proyectar que un cliente podría estar en las instalaciones hasta 4 horas.

15 - Con cuántas personas en promedio desarrolla la citada actividad o a cuántos familiares o amigos invitaría a realizar la actividad que es de su preferencia?

	Respuest.	Porcentaje
1	8	9,76%
2	35	42,68%
3	14	17,07%
4	21	25,61%
Más de 4	4	4,88%

Con cuántas personas en promedio desarrolla la citada actividad ?

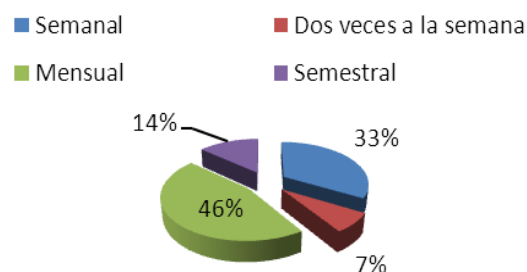


Aparentemente la población asistiría al sitio en plan familiar o de amigos, lo que nos da una oportunidad de diversificar el servicio para edades variadas.

16 - Con qué frecuencia realizaría la actividad que es de su preferencia?

	Respuest.	Porcentaje
Semanal	27	33,33%
Dos veces a la semana	6	7,41%
Mensual	37	45,68%
Semestral	11	13,58%

Con qué frecuencia realizaría la actividad que es de su preferencia?



La respuesta a esta pregunta es un gran insumo para la proyección de ventas de la empresa, ya que permite cuantificar el número de visitas mensualmente.

7. ANÁLISIS DE LAS 4C's EN LA EMPRESA

7.1. Cliente

Para conocer lo que el cliente de REALGAME desea se ha realizado una pregunta en la encuesta en la que arroja como resultado, que el cliente desea encontrar variedad de juegos con tecnología 3D, quiere sentirse en un ambiente, organizado, seguro, divertido, personalizado y claramente adecuado a su edad estableciendo una diferencia entre el espacio para niños y el espacio para adultos. Desea obtener nuevas experiencias que no sean complejas de asimilar y que además tengan en cuenta su diversidad. Es un cliente exigente que espera la mejor tecnología amigable, interactividad personal y grupal a nivel internacional, mayor acercamiento a la realidad virtual.

7.2. Comunicación

La comunicación con los clientes de REALGAME se realizará directamente en la prestación del servicio y a través de los siguientes canales:

- Publicación en la revista del Centro Comercial: Se pautará en la revista del centro comercial que es distribuida por el sector.
- Pauta en revistas o publicaciones de universidades. (Averiguar con la EAN como funciona)
- Pauta en el programa radial Pantalleros de Radioactiva.
- Comunicación con Clubs dedicados a realizar actividades especiales de un Hobbie específico.
- Se distribuirán folletos en los conjuntos y viviendas cercanas al centro comercial.

7.3. Costo-Beneficio

El servicio que se ofrecerá en REALGAME le generará al cliente un beneficio de entretenimiento equitativo al costo en el cual incurrirá, y para el pago de este se ofrecerá facilidad de pago en lo que respecta al medio de pago y la agilidad en la compra del tiempo. Adicional a esto se programarán actividades que generen en él una sensación de ahorro y confianza lo que fomentará la fidelidad. Dichas actividades inicialmente serán:

- Se realizará el programa "TE INVITO", para el lanzamiento del servicio, en el que presentando tickets (facturas de venta) que sumen 10 horas de juego se regalará un una hora adicional.
- En el establecimiento se tendrá una urna en la que los usuarios introducirán el ticket el cual tiene un número, para participar en la rifa mensual de 10 horas de juego.

7.4. Conveniencia

Teniendo en cuenta que para el cliente es conveniente tener un plan de entretenimiento familiar preferiblemente cercano a su lugar de vivienda, el servicio se prestará en los centros comerciales de la ciudad. Con una ubicación inicial de introducción al mercado en el centro comercial Hayuelos en la Calle 20 No. 82 – 52, Costado Oriental Avenida Ciudad de Cali Sur-Norte, en el segundo piso Local 204.

El estudio de mercado muestra una aceptación del 90% respecto a los gustos por la tecnología y el 62% quiere entretenerse con tecnología 3D, lo cual va de la mano con el desarrollo tecnológico que se presenta a nivel global en los diferentes mercados, especialmente en el de la diversión que aunque su tendencia es virtual, se demuestra la necesidad de compartir con amigos o familia esta diversión pero no solo para compartir en la casa sino poderlo hacer en un lugar externo especializado porque se quiere adquirir conocimientos como el de la tecnología 3D. Lo anteriormente descrito muestra que REALGAME tiene gran posibilidad de introducción al mercado.

III ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

8. PROCESOS

8.1. Proceso productivo

El servicio a prestar consiste en un tiempo limitado de entretenimiento basado en video juegos de alta tecnología 2D y 3D. De este modo el usuario ingresa al local siempre y cuando cumpla con el requisito mínimo de edad 14 años (Ley 1554 de 2012)³ adquiere su ficha en la caja de pago para adquirir su derecho a ingresar a una estación de juego, en este lugar es asesorado por un técnico de sala quien le ofrecerá los diversos temarios en los que podrá disfrutar su tiempo de juego.

8.2. Objetivos

- Corto plazo: Establecer una estructura idónea con tecnológica 2D y 3D que permita generar un espacio de diversión y entretenimiento en el sector, así mismo generar prácticas sanas de competencia entre usuarios y en línea.
- Mediano plazo: Implementar simuladores de videojuegos 4D, también fomentar campeonatos en sitio y capacidad para generar una cobertura Internacional en línea, posicionar la marca y ampliación de sucursales en los principales centros comerciales de Bogotá.
- Largo plazo: Ampliación de sucursales con las mismas características tecnológicas en las principales ciudades del país como Medellín, Cali y Barranquilla, Fomentar una nueva cultura de diversión y entretenimiento en video juegos.

8.3. Especificaciones de los juegos:

Debido a la diversidad en videojuegos, se planteo para la etapa de corto plazo contar con los más significativos y de más auge en el mercado como son los deportivos como el futbol y el automovilismo, también de danza y combate hombre a hombre y de disparo y cacería.

Los juegos seleccionados contienen alto contenido tecnológico y generan altos esfuerzos mentales y motrices para poder superarlos. Se conoce que un video juego es un software creado para el entretenimiento en general y basado en la interacción entre una o varias personas por medio de un controlador y un aparato electrónico que ejecuta dicho programa, este dispositivo electrónico puede ser una computadora, una máquina o una videoconsola.

- PES2013: Juego de campeonato de futbol con las ligas de Europa, Mundial de África 2010, Campeonatos Suramericanos, mundial de clubes.

³ www.revistagobierno.com/.../12134-nueva-ley-establece-restricciones

- CHAMPION-LIGE 2012 y 2013: Juego de futbol que recrea el campeonato de los campeones de futbol de los países europeos.
- HALO 4 Y 5: Recreación de combates con armamento y alta tecnología
- RESIDENT EVIL 4 Y 5: Video juego de acción y aventura que recrea la supervivencia de la raza humana.
- GEARS OF WAR 3: Juego de simulación de combate hombre maquina
- NEED FOR SPEED NITRO: Competencia con automóviles de alta gama que recrea carreras en la categoría turismo en las principales capitales del mundo.
- DANCE AND DISCO: Simulador de Baile con altos esfuerzos físicos.

8.4. Diagrama de flujo del proceso

A continuación se ilustra el diseño del proceso mediante un diagrama de flujo:

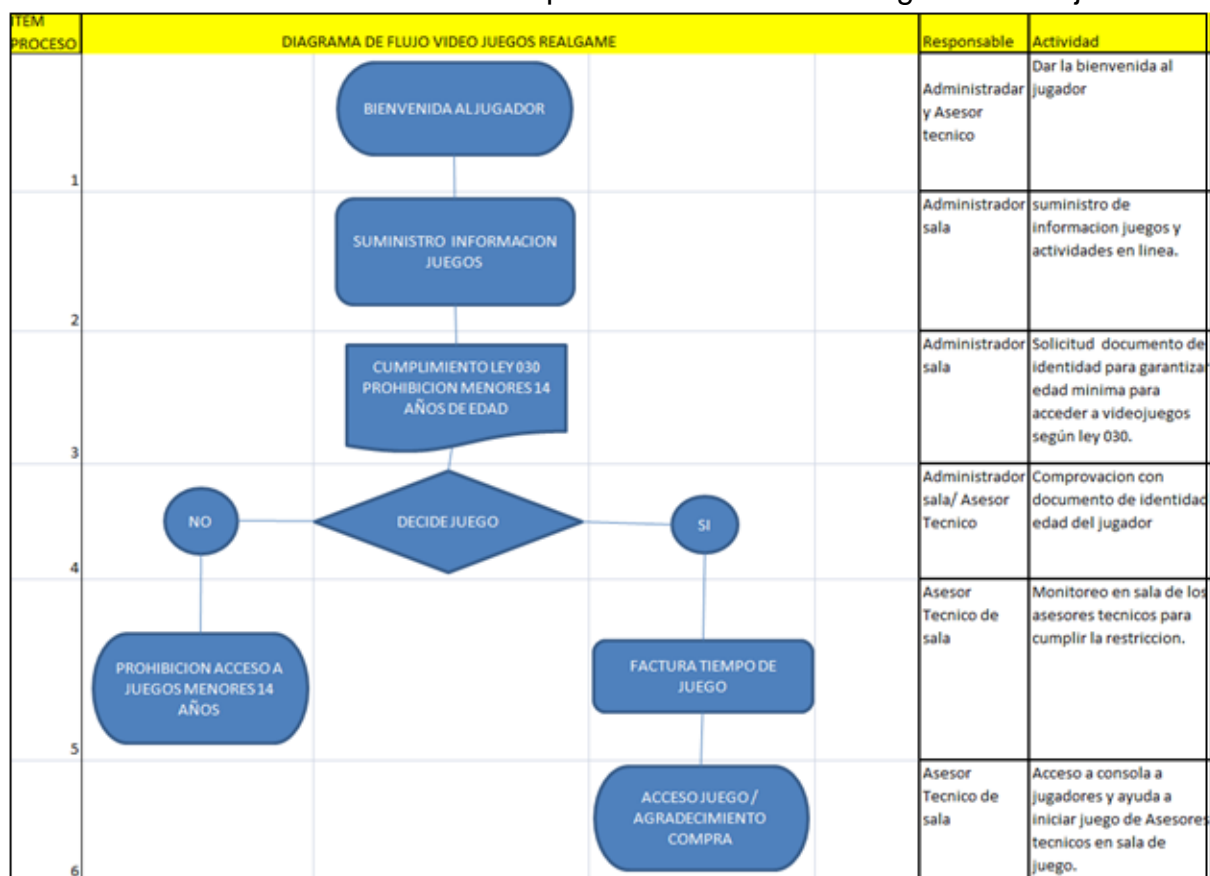


Figura 1. Diagrama de Flujo del proceso. Nota: El diagrama es definido de acuerdo a las actividades realizadas por el responsable de cada proceso según los autores.

