



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

**Estudio de factibilidad para la creación de un Arcade en la
ciudad de Guayaquil.**

AUTOR:

Unda Buendia, Oswaldo Daniel

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**

TUTOR:

Armijos Tandazo, Vicente Paul

Guayaquil, Ecuador

28 de Agosto del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Unda Buendía Oswaldo Daniel**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

TUTOR

f. _____
Armijos Tandazo, Vicente Paul

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth

Guayaquil, a los 28 del mes de agosto del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Unda Buendía, Oswaldo Daniel**

DECLARO QUE:

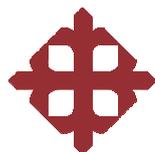
El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la creación de un Arcade en la Ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 28 del mes de agosto del año 2017

EL AUTOR

f. _____
Unda Buendía, Oswaldo Daniel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

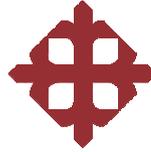
Yo, **Unda Buendia Oswaldo Daniel**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la creación de un Arcade en la Ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 del mes de agosto del año 2017

EL AUTOR:

f. _____
Unda Buendia Oswaldo Daniel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. The browser address bar shows the URL: <https://secure.orkund.com/view/30047847-166455-669496#q1bKLVayio7VUSrOTM/LTMtMTsLTIWY/MqgFAA==>. The page title is "URKUND".

Documento: UNDA BUEN DIA OSWALDO DANIEL UTEA A 2017.doc (D30430076)

Presentado: 2017-09-07 23:54 (-05:00)

Presentado por: varmijos@hotmail.com

Recibido: vicente.armijos01.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje: Unda Buendia Oswaldo Daniel [Mostrar el mensaje completo](#)

0% de estas 31 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Lista de fuentes:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
Fuentes alternativas	TESIS FINAL aracade_ OSWALDO UNDA_FINAL.doc
Fuentes alternativas	TESIS FINAL aracade_ OSWALDO UNDA_FINAL.doc
Fuentes alternativas	OSWALDO DANIEL UNDA BUENDIA FINAL.doc
Fuentes alternativas	Avance 50%25 (2)OSWALDO