8.5. Tecnología Requerida

La tecnología requerida para la puesta en marcha del proyecto consiste en:

- TV de 40" 3D⁴: Un televisor es un aparato electrónico destinado a la recepción y reproducción de imágenes, usualmente consta de una pantalla y mandos o controles. La palabra viene del griego tele (τῆλε, «lejos») y latín visor (agente de videre, «ver»). La Televisión 3D se refiere a un televisor que permite visualizar imágenes en 3 dimensiones, utilizando diversas técnicas para lograr la ilusión de profundidad tres dimensiones.
- Consolas Xbox: Primera videoconsola reproductora grafica de mesa producida por Microsoft, en colaboración con Intel.
- Kinect: Es un controlador de juego libre y entretenimiento, permite a los usuarios controlar e interactuar con la consola sin necesidad de tener contacto físico con un control tradicional, mediante una interfaz natural de usuario que reconoce gestos y comandos de voz.
- Timón Inalámbrico (Need for speed y F1): Controlador para simuladores de automóviles, permitiendo el juego más real.
- videos juegos por estación (Se conoce estación de juego a 1Tv 3D, 1Consola Xbox, 1Kinect y Timón): Es un software creado para el entretenimiento en general, basado en la interacción entre una o varias personas por medio de un controlador.

8.6. Equipos e Instalaciones

Las características técnicas de los equipos necesarios para la puesta en marcha del proyecto son:

- Televisores marca SAMSUNG LED 3D 40" con REF-UN40EH6030
- Consola Xbox 4G, con capacidad para 4 Gigas de memoria
- KINECT XBOX 360, Sensor de Movimiento
- Xbox 360 Wireless Need for Speed, Timon Inalambrico
- Juegos para Xbox-360 PES2012, CHAMPION-LIGE 2012, HALO 4 Y 5, RESIDENT EVIL 4 Y 5, GEARS OF WAR3, NEED FOR SPEED NITRO, DANCE AND DISCO, SONIC NEW GENERATION.

⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisor>
http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n_3D

8.7. Cotizaciones.

The screenshot shows four product listings from Amazon.com:

- Pro-Evolution Soccer 2012** by Konami: Rated Everyone, 4.5 stars (19 reviews), List Price: \$29.99, Price: \$19.99 (33% off), eligible for FREE Super Saver. Special Offers Available.
- Xbox 360 Console** by Microsoft: Platform: Xbox 360, 4.5 stars (560 reviews), List Price: \$299.99, Price: \$299.00, ships for FREE with Super. You Save: \$0.99.
- Samsung LED 3D 40" UN40EH6030**: Código producto: 1750313, Internet: \$1.599.900.
- Xbox 360 Wireless Speed Wheel** by Microsoft: Platform: Xbox 360, Rated: Rating Pending, 4.5 stars (20 reviews), List Price: \$39.99, Price: \$29.99 (25% off), ships for FREE with Super Saver Shipping. You Save: \$10.00.

Figura 2. Cotizaciones. Nota: Los productos fueron cotizados en la tienda virtual online www.amazon.com y en los almacenes de cadena Falabella Colombia.

El valor de los video juegos y la consola esta en dólar estadounidense y el precio del Tv 3D está en Pesos Colombianos.

8.8. Proveedores y cotizaciones.

Tabla 4. Valor individual y relación por cantidades

DOLAR TMR	PRODUCTO	VALOR UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	TOTAL EN PESOS
US\$1791	Tv 40" 3D	\$1.600.000	17	\$27.200.000	\$27.200.000
	CONSOLA XBOX 360 Y KINECT	US\$299	17	US\$5083.83 x 1791= \$9.103.653	\$9.103.653
	TIMON INHALAMBRICO	US\$29.99	17	US\$509.83 x 1791= \$913.105	\$913.105
	UNIDAD VIDEO JUEGOS	US19	15	US\$285 x 1791= \$510.435	\$510.435
	FACTURADOR	\$1.000.000	1	\$1.000.000	\$1.000.000
	TOTAL				\$46.894.154

Nota: El valor del dólar se tomo acuerdo al TRM vigente al día de la cotización.

9. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

9.1. Ubicación estratégica

El centro de entretenimiento contara con una ubicación inicial de introducción al mercado en el centro comercial Hayuelos en la Calle 20 No. 82 – 52, Costado Oriental Avenida Ciudad de Cali Sur-Norte, en el segundo piso Local 204.



Figura 3. Mapa de ubicación tomado de google maps.

10. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN

10.1. Diseño

El diseño del sitio constara de un área de 60 metros cuadrados distribuidos en 4 metros de frente por 15 metros de fondo.

10.2. Distribución

Las estaciones de juego estarán distribuidas de forma lineal sobre la pared, cada estación tiene un diámetro de juego de 1.50 metros de ancho y 2 metros de fondo separados por 1 metro de pared falsa entre los campos de juego evitando que el jugador invada el terreno de la estación continua, como se observa en la siguiente figura.

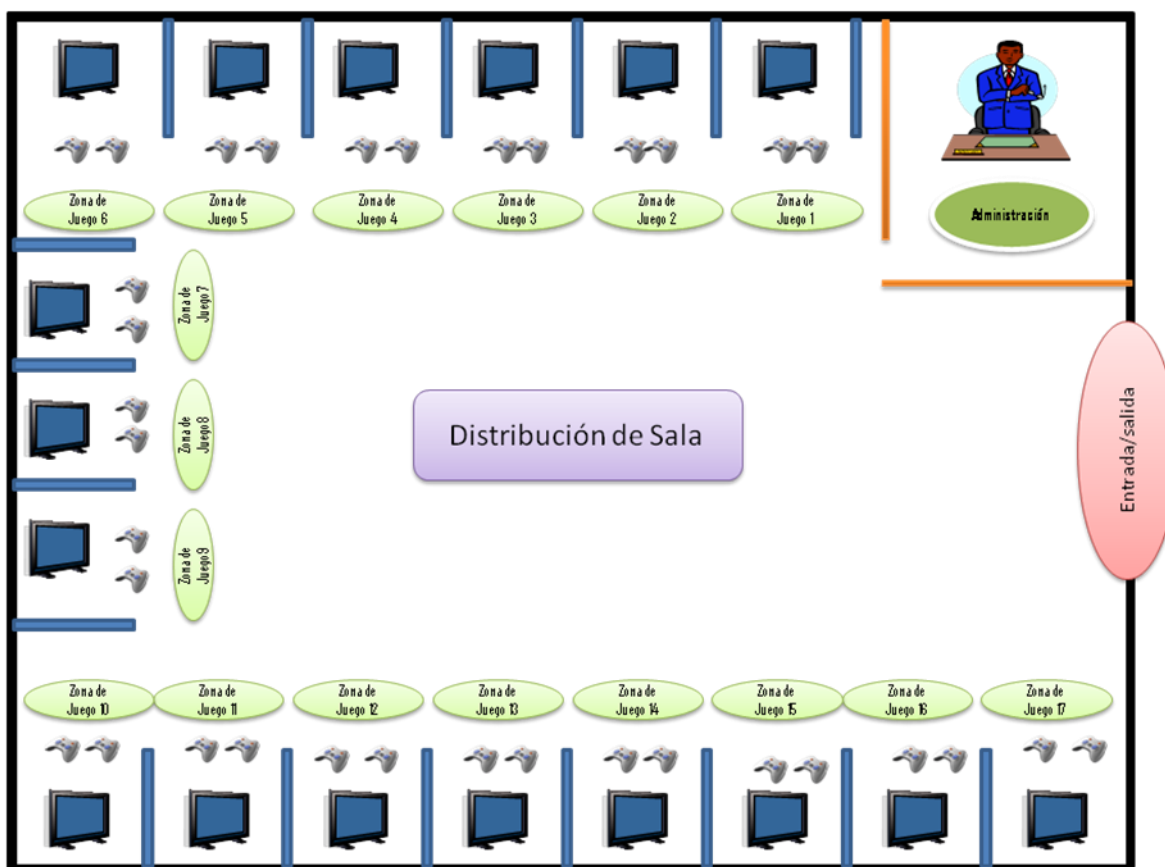


Figura 4. Distribución de las estaciones de juego en el área determinada del local.

11. MANO DE OBRA REQUERIDA

11.1. Mano de Obra

Para la operación y funcionamiento del negocio se tiene estimado un requerimiento de cuatro personas con las siguientes características, un administrador quien estará recaudando el dinero y tres operarios técnicos con conocimientos para garantizar ayuda a los clientes en sala. También se establece que uno de los inversionistas del proyecto realizara labores gerenciales para el buen control y administración de los recursos, es decir realizara cierres y los balances contables del negocio.

12. ASPECTOS PRE OPERATIVOS DE LA EMPRESA

Tabla 5. Responsabilidad de aspectos pre- operativos

ITEM	ACTIVIDAD	PERSONA O AREA RESPONSABLE	PERIODO DE REALIZACION
1	Montaje empresa y oficina	Gerente	1 al 20 de marzo
2	Contacto de proveedores	Gerente	15 al 20 de marzo
3	Selección y contrato de personal	Gerente/ Administrador de Sala	20 al 30 de marzo
4	Compra de video juegos	Gerente/ Administrador de Sala	20 de marzo
5	Compra de equipos	Gerente/ Administrador de Sala	22 al 23 de octubre y del 23 al 27 octubre

13. COSTOS

13.1. Costo de ventas

El Costo de ventas está discriminado de la siguiente manera:

Tabla 6. Costo de Ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
+ MANO DE OBRA DIRECTA	90.724.080,00	94.353.043,20	98.127.164,93	102.052.251,53	106.134.341,59
+ COSTOS IND. FABRICACIÓN	81.387.415,30	84.301.939,30	87.327.215,21	90.467.451,61	93.727.016,99
= COSTO DE ARTICULOS DISP. PARA LA VENTA	172.111.495,30	178.654.982,50	185.454.380,14	192.519.703,13	199.861.358,57
= COSTO DE VENTAS	172.111.495,30	178.654.982,50	185.454.380,14	192.519.703,13	199.861.358,57
COSTO UNITARIO POR PRODUCTO O SERVICIO	2.812,28	2.834,17	2.856,35	2.878,80	2.901,54
COSTO VARIABLE UNITARIO PRODUCTO O SERVICIO	1.482,42	1.496,81	1.511,34	1.526,02	1.540,83
COSTO FIJO UNITARIO POR PRODUCTO O SERVICIO	1.329,86	1.337,36	1.345,00	1.352,79	1.360,71

Nota: Se han proyectado costos para un solo punto de venta.

13.2. Mano de Obra directa

Tabla 7. Desglose de Mano de Obra directa

DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	21.546.960,00
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	21.546.960,00
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	21.546.960,00
Administrador	17.160.000,00	8.923.200,00	-	26.083.200,00
0	-	-	-	-
TOTAL	58.344.000,00	30.338.880,00	2.041.200,00	90.724.080,00

AÑO2

DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	22.408.838,40
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	22.408.838,40
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	22.408.838,40
Administrador	17.160.000,00	8.923.200,00	-	27.126.528,00
0	-	-	-	0,00
TOTAL	58.344.000,00	30.338.880,00	2.041.200,00	94.353.043,20

AÑO3

DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	23.305.191,94
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	23.305.191,94
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	23.305.191,94
Administrador	17.160.000,00	8.923.200,00	-	28.211.589,12
0	-	-	-	0,00
TOTAL	58.344.000,00	30.338.880,00	2.041.200,00	98.127.164,93

AÑO4

DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	24.237.399,61
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	24.237.399,61
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	24.237.399,61
Administrador	17.160.000,00	8.923.200,00	-	29.340.052,68
0	-	-	-	0,00
TOTAL	58.344.000,00	30.338.880,00	2.041.200,00	102.052.251,53

AÑO5

DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	25.206.895,60
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	25.206.895,60
Asesor Técnico	13.728.000,00	7.138.560,00	680.400,00	25.206.895,60
Administrador	17.160.000,00	8.923.200,00	-	30.513.654,79
0	-	-	-	0,00
TOTAL	58.344.000,00	30.338.880,00	2.041.200,00	106.134.341,59

Nota: Se han proyectado costos para un solo punto de venta.

13.3. Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 8. Desglose de Costos Indirectos de Fabricación

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ARRIENDOS	66.042.000,00	68.551.596,00	71.156.556,65	73.860.505,80	76.667.205,02
SERVICIOS	3.780.000,00	3.923.640,00	4.072.738,32	4.227.502,38	4.388.147,47
PAPELERIA - FACTURAS	1.080.000,00	1.121.040,00	1.163.639,52	1.207.857,82	1.253.756,42
ASEO Y CAFETERIA	5.796.000,00	6.016.248,00	6.244.865,42	6.482.170,31	6.728.492,78
DEPRECIACIONES	4.689.415,30	4.689.415,30	4.689.415,30	4.689.415,30	4.689.415,30
TOTAL	81.387.415,30	84.301.939,30	87.327.215,21	90.467.451,61	93.727.016,99

Nota: Se han proyectado costos para un solo punto de venta.

14. FIJACIÓN DE PRECIOS

Para la fijación de precios se tiene en cuenta la siguiente fórmula aplicada en el estudio financiero.

$$\text{PRECIO DE VENTA} = \frac{\text{COSTOS TOTALES} - (\text{COSTOS TOTALES} * \text{IMPUESTOS})}{1 - ((\% \text{ UTILIDAD DESEADO}) - (\text{IMPUESTOS}))}$$

De lo cual se obtiene como resultado:

Tabla 9. Precio potencial de venta

AÑO 1	=	$\frac{111.872.471,95}{0,35}$	319.635.634,13	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =>	5.222,80
AÑO 2	=	$\frac{116.125.738,63}{0,35}$	331.787.824,64	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =>	5.263,47
AÑO 3	=	$\frac{120.545.347,09}{0,35}$	344.415.277,40	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =>	5.304,65
AÑO 4	=	$\frac{125.137.807,04}{0,35}$	357.536.591,53	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =>	5.346,35
AÑO 5	=	$\frac{129.909.883,07}{0,35}$	371.171.094,50	PRECIO POTENCIAL DE VENTA =>	5.388,57

Nota: Se ha proyectado el precio para un solo punto de venta.

IV. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

15. ORGANIGRAMA

15.1. Diseño Organigrama

A continuación se presenta la estructura organizacional de la empresa RealGame.

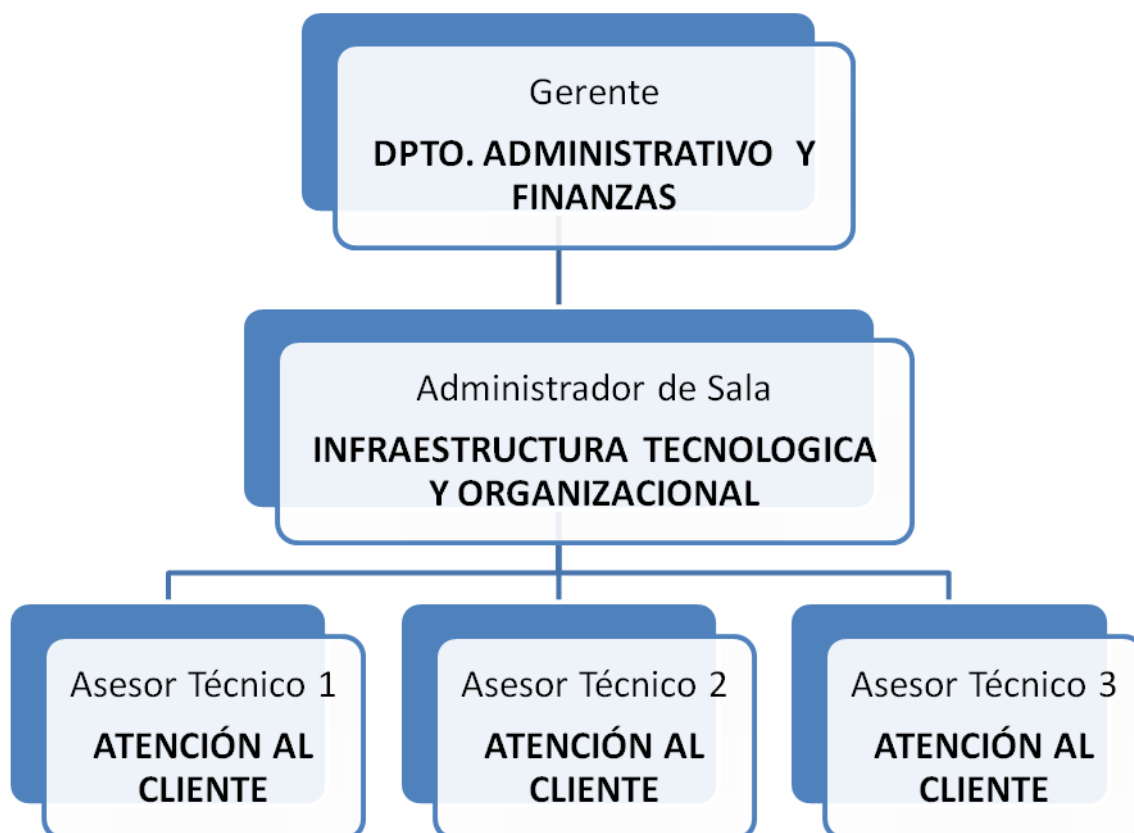


Figura 5. Organigrama

16. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

16.1. Departamento Administrativo y Finanzas.

Esta área es la encargada de dar soporte logístico y operativo, que contribuye al cumplimiento de la misión, visión y políticas, y planeación estratégica de la empresa.

16.2. Objetivo general

El Departamento Administrativo y Finanzas, está encargado de identificar, proyectar y controlar la capacidad de operación de la empresa RealGame, y garantizar los

insumos necesarios que permitan al área de infraestructura tecnológica y organizacional contar con los recursos necesarios que le permitan ofrecer el servicio de video juegos en tercera dimensión, con la calidad, oportunidad que desea la empresa.

16.3. Objetivos específicos cortó plazo (2014-2016)

- Identificar y dar a conocer a todos los integrantes de la empresa RealGame, la capacidad instalada con que cuenta la empresa, y así poder definir la proyección de ventas semanal, mensual, semestral, anual y en los periodos de tiempo que sean requeridos para los diferentes análisis que sean necesarios para evaluar los ingresos y egresos de la empresa.
- Tener un control de los ingresos y egresos de la empresa, que permita cumplir con las obligaciones de la empresa, y advertir de forma preventiva las situaciones de carácter operativo, logístico, administrativo y financiero que sea necesario atender o manejar de forma especial.
- Tener todos los documentos del área contable al día, que le permita a los directivos de la empresa, obtener informes y evaluar el estado de la empresa que le permita tomar decisiones de forma confiable.
- Atender, informar y cumplir con las responsabilidades financieras que se generen del giro de la empresa.

16.4. Objetivos específicos Mediano plazo (2016-2020)

- Trabajar de la mano del área de infraestructura tecnológica para la búsqueda de nuevas tecnologías que le permitan mantener en él giro del negocio, la innovación de los servicios y el desarrollo de nuevos productos.
- Presentar a la empresa diferentes posibilidades que permitan diversificar los servicios o productos, buscando ser una empresa de carácter dinámico, que ofrece diversión con tecnología de punta.

16.5. Cargos

Para el presente departamento inicialmente se proyecta la contratación de un gerente, que preferiblemente cuente con conocimientos en el manejo de empresa relacionada con servicios de recreación, diversión, video juegos, o parques de diversiones.

16.6. Clase de contrato.

Para el presente departamento, se establece un contrato a término definido de un año, en el cual se cubre el pago de seguridad social, prestaciones sociales y aportes parafiscales.

16.7. Descripción del cargo y funciones - Gerente

16.7.1 Función Principal

Planear, controlar, organizar y ejecutar las acciones necesarias, que permiten establecer la planeación estratégica, buscando el cumplimiento de la misión, visión y objetivos establecidos por la empresa REALGAME, las cuales siempre deberán tener en cuenta como objetivo principal la atención integral del cliente.

16.7.2 Otras funciones

1. Establecer, aprobar y actualizar los procedimientos con los cuales operara la empresa REALGAME.
2. Establecer las acciones necesarias para que cada una de las personas a su cargo conozca y aplique a través de sus responsabilidades la misión, visión, objetivos específicos y planeación estratégica establecido por la empresa REALGAME.
3. Mantener comunicación constante con el personal administrativo y operativo que permitan la retroalimentación de la información y comunicaciones que constantemente maneja la empresa REALGAME.
4. Responder por los movimientos y libros contables de la empresa, cumpliendo en todo momento con el marco normativo y legal establecido por la ley colombiana.
5. Aportar instrumentos que permita a la empresa conocer constantemente, el nivel de satisfacción, y la necesidad de nuevos productos en el servicio.
6. Identificar de forma constante la búsqueda de nuevos mercados que este dentro del giro del negocio, buscando siempre aumentar la rentabilidad de la empresa en mercado en un ambiente legal y responsable.
7. Asistir a las reuniones que sea requerido por los jefes inmediatos o directivos de la Empresa REALGAME.
8. Atender los requerimientos realizados por los clientes de la empresa REALGAME, de forma oportuna, respetuosa y amable.
9. Responder de forma oportuna y eficiente, a las novedades que se presenten en el establecimiento a su cargo en lo relacionado a los equipos a su cargo, colaboradores a su cargo, o clientes que sean afectados al interior o por la actividad del estableciendo de la empresa REALGAME.
10. Dar cumplimiento a las actividades establecidas por la empresa REALGAME, para la atención del los clientes y operación el interior del centro de Juegos en tercera dimensión REALGAME

16.8. Atributos para el cargo. - Gerente

Número de Cargos: uno (1).

Profesional Administración de Empresas, Ingeniería de Sistemas o Ingeniería Industrial

Experiencia de 1 Año en Gerencia de Proyectos, preferiblemente en actividades relacionadas en recreación, parques de diversiones y formación en atención al cliente.

Asignación Mensual Salario Básico \$ 2.500.000

Horario: Lunes a Miércoles de 12 p.m. a 8 p.m. - Jueves a Domingo de 10 a.m. a 9 p.m.

17. INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

17.1. Departamento de infraestructura tecnológica

Esta área es la encargada de dar cumplimiento al giro de la empresa a través de operación del servicio, respuesta oportuna a los requerimientos de los diferentes departamentos, los cuales debe enfocar al cumplimiento, de la misión, visión y políticas y la planeación estratégica de la empresa.

17.2. Objetivos General

El Departamento de Infraestructura Tecnológica, está encargado identificar, proyectar y controlar la tecnología, equipos y apoyos necesarios para la prestación del servicio, de la empresa RealGame, e informar al Departamento Administrativo y Finanzas, de forma oportuna los cambios necesarios en infraestructura, tecnología y apoyos necesarios para brindar el servicio de video juegos en tercera dimensión con la calidad, oportunidad que desea la empresa

17.3. Objetivos específicos

- Evaluar y conocer la capacidad instalada de la empresa.
- Informar las variaciones significativas frente a las actividades programas y las ejecutadas durante la prestación del servicio.
- Construir, actualizar, cumplir y actualizar los manuales de procedimientos y procedimientos para la operación del servicio, manejo de los equipos y entrega de informes de la empresa RealGame.
- Garantizar por el cumplimiento de todos los procedimientos en la operación del servicio, los cuales contribuyen a obtener calidad y oportunidad de atención en la atención al usuario.
- Responder por el mantenimiento de los equipos, apoyos y espacios en los cuales se presta el servicio de la empresa RealGame.
- Trabajar de la mano del departamento Administrativo y Finanzas, para la búsqueda de nuevas tecnologías que le permitan mantener en él giro del negocio la innovación de los servicios y desarrollo de nuevos productos.

17.4. Cargos

Para el presente departamento inicialmente, se proyecta la contratación de cuatro personas distribuidos de la siguiente forma:

- Un administrador de sala, que preferiblemente cuente con conocimientos en el manejo de tecnología de video juegos, programación de equipos, administración

de recurso humano, en empresas relacionadas con servicios de recreación, diversión, video juegos, o parques de diversiones.

- Tres Asesores técnicos, con experiencia de 1 año en manejo de consola de juegos, y preferiblemente en actividades relacionadas en recreación, parques de diversiones y formación en atención al cliente.

17.5. Clase de contrato

Para el presente departamento, se establecen contratos a término definido de un año, en el cual se cubre el pago de seguridad social, prestaciones sociales y aportes parafiscales.

17.6. Descripción del cargo y funciones - Administrador de Sala

17.6.1 Función Principal

El administrador de la sala tiene como función principal, garantizar la operación integral centro, teniendo como meta principal garantizar satisfacer la necesidad de diversión del cliente, la cual se obtendrá cumpliendo en conjunto con el equipo de trabajo a su cargo con la misión, visión y objetivos específicos establecidos desde la empresa.

17.6.2 Otras Funciones

1. Responder de forma integral por la existencia y estado de los bienes que se entregan en el establecimiento para su cuidado y administración.
2. Establecer las acciones necesarias para que cada una de las personas a su cargo conozca y aplique a través de sus responsabilidades la misión, visión, objetivos específicos y planeación estratégica establecido por la empresa.
3. Programar los turnos de trabajo del personal a su cargo
4. Responder por las ventas realizadas en el establecimiento de la marca REALGAME, de corte diario, semanal y mensual.
5. Entregar los diferentes informes requeridos por la empresa en aspectos de ventas, inventarios, personal.
6. Asistir a las reuniones que sea requerido por los jefes inmediatos o directivos de la Empresa.
7. Atender los requerimientos realizados por los clientes, de forma oportuna, respetuosa y amable.
8. Informar en un término no mayor a 2 horas, las novedades que se presenten en el establecimiento a su cargo en lo relacionado a los equipos a su cargo, colaboradores a su cargo, o clientes que sean afectados al interior o por la actividad del estableciendo de la empresa.
9. Responder con el cumplimiento de los procedimientos establecidos por la empresa, para la operación del centro de Juegos en tercera dimensión.
10. Dar cumplimiento a las actividades establecidas, para la atención del los clientes y operación el interior de la sala de Juego.

17.6.3 Atributos Administrador sala

Número de Cargos: uno (1).

Perfil

Profesional o Tecnólogo en Administración de Empresas

Experiencia de 1 Año en Administración de negocios, preferiblemente en actividades relacionadas en recreación, parques de diversiones y formación en atención al cliente.

Asignación Mensual Salario Básico \$ 993.377

Pago de Prestaciones Sociales

Horario: Lunes a Miércoles de 12 p.m. a 8 p.m. - Jueves a Domingo de 10 a.m. a 9 p.m.

18. RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

18.1. Proceso de selección

Para el proceso de selección del personal que prestara los servicios en la empresa RealGame, se determinara de la siguiente forma:

Se evaluaran actitud, aptitud y habilidades, con este nivel de selección se busca contar con recurso humano que sienta gusto por lo que hace, y en el quehacer diario de la empresa, busque como reto personal y profesional el desarrollo de nuevos servicios o productos de la empresa RealGame.

Evaluando al actitud, la empresa proyecta identificar personas que realicen con gusto sus actividades, permitiendo incorporar el servicio un aliado estratégico para la empresa, que en las diferentes situaciones que se presenten en la empresa responderá con posibles soluciones tanto para sus compañeros de trabajo como usuarios del servicio.

Evaluando la aptitud, la empresa busca incorporar el personal mejor calificado, el cual pueda poner en práctica los conocimientos adquiridos en la academia, y así mismo pueda contar con insumos que le permitan desarrollar su creatividad y aportar el crecimiento de la empresa tanto en innovación, como en ventas.

Identificado la destreza del personal a contratar, se busca contar con personal idóneo, que pueda desarrollar soluciones tanto en la prestación del servicio, trabajo en equipo, creación de nuevos servicios o productos, aspectos que permitirán a la empresa diseñar un nuevo estilo del servicio.

18.2. Tipo de contratación

Los contratos de trabajo se elaboraran en un plazo no mayor a un año, en el cual se le garantizara el pago de la seguridad social, y aportes para fiscales, y está regulado por el código sustantivo de trabajo colombiano.

18.3. Inducción

El proceso de inducción estará a cargo del gerente o administrador de sala, los cuales se presentara el nuevo integrante de la empresa, misión, visión y políticas, y planeación estratégica de la empresa.

Por otra parte la persona que ingresa a la empresa contara con un tiempo para conocer los procedimientos y procesos con los cuales opera la empresa y así garantizar su cumplimiento en la misma.

19. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

Tabla 10. Cargos y salarios

CARGO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL
GERENTE	1	\$ 2.500.000
ADMINISTRADOR DE SALA	2	\$ 1000000
ASESORES TÉCNICOS	3	\$ 850.000

Fuente: Los autores

V. ESTUDIO FINANCIERO

20. Balance Inicial o de Instalación

Tabla 11. Balance Inicial o de Instalación

NOMBRE DE LA EMPRESA:		REALGAME S.A.S		Diciembre de 2012	
BALANCE DE INSTALACIÓN					
ACTIVOS			PASIVOS		
CORRIENTE			CORRIENTE		
CAJA - BANCOS		0		CUENTAS POR PAGAR	0
CUENTAS POR COBRAR		0		IMPUESTOS POR PAGAR	0
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS		0		TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO		0		PASIVO LARGO PLAZO	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		0		OBLIG. FINANCIERAS	28.954.153
GASTOS PREOPERATIVOS		4.500.000		TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	28.954.153
ACTIVO FIJO				TOTAL PASIVO	28.954.153
TERRENOS		-		PATRIMONIO	
COMPUTADORES	2.500.000	2.500.000		CAPITAL	30.000.000
- DEP. ACUM. COMPUTADORES	0			UTILIDAD DEL PERIODO	0
EDIFICIOS	0	0		UTILIDAD ACUMULADA	0
-DEP. ACUM. EDIFICIOS	0			TOTAL PATRIMONIO	30.000.000
VEHICULOS	0	0		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	58.954.153
- DEP. ACUM. VEHICULOS	0				
MAQUINARIA Y EQUIPO	46.894.153	46.894.153			
- DEP. ACUM. MAQ. Y EQUIPO	0				
MUEBLES Y ENSERES	5.060.000	5.060.000			
-DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	0				
TOTAL ACTIVO FIJO		54.454.153		0	TOTAL DE CONTROL
TOTAL ACTIVO		58.954.153			

Nota: El estudio financiero se ha realizado para un solo punto de venta.

21. PROYECCIONES FINANCIERAS A 5 AÑOS

21.1. Presupuesto de Ventas

Tabla 12. Presupuesto de Ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
TIEMPO DE VIDEO JUEGO	61.200	63.036	64.927	66.875	68.881	324.919
TOTAL UNIDADES	61.200	63.036	64.927	66.875	68.881	324.919
PRECIO DE VENTA UNITARIO	5.223	5.263	5.305	5.346	5.389	
TOTAL EN PESOS	319.635.634	331.787.825	344.415.277	357.536.592	371.171.094	1.724.546.422

Nota: El estudio financiero se ha realizado para un solo punto de venta y sin contemplar la reinversión a partir del año 2.

21.2. Balance General

Tabla 13. Balances Generales

ACTIVOS	INSTALACIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
CORRIENTE						
CAJA - BANCOS	0	83.275.967	140.746.503	201.029.366	273.551.822	348.203.949
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	0	83.275.967	140.746.503	201.029.366	273.551.822	348.203.949
GASTOS PREOPERATIVOS	4.500.000	3.600.000	2.700.000	1.800.000	900.000	0
ACTIVO FIJO						
COMPUTADORES	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
- DEP. ACUM. COMP.	0	833.333	1.666.667	2.500.000	2.500.000	2.500.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	46.894.153	46.894.153	46.894.153	46.894.153	46.894.153	46.894.153
- DEP. ACUM. M. Y EQ.	0	4.689.415	9.378.831	14.068.246	18.757.661	23.447.077
MUEBLES Y ENSERES	5.060.000	5.060.000	5.060.000	5.060.000	5.060.000	5.060.000
- DEP. ACUM. M. Y ENS.	0	1.012.000	2.024.000	3.036.000	4.048.000	5.060.000
TOTAL ACTIVO FIJO	58.954.153	51.519.404	44.084.656	36.649.907	30.048.492	23.447.077
TOTAL ACTIVO	58.954.153	134.795.371	184.831.159	237.679.273	303.600.313	371.651.026
PASIVOS						
CORRIENTE						
IMPUESTOS POR PAGAR	0	29.922.411	31.363.354	32.851.998	34.570.564	35.917.447
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	29.922.411	31.363.354	32.851.998	34.570.564	35.917.447
PASIVO LARGO PLAZO						
OBLIG. FINANCIERAS	28.954.153	19.302.769	9.651.384	0	0	0
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	28.954.153	19.302.769	9.651.384	0	0	0
TOTAL PASIVO	28.954.153	49.225.180	41.014.738	32.851.998	34.570.564	35.917.447
PATRIMONIO						
CAPITAL	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
UTILIDAD DEL PERIODO	0	55.570.192	58.246.229	61.010.854	64.202.475	66.703.829
UTILIDAD ACUMULADA	0	0	55.570.192	113.816.420	174.827.275	239.029.750
TOTAL PATRIMONIO	30.000.000	85.570.192	143.816.420	204.827.275	269.029.750	335.733.579
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	58.954.153	134.795.371	184.831.159	237.679.273	303.600.313	371.651.026

Nota: El estudio financiero se ha realizado para un solo punto de venta y sin contemplar la reinversión a partir del año 2.

21.3. Estado de Resultados

Tabla 14. Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS	319.635.634,13	331.787.824,64	344.415.277,40	357.536.591,53	371.171.094,50
- COSTO DE VENTAS	172.111.495,30	178.654.982,50	185.454.380,14	192.519.703,13	199.861.358,57
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	147.524.138,83	153.132.842,14	158.960.897,26	165.016.888,40	171.309.735,92
- GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	54.167.333,33	56.121.369,33	58.149.658,70	59.421.689,73	61.607.057,94
- GASTOS DE VENTAS	6.100.000,00	6.331.800,00	6.572.408,40	6.822.159,92	7.081.402,00
= UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL	87.256.805,50	90.679.672,81	94.238.830,16	98.773.038,75	102.621.275,98
- INTERESES FINANCIEROS	1.764.202,79	1.070.090,22	375.977,64	-	-
= UTILIDAD O PERDIDA ANTES DE IMP.	85.492.602,71	89.609.582,59	93.862.852,52	98.773.038,75	102.621.275,98
- IMPUESTO DE RENTA	29.922.410,95	31.363.353,91	32.851.998,38	34.570.563,56	35.917.446,59
= UTILIDAD O PERDIDA DEL PERIODO	55.570.191,76	58.246.228,69	61.010.854,14	64.202.475,19	66.703.829,39

Nota: El estudio financiero se ha realizado para un solo punto de venta y sin contemplar la reinversión a partir del año 2.

21.4. Flujo de efectivo

Tabla 15. Flujo de Efectivo

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS					
SALDO INICIAL	0,00	83.275.967,01	140.746.502,95	201.029.365,86	273.551.821,53
VENTAS	319.635.634,13	331.787.824,64	344.415.277,40	357.536.591,53	371.171.094,50
TOTAL INGRESOS	319.635.634,13	415.063.791,65	485.161.780,36	558.565.957,40	644.722.916,03
EGRESOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	90.724.080,00	94.353.043,20	98.127.164,93	102.052.251,53	106.134.341,59
ARRIENDOS	66.042.000,00	68.551.596,00	71.156.556,65	73.860.505,80	76.667.205,02
SERVICIOS	3.780.000,00	3.923.640,00	4.072.738,32	4.227.502,38	4.388.147,47
PAPELERIA - FACTURAS	1.080.000,00	1.121.040,00	1.163.639,52	1.207.857,82	1.253.756,42
ASEO Y CAFETERIA	5.796.000,00	6.016.248,00	6.244.865,42	6.482.170,31	6.728.492,78
GERENTE MULTIFUNCIONAL	42.900.000,00	44.530.200,00	46.222.347,60	47.978.796,81	49.801.991,09
ARRIENDOS	7.338.000,00	7.616.844,00	7.906.284,07	8.206.722,87	8.518.578,34
SERVICIOS	420.000,00	435.960,00	452.526,48	469.722,49	487.571,94
PAPELERIA - FACTURAS	120.000,00	124.560,00	129.293,28	134.206,42	139.306,27
ASEO Y CAFETERIA	644.000,00	668.472,00	693.873,94	720.241,15	747.610,31
PUBLICIDAD	6.000.000,00	6.228.000,00	6.464.664,00	6.710.321,23	6.965.313,44
IMPREVISTOS	100.000,00	103.800,00	107.744,40	111.838,69	116.088,56
IMPUESTOS	-	29.922.410,95	31.363.353,91	32.851.998,38	34.570.563,56
AMORTIZACIÓN PRESTAMO	11.415.587,12	10.721.474,55	10.027.361,98	-	-
TOTAL EGRESOS	236.359.667,12	274.317.288,70	284.132.414,49	285.014.135,87	296.518.966,77
SALDO FLUJO DE EFECTIVO	83.275.967,01	140.746.502,95	201.029.365,86	273.551.821,53	348.203.949,25

DATOS PARA EL CALCULO DE LA TIR Y EL YNA					
-58.954.153	83.275.967,01	140.746.502,95	201.029.365,86	273.551.821,53	348.203.949,25

Nota: El estudio financiero se ha realizado para un solo punto de venta y sin contemplar la reinversión a partir del año 2.

21.5. Flujo Neto del Proyecto

Tabla 16. Flujo neto del proyecto

ACTIVOS	INSTALACIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
CORRIENTE						
CAJA - BANCOS	0	83.275.967	140.746.503	201.029.366	273.551.822	348.203.949
CUENTAS POR COBRAR	0	0	0	0	0	0
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0	0	0	0	0	0
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	0	83.275.967	140.746.503	201.029.366	273.551.822	348.203.949
GASTOS PREOPERATIVOS	4.500.000	3.600.000	2.700.000	1.800.000	900.000	0
ACTIVO FIJO						
TERRENOS	0	0	0	0	0	0
COMPUTADORES	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
- DEP ACUM. COMP.	0	833.333	1.666.667	2.500.000	2.500.000	2.500.000
EDIFICIOS	0	0	0	0	0	0
-DEP. ACUM. EDIF.	0	0	0	0	0	0
VEHICULOS	0	0	0	0	0	0
- DEP ACUM. VEHIC.	0	0	0	0	0	0
MAQUINARIA Y EQUIPO	46.894.153	46.894.153	46.894.153	46.894.153	46.894.153	46.894.153
- DEP ACUM. M. Y EQ.	0	4.689.415	9.378.831	14.068.246	18.757.661	23.447.077
MUEBLES Y ENSERES	5.060.000	5.060.000	5.060.000	5.060.000	5.060.000	5.060.000
-DEP. ACUM. M. Y ENS.	0	1.012.000	2.024.000	3.036.000	4.048.000	5.060.000
TOTAL ACTIVO FIJO	58.954.153	51.519.404	44.084.656	36.649.907	30.048.492	23.447.077
TOTAL ACTIVO	58.954.153	134.795.371	184.831.159	237.679.273	303.600.313	371.651.026
PASIVOS						
CORRIENTE						
CUENTAS POR PAGAR	0	0	0	0	0	0
IMPUESTOS POR PAGAR	0	29.922.411	31.363.354	32.851.998	34.570.564	35.917.447
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	29.922.411	31.363.354	32.851.998	34.570.564	35.917.447
PASIVO LARGO PLAZO						
OBLIG. FINANCIERAS	28.954.153	19.302.769	9.651.384	0	0	0
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	28.954.153	19.302.769	9.651.384	0	0	0
TOTAL PASIVO	28.954.153	49.225.180	41.014.738	32.851.998	34.570.564	35.917.447
PATRIMONIO						
CAPITAL	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
UTILIDAD DEL PERIODO	0	55.570.192	58.246.229	61.010.854	64.202.475	66.703.829
UTILIDAD ACUMULADA	0	0	55.570.192	113.816.420	174.827.275	239.029.750
TOTAL PATRIMONIO	30.000.000	85.570.192	143.816.420	204.827.275	269.029.750	335.733.579
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	58.954.153	134.795.371	184.831.159	237.679.273	303.600.313	371.651.026
ESTADO DE RESULTADOS						
VENTAS		319.635.634	331.787.825	344.415.277	357.536.592	371.171.094
COSTO DE VENTAS		172.111.495	178.654.983	185.454.380	192.519.703	199.861.359
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		147.524.139	153.132.842	158.960.897	165.016.888	171.309.736
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		54.167.333	56.121.369	58.149.659	59.421.690	61.607.058
GASTOS DE VENTAS		6.100.000	6.331.800	6.572.408	6.822.160	7.081.402
UTILIDAD O PERDIDA ANTES DE IMP.		85.492.603	89.609.583	93.862.853	98.773.039	102.621.276
IMPUESTO DE RENTA		29.922.411	31.363.354	32.851.998	34.570.564	35.917.447
UTILIDAD O PERDIDA DEL PERIODO		55.570.192	58.246.229	61.010.854	64.202.475	66.703.829
TOTAL FLUJO NETO DEL PROYECTO	-58.954.153	-3.383.961	54.862.267	115.873.122	180.075.597	246.779.426

Gráfico 3. Flujo Neto del Proyecto



21.6. Indicadores Financieros

Tabla 17. Indicadores de Liquidez

INDICADORES DE LIQUIDEZ						
SON UTILIZADOS PARA MEDIR LA CAPACIDAD QUE TIENEN LAS EMPRESAS PARA CANCELAR SUS OBLIGACIONES EN EL CORTO PLAZO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
1 RAZON CORRIENTE - LIQUIDEZ						
R. C. = ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE =	2,78	4,49	6,12	7,91	9,69	6,20
POR CADA PESO QUE LA EMPRESA DEBE EN EL CORTO PLAZO, CUENTA CON EL SIGUIENTE RESPALDO ECONOMICO:						
2 CAPITAL NETO DE TRABAJO						
C. N. T. = ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE =	53.353.556	109.383.149	168.177.367	238.981.258	312.286.503	176.436.367
INDICA CUANTO LE QUEDARIA A LA EMPRESA EN EFECTIVO SI TUVIESE QUE CANCELAR TODOS LOS PASIVOS EN EL CORTO PLAZO.						
3 PRUEBA ACIDA						
P. A. = (ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS) / PASIVO CORRIENTE =	2,783	4,488	6,119	7,913	9,695	6,20
POR CADA PESO QUE LA EMPRESA DEBE EN EL CORTO PLAZO, CUENTA CON EL SIGUIENTE RESPALDO SIN TENER QUE LIQUIDAR SUS INVENTARIOS.						

Tabla 18. Indicadores de Endeudamiento

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO						
SU OBJETIVO PRINCIPAL CONSISTE EN EVALUAR EL GRADO DE PARTICIPACION DE LOS ACREEDORES DENTRO DEL FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA, TAMBIEN EVALUAR EL GRADO DE CONVENIENCIA QUE TIENE LA EMPRESA AL ENDEUDARSE.						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
1 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO						
E.C.P. = PASIVO CORRIENTE / PASIVO TOTAL TERCEROS	0,61	0,76	1,00	1,00	1,00	0,87
POR CADA PESO QUE LA EMPRESA DEBE EN EL PASIVO CORRIENTE, LA EMPRESA HA CONTRAÍDO LA SIGUIENTE DEUDA CON TERCEROS.						
2 N. E. = TOTAL PASIVO CON TERCEROS / TOTAL ACTIVO =						
	0,37	0,22	0,14	0,11	0,10	0,19
POR CADA PESO QUE LA EMPRESA HA INVERTIDO EN ACTIVOS, LOS ACREEDORES SON DUEÑOS DE :						
POR CADA PESO QUE LA EMPRESA HA INVERTIDO EN ACTIVOS, LOS ACREEDORES SON LOS DUEÑOS DEL SIGUIENTE VALOR Y LOS PROPIETARIOS DE LA DIFERENCIA						
3 ENDEUDAMIENTO FINANCIERO						
E. F. = OBLIGACIONES FINANCIERAS / VENTAS NETAS =	0,060	0,029	0,000	0,000	0,000	0,018
INDICA QUE LAS OBLIGACIONES CON ENTIDADES FINANCIERAS EQUIVALEN AL % DE LAS VENTAS NETAS.						
4 MARGEN BRUTO DE UTILIDAD						
M. B. U. = (UTILIDAD BRUTA / VENTAS NETAS)*100 =	46,154	46,154	46,154	46,154	46,154	46,154
LA CAPACIDAD DEL EQUIPO DE VENTAS DE LA EMPRESA PARA GENERAR UTILIDADES.						
5 LEVERAGE TOTAL						
L. T. = PASIVO TOTAL CON TERCEROS / PATRIMONIO =	0,58	0,29	0,16	0,13	0,11	0,25
POR CADA PESO DEL PATRIMONIO SE TIENEN DEUDAS CON EL PATRIMONIO, MIDE EL GRADO DE COMPROMISO DE LOS DUEÑOS DE LA EMPRESA RESPECTO A LOS ACREEDORES.						
6 LEVERAGE DE CORTO PLAZO						
L. C. P. = PASIVO TOTAL CORRIENTE / PATRIMONIO =	0,35	0,22	0,16	0,13	0,11	0,19
POR CADA PESO DEL PATRIMONIO SE TIENEN DEUDAS CON EL PATRIMONIO, MIDE EL GRADO DE COMPROMISO DE LOS DUEÑOS DE LA EMPRESA RESPECTO A LOS ACREEDORES EN EL CORTO PLAZO.						
7 LEVERAGE FINANCIERO TOTAL						
L. F. T. = TOTAL PASIVO CON ENT. FINANCIERAS / PATRIMONIO =	0,23	0,07	0,00	0,00	0,00	0,06
POR CADA PESO QUE ES DEL PATRIMONIO, LA SIGUIENTE CANTIDAD PERTENECE A LAS OBLIGACIONES FINANCIERAS EN EL CORTO PLAZO.						
8 SISTEMA DUPONT						
RENDIMIENTO DE LA INVERSION = (UTILIDAD NETA / VENTAS) * (VENTAS/ACTIVO TOTAL) =	1,86	1,86	1,86	1,86	1,86	1,86
LA RENTABILIDAD PROCEDE EN MAYOR GRADO DEL MARGEN DE UTILIDAD QUE DEJAN LAS VENTAS, Y NO TANTO DE LA ROTACION DEL ACTIVO TOTAL. INTEGRA UN INDICADOR DE RENTABILIDAD CON OTRO DE ACTIVIDAD PARA ESTABLECER SI EL RENDIMIENTO DEL USO DE LA EFICIENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS PARA PRODUCIR LAS VENTAS.						

Tabla 19. Indicadores Económicos.

C INDICADORES ECONOMICOS						
1 TASA INTERNA DE RETORNO TIR ES LA TASA QUE HACE QUE EL VALOR PRESENTE NETO SEA IGUAL A CERO, ES DECIR QUE REDUCE A CERO LOS INGRESOS Y LOS EGRESOS DEL PROYECTO, INCLUYENDOSE LA INVERSIÓN INICIAL QUE REALIZARON LOS SOCIOS EN EL PROYECTO. COMO LA TASA RESULTANTE ES SUPERIOR A LA DEL MERCADO QUIERE DECIR QUE NUESTRO PROYECTO ES MAS RENTABLE	INVERSIÓN		-58.954.153			
	AÑO1	83.275.967	AÑO4	273.551.822		
	AÑO2	140.746.503	AÑO5	348.203.949		
	AÑO3	201.029.366				
	COSTO DE OPORTUNIDAD =>		22%			
2 VALOR PRESENTE NETO PERMITE ESTABLECER LA EQUIVALENCIA ENTRE LOS INGRESOS Y EGRESOS DEL FLUJO DE EFECTIVO DE UN PROYECTO, LOS QUE SON COMPARADOS CON LA INVERSIÓN INICIAL DE LOS SOCIOS, A UNA TASA DETERMINADA. SE SUMAN LOS FLUJOS DE EFECTIVO DEL PROYECTO Y SE LE DESCUENTA LA INVERSIÓN INICIAL, SI ES POSITIVO EL RESULTADO (VPN) SE ACEPTA EL PROYECTO.	INVERSIÓN		-58.954.153			
	AÑO1	83.275.967	AÑO4	273.551.822		
	AÑO2	140.746.503	AÑO5	348.203.949		
	AÑO3	201.029.366				
	COSTO DE OPORTUNIDAD =>		22%	DIGITE SU TASA <=====		
3 APALANCAMIENTO OPERATIVO DE ACUERDO AL CAMBIO PORCENTUAL DE UNIDADES VENDIDAS, CUANTO ES EL CAMBIO PORCENTUAL EN LA UTILIDAD, ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
	55,17%	55,05%	54,94%	54,82%	54,71%	54,94%
4 APALANCAMIENTO FINANCIERO EVALUA EL CAMBIO PORCENTUAL EN LOS INGRESOS DE LOS ACCIONISTAS, EN RELACION CON LOS CAMBIOS GENERADOS EN LAS UTILIDADES DE LA EMPRESA ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
	15,05%	13,41%	11,91%	0,00%	0,00%	8,07%
5 COSTO DE CAPITAL (WACC) RESULTA DE OBTENER UN PESO ADICIONAL DE CAPITAL. EL COSTO DE CAPITAL DEPENDE DEL USO QUE SE HACE DE ÉL Y REPRESENTA UN COSTO DE OPORTUNIDAD. ADEMAS REPRESENTA EL COSTO DE LOS FONDOS PROVISTOS POR LOS ACCIONISTAS Y LOS ACREEDORES.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
	18,28%	18,93%	20,00%	20,00%	20,00%	19,44%
DIGITE EL RENDIMIENTO ESPERADO POR LOS ACCIONISTAS =====>						
6 RETORNO SOBRE EL CAPITAL INVERTIDO (ROIC) RELACIONA EL RESULTADO OPERATIVO DESPUES DE IMPUESTOS, CON EL CAPITAL QUE PRODUJO DICHO RESULTADO.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
	185,23%	194,15%	203,37%	214,01%	222,35%	203,82%

VI. ESTUDIO LEGAL

22. CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

22.1. Normatividad Jurídica

Jurídicamente se conformará una Sociedad por Acciones Simplificada que se constituyen por una o más personas, mediante documento privado. Son un vehículo jurídico para la realización de cualquier actividad empresarial que puede ser utilizada por micro, pequeñas y medianas, así como por las grandes. Esta iniciativa legal, que es respaldada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, brinda a los empresarios las ventajas de las sociedades anónimas y en algunos aspectos las mejora. A continuación la normatividad por la que se rige una SAS y en anexo a este trabajo el Documento para “REALGAME ACTIVA TUS SENTIDOS”.

22.2. Constitución de la Empresa

Para constitución de la empresa se deben reunir los siguientes documentos necesarios para registrarse como persona jurídica ante la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)⁵.

- Original del documento de identidad
- Formulario del Registro Único Tributario RUT.
- Formulario RUE (Registro Único Empresarial).
- Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil.
- Formulario registro con otras entidades.
- Estatutos de la persona jurídica (documento privado o documento público).

22.3. Aspectos Generales

- Puede constituirse por una o varias personas.
- Puede constituirse mediante documento privado por sus signatarios (parágrafo 1 artículo 5º Ley 1258 de 2008)⁶. Las firmas de los constituyentes o sus apoderados deben ser auténticos.

22.4. Cámara de Comercio

- Las cámaras de comercio⁷ realizarán la verificación de los requisitos que exige la Ley para la constitución de la sociedad. (artículo 5º).
- Si falta alguno de estos requisitos, se abstendrán de inscribir el documento de constitución (artículo 6º).

⁵ <http://emprendimientosimple.blogspot.com/2009/04/pasos-para-crear-una-empresa-en.html>

⁶ http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1258_2008.html

⁷ <http://alcaldiademonteria.tripod.com/codigos/comercio/codcom2.htm>

22.5. Documentos de Constitución

- Nombre, documento identidad y domicilio de accionistas.
- Razón social seguida de las palabras: sociedad por acciones simplificada o S.A.S
- Domicilio principal y sucursal (en caso de tenerlas).
- Término de duración. (Puede ser indefinido). En ausencia de estipulación contractual el término de duración será indefinido.
- Enunciación de actividades principales. Se puede establecer que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil lícita. Nada se dice en los estatutos, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita
- Capital autorizado, suscrito y pagado.
Nombre, identificación y facultades de los administradores.
- Se debe designar, cuando menos un representante legal. Salvo en las unipersonales

22.6. Características del registro y certificación

- El registro es constitutivo. Una vez inscrita, forma una persona distinta de los socios. Mientras no se inscriba, si es pluripersonal, funciona como sociedad de hecho y si es unipersonal, el accionista responde personalmente por las obligaciones contraídas.
- Efectuado el registro EN DEBIDA FORMA no podrá impugnarse el contrato.
- La existencia de la S.A.S. y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio.

22.7. Normas aplicadas

En lo no previsto en la ley 1258⁸, la sociedad por acciones simplificada se registrará por: Los estatutos; Las normas de la sociedad anónima; y las disposiciones generales de las sociedades (Código de Comercio), en cuanto no resulten contradictorias.

23. REPRESENTACIÓN LEGAL

- La representación legal estará a cargo de una persona natural o jurídica.
- A falta de estipulación, el representante legal podrá celebrar todos los actos y contratos comprendidos dentro del objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad
- El representante legal será designado por la Asamblea de Accionistas o el accionista único, salvo estipulación estatutaria en contrario

⁸ http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1258_2008.html

- Los representantes legales de las SAS se registrarán por las normas generales de responsabilidad de los administradores previstas en la regulación vigente.

23.1. Junta directiva

- Las S.A.S. no están obligadas a tener Junta Directiva, salvo estipulación estatutaria.
- Si no se dice nada, las funciones de administración y representación legal le corresponden al representante legal designado por la asamblea.

23.2. Revisoría fiscal

La SAS no está obligada a tener Revisor Fiscal salvo en los siguientes casos (art. 1 del Decreto 2020 de 2009⁹): (i) Cuando los activos brutos sean o excedan el equivalente de cinco mil salarios mínimos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior. (ii) Cuando los ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior sean o excedan el equivalente de tres mil salarios mínimos. (Parágrafo 2º del artículo 13 de la Ley 43 de 1990¹⁰). (iii) Cuando otra ley especial así lo exija. En tal caso, las certificaciones y los dictámenes que deban ser emitidos por el Revisor Fiscal, podrán serlo por un contador público independiente (Artículo 2º del Decreto 2020 de 2009). No obstante el cargo puede ser creado en los estatutos.

23.3. Reformas estatutarias

- Deberán ser aprobadas por la asamblea de accionistas, con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen, cuando menos, la mitad más una de las acciones presentes
- Las reformas estatutarias podrán constar en documento privado, que en este caso es el acta de la asamblea de accionistas, con las formalidades del artículo 189 del C. de Co.¹¹
- Las reformas estatutarias deberán hacerse mediante escritura pública, en los casos de transferencia de bienes inmuebles.

23.4. Reorganizaciones empresariales

Transformación, cualquier sociedad puede transformarse en SAS con el voto unánime de los asociados, así mismo la SAS también podrá transformarse en cualquier otro tipo societario, con el voto unánime de sus asociados. La transformación se hará por documento privado, que en este caso es el acta de la asamblea de accionistas, con las formalidades del artículo 189 del C. de Comercio.

⁹ <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36358>

¹⁰ <http://www.tytconsulting.com/articulos/138-revisor-fiscal>

¹¹ http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo/codigo_comercio_pr005.html

23.5. Normas que no aplican a las SAS

Las siguientes prohibiciones del Código de Comercio no se aplican a las SAS, salvo pacto estatutario:

- Mayoría especial para la distribución de utilidades por debajo del mínimo legal (art. 155).
- Incompatibilidad de administradores y empleados en la representación de acciones distintas de las propias y en la aprobación de balances (artículo 185¹²).
- Prohibición de ejercer más de cinco cargos directivos (artículo 202).
- Prohibición de los administradores de enajenar acciones de la misma sociedad (artículo 404).
- Prohibición de formar mayorías con personas ligadas por parentesco (artículo 435).
- Reparto mínimo del 70% de utilidades cuando la suma de las reservas exceda el 100% del capital suscrito (art. 454).

23.6. Resolución de conflictos

Podrá pactarse en los estatutos, que todos los conflictos societarios de las SAS podrán someterse a decisión arbitral o de amigables componedores. Contrario a lo que sucede en los demás tipos societarios, el modelo SAS permite someter al mecanismo de arbitraje la impugnación de las determinaciones de la Asamblea o Junta Directiva, así como las diferencias que surjan entre los accionistas, frente a la sociedad o con sus administradores y ejecutivos.

En ausencia de manifestación alguna, todas las controversias serán resueltas por la Superintendencia de Sociedades, mediante el proceso verbal sumario.

24. OTROS DOCUMENTOS PARA LEGALIZAR LA EMPRESA

24.1. Normatividad fiscal e impuesto

En este ítem hay dos aspectos a tener en cuenta:

24.1.1 Seguridad social

La seguridad social integral es el conjunto de instituciones, normas y procedimientos de que disponen la persona y la comunidad para mejorar la calidad de vida¹³, mediante el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias que menoscaben la salud y la capacidad económica de los habitantes del territorio nacional, con el fin de lograr el bienestar individual y la integridad de la comunidad.

¹² <http://www.cavelierabogados.com/econtent/NewsDetail.asp?ID=841&IDCompany=7>

¹³ <http://www.gerencie.com/seguridad-social-prestaciones-sociales-y-aportes-parafiscales-en-vacaciones.html>

- Seguridad social a cargo del empleador.
- Salud: 8.5% del salario básico de los colaboradores
- Pensión: 12% del salario básico de los colaboradores
- A.R.P. Según la tabla por el tipo de riesgo

Adicionalmente la empresa debe realizar las siguientes provisiones para pago de prestaciones sociales y hacer el pago como corresponda.

Cesantías 8.33%. Se pagan en el momento que el empleado lo requiera para compra o remodelación de vivienda o en el momento de su retiro si no han sido consignadas al fondo de cesantías. Dicha consignación se debe realizar en febrero de cada año

- Prima de servicios 8.33%. Se paga al empleado en dos periodos, en Junio y en diciembre.
- Vacaciones 4.17% Son 15 días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas por cada año de servicios
- Intereses sobre las Cesantías 1% mensual

24.1.2 Otros impuestos

Existen dos tipos de tributos de orden nacional y de orden territorial o regional y las autoridades que regulan son:

- Orden nacional: DIAN¹⁴ (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales).
- Orden regional: Secretarías de hacienda departamental, municipal y distrital.

24.2 Impuesto de Renta, Impuesto para la Equidad y Parafiscales

Con la nueva reforma tributaria que rige para el 2013, las empresas, que hoy pagaban el 33% de impuesto de renta, pagarán sólo 25% de éste, y el 8% restante se sustituye por un nuevo impuesto IE (Impuesto para la Equidad). El IE, a su vez, reemplaza una parte de los impuestos a la nómina que pagan las empresas: el empleador deja de pagar los aportes de ICBF, SENA y salud, que hoy paga por sus trabajadores de menos de 10 smmlv. De esta forma, la carga que hoy lleva la nómina, pasa a ser un impuesto a las utilidades

24.3 Retención en la fuente

La retención en la fuente es un método de recaudo anticipado de los impuestos por parte del agente retenedor, que la practica en el momento del pago o abono en cuenta, lo que ocurra primero; en ingresos laborales es al momento del pago, la declaración de retención en la fuente se realiza una vez al mes.

¹⁴ <http://www.dian.gov.co/>

24.4 Impuesto al Valor Agregado–IVA

El impuesto sobre las ventas, comúnmente denominado Impuesto al Valor Agregado IVA, es un gravamen que recae sobre el consumo de bienes y servicios prestados en el país. Teniendo en cuenta el tipo de régimen, que para nuestro caso es Régimen Común por realizar operación gravada de servicios de videojuegos, estamos en la obligación de: Recaudar y declarar oportunamente el IVA. Pagar oportunamente el IVA recaudado. Llevar un registro auxiliar de ventas y compras, una cuenta mayor o de balance denominada Impuesto a las ventas por pagar. Expedir factura con la totalidad de los requisitos legales. El IVA a facturar debe ser de 16% y se declara cada dos meses.

24.5 Impuesto de Industria y Comercio ICA

Este impuesto es un gravamen de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial o de servicios que se realiza en el Distrito, para el caso de Bogotá, en forma ocasional o permanente, con o sin establecimientos y se liquida con base en los ingresos netos del contribuyente. Para este impuesto se está en la obligación de Inscribirse dentro de los dos meses siguientes, al registro de de Información tributaria RIT.

Se debe declarar y pagar el impuesto de ICA, bimestralmente en la Información tributaria RIT, se debe llevar registro auxiliar de ventas y compras, de cuenta mayor y balances cuya denominación será Impuesto de Industria y Comercio por Pagar. Recaudar el ICA, efectuar la retención por ICA, cuando se realice operaciones con el régimen simplificado, declarar la retención y efectuar su pago

24.6 Impuesto de avisos y tableros

Es un impuesto que deberá ser liquidado y pagado por todas las actividades industriales, comerciales y de servicios, cuando se realicen los siguientes hechos.

- Colocación de vallas, avisos, tableros y emblemas en la vía pública, en lugares públicos o privados visibles desde el espacio público.
- La colocación de avisos en cualquier clase de vehículos.

24.7 Vinculación a riesgos profesionales

La norma que regula el tema de seguridad industrial es la OHSAS 18001. Para “REALGAME” se deberá establecer un programa encaminado para mantener las normas de seguridad en las instalaciones y a adoptar las medidas adecuadas para prevenir accidentes en el uso de los equipos electrónicos y eléctricos, así como el uso de extintores visibles y debidamente certificados, también delimitaciones e información sobre rutas de evacuación y zonas seguras en caso de terremoto.

24.8 Cuerpo de bomberos

Después de constituido el establecimiento se solicita el concepto técnico de bomberos en la estación más cercana de la localidad. Si al momento de la solicitud la evaluación de bomberos determina que el establecimiento es de bajo riesgo se hace una capacitación de las normas en seguridad industrial y se entrega un formulario de auto-revisión.

VII GUÍA DE INSTITUCIONES QUE APOYAN LOS PLANES DE NEGOCIOS DE EMPRENDEDORES A TRAVÉS DEL CRÉDITO

25. INCUBADORAS DE EMPRESAS

25.1 Bancoldex – Créditos blandos

“Intermediarios financieros en Colombia - Bancóldex canaliza recursos para el fortalecimiento del sector empresarial a través de su red de intermediarios financieros, de la cual hacen parte los intermediarios financieros vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia, tales como bancos, compañías de financiamiento, corporaciones financieras y cooperativas financieras, y los intermediarios no vigilados por la Superintendencia Financiera tales como ONGs financieras, cooperativas con actividad de ahorro y/o crédito, fondos de empleados, cajas de compensación, y asociaciones mutuales, entre otros”.¹⁵

25.2 Corporación emprendedores

“Se aplica el emprendimiento desde el punto de vista empresarial, apoyando el fortalecimiento de las entidades con el apoyo de las herramientas metodológicas desarrolladas como es el caso de los MIFE (Módulos Integrales de Fortalecimiento Empresarial) y diversas herramientas específicas que se han generado para tal fin. Existen 20 Mifes y herramientas específicas como la de preparación de microempresarios en el acceso a grandes superficies generada con el apoyo de Carrefour.”¹⁶

25.3 Red Nacional de emprendimiento

“El Ministerio de Comercio, Industria y Comercio presenta los planes de negocios "Sectores de Clase Mundial", cuyo objetivo consiste en alcanzar un crecimiento económico sostenido con la participación activa del Estado, el Sector Privado y la Academia, inician este proceso las industrias de las tecnologías de información y desarrollo de software y las operaciones de call centers. Departamento de Caldas, con estrategia para avanzar en transformación productiva”¹⁷

¹⁵ <http://www.bancoldex.com/contenido/categoria.aspx?catID=46>

¹⁶ <http://www.corporacioncec.org.co/proyectos/fortalecimiento-empresarial.html>

¹⁷ <https://www.mincomercio.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=15942>

25.4 Fundación Bavaria

“Existe un amplio consenso sobre la importancia del desarrollo empresarial como motor del crecimiento económico. Colombia es uno de los países con mayor potencial emprendedor, sin embargo estos indicadores no se ven reflejados en el nivel de innovación empresarial ni en la generación de empleo. Esta paradoja se fundamenta principalmente en la falta de financiamiento, factor que limita enormemente las expectativas de crecimiento de las iniciativas empresariales especialmente en la etapa inicial de creación de negocios. El análisis del entorno empresarial colombiano indica que el alto número de nuevos negocios que no logran pasar el “valle de la muerte” evidencia la fragilidad del ciclo de financiamiento de empresas nuevas, consideradas de alto riesgo ya que no generan flujos estables de caja ni han acumulado suficientes garantías para avalar un crédito”.¹⁸

25.5 Bogotá Emprende

“Crédito - Financiamiento para Creadores de Empresa - Con Banca Capital Es el programa de financiamiento de la Alcaldía mayor de Bogotá que tiene como fin ofrecer alternativas reales para el acceso a recursos financieros. Tienen líneas de creación, fortalecimiento y emergencia económica”.

“Son entidades de primer piso o bancos que dentro de su servicio ofrecen recursos de manera directa para poner en marcha un negocio o empresa”

- Bancamía
- Fimsa - Empresa de Microcrédito
- Fundación Coomeva
- Fundación Mundo Mujer
- Visión Mundial Colombia
- Cooperativa Cafetera de Ahorro y Crédito - Coopercafé
- Asoempro – Unión Temporal IECE - Coopac
- Corfas
- Forjar CDA
- Oportunidad Latinoamérica Colombia - OLC .

Con capital semilla

“Es el capital necesario para crear o constituir una empresa. Se puede utilizar en capital de trabajo, en compra de activos fijos y en el fortalecimiento de las competencias del equipo emprendedor. Estos recursos se consiguen por medio

¹⁸ <http://www.redemprendedoresbavaria.net/redangeles/>

de concursos de planes de negocios o convocatorias estatales, pueden ser no reembolsables dependiendo de las políticas de cada entidad”¹⁹

25.6 Sena Fondo para el emprendimiento

25.6.1. ¿Qué es el Fondo Emprender?

Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por alumnos del SENA que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación, alumnos o egresados de cursos del SENA en el programa jóvenes rurales y línea de formación de líderes del desarrollo, estudiantes que se encuentren cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994, personas que hayan concluido materias dentro de los últimos doce (12) meses, profesionales universitarios cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses, estudiantes o egresados que se encuentren cursando especialización y/o maestría que hayan culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos 12 meses. Las condiciones de beneficiarios del Fondo Emprender se establecen ampliamente en el Acuerdo 004 del 26 de marzo del 2009.

El Fondo Emprender se rige por el derecho privado, y su presupuesto está conformado por el 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje de que trata el artículo 34 de la ley 789 del 2002, así como por los aportes del presupuesto general de la nación, recursos financieros de organismos de cooperación nacional e internacional, recursos financieros de la banca multilateral, recursos financieros de organismos internacionales, recursos financieros de fondos de pensiones y cesantías y recursos de fondos de inversión públicos y privados.

25.6.2. ¿Cuál es el objetivo del Fondo Emprender?

El objetivo del Fondo Emprender es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas.

El Fondo Emprender facilita el acceso a capital semilla al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

¹⁹ <http://www.bogot.com/contenido/contenido.aspx?conID=4065&catID=773>

25.6.3. ¿Cuáles son las etapas del proceso con el Fondo Emprender?

1. FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS
 - a. Registro y Asesoría
 - b. Aprobación Técnica
 - c. Presentación a Convocatoria

2. EVALUACIÓN Y ASIGNACIÓN DE RECURSOS
 - a. Evaluación del plan de negocios
 - b. Asignación de recursos
 - c. Legalización del contrato

3. EJECUCIÓN
 - a. Ejecución del plan de negocios
 - b. Seguimiento y acompañamiento
 - c. Evaluación de indicadores de gestión
 - d. Decisión sobre reembolso de recursos

Para recibir información adicional se puede contactar marcando a Bogotá al número telefónico (571) 5940407 Ext. 1918.²⁰

26. Bibliografía

- .corporacioncec.org.co.* (s.f.). Recuperado el 10 de 09 de 2012, de <http://www.corporacioncec.org.co/proyectos/fortalecimiento-empresarial.html> (30 de Agosto de 2012). *PUBLIMETRO*, pág. 2.
- acuerdo, J. n. (2004). *Guia para el Plan de Negocio*. Medellín: UNITEC.
- Alcaldiabogota.gov.co.* (s.f.). Recuperado el 15 de Noviembre de 2012, de www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36358
- Alcaldiademonetaria.tripod.com.* (s.f.). Recuperado el 10 de Octubre de 2012, de <http://alcaldiademonetaria.tripod.com/codigos/comercio/codcom2.htm>
- bancoldex.com.* (s.f.). Recuperado el 10 de Octubre de 2012, de <http://www.bancoldex.com/contenido/categoria.aspx?catID=46>
- cavelierabogados.com.* (s.f.). Recuperado el 5 de Diciembre de 2012, de <http://www.cavelierabogados.com/econtent/NewsDetail.asp?ID=841&IDCompany=7>
- Duarte, J. E. (2008). *Emprendedor*. Bogotá: Alfaomega Colombia S.A.
- emprendimientosimple.com.* (s.f.). Recuperado el 15 de Noviembre de 2012, de <http://emprendimientosimple.blogspot.com/2009/04/pasos-para-crear-una-empresa-en.html>
- fondoemprender.com.* (s.f.). Recuperado el 15 de Noviembre de 2012, de http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP

²⁰ http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP

- gerencie.com*. (s.f.). Recuperado el 8 de Octubre de 2012, de
<http://www.gerencie.com/seguridad-social-prestaciones-sociales-y-aportes-parafiscales-en-vacaciones.html>
- HUNGER, T. L. (2007). *Administración Estratégica y Política de Negocios*. México: Prentice Hall.
- Latinsalud*. (s.f.). Recuperado el 13 de Septiembre de 2012, de
<http://www.latinsalud.com/articulos/00434.asp>
- mincomercio.gov.co*. (s.f.). Obtenido de
<https://www.mincomercio.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=15942>
- redemprendedoresbavaria.net*. (s.f.). Obtenido de
<http://www.redemprendedoresbavaria.net/redangeles/>
- Revistagobierno.com*. (s.f.). Obtenido de www.revistagobierno.com/.../12134-nueva-ley-establece-restricciones
- Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y Evaluación de Planes de Negocio*. Bogotá: Ediciones de la U.
- secretariasenado.gov.co*. (s.f.). Obtenido de
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo/codigo_comercio_pr005.html
- Secretarianenado.gov.co*. (s.f.). Obtenido de
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1258_2008.html
- Secretariasenado.gov.co*. (s.f.). Obtenido de
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1258_2008.html
- tytconsultin.com*. (s.f.). Obtenido de <http://www.tytconsulting.com/articulos/138-revisor-fiscal>
- www.dian.gov.co*. (s.f.). Obtenido de <http://www.dian.gov.co/>

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES**LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES**

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

CIELO MILENA VARELA BUITRAGO

C.C. Número: 52.540.092

JUAN CARLOS AVILA RIVERA

C.C. Número: 14.106.393

JAVIER GONZALO FERNÁNDEZ BOLAÑOS

C.C. Número: 80.056.515

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

PLAN DE NEGOCIOS**CENTRO DE ENTRETENIMIENTO DE ALTA TECNOLOGÍA****REALGAME S.A.S.**

Dejo constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: NO (x)

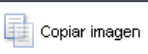

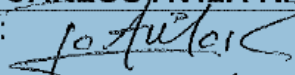

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A.** Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B.** Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C.** Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D.** Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E.** Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F.** Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifestamos que la obra objeto de la presente autorización es original, los suscritos es son los autores exclusivos, fue producto de nuestro ingenio y esfuerzo personal y la realizamos sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tenemos la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumimos la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

CIEI	 VARELA BUITRAGO	JUAN CARLOS AVILA RIVERA
FIRMA:		FIRMA: 
52.540.092		14.106.393 CC 14106393
FACULTAD DE POSTGRADOS		FACULTAD DE POSTGRADOS
GERENCIA DE PROYECTOS		GERENCIA DE PROYECTOS
JAVIER GONZALO FERNANDEZ BOLAÑOS		
FIRMA:		
80.056.515		
FACULTAD DE POSTGRADOS		
GERENCIA DE PROYECTOS		

Fecha de firma: Enero 23 de 2013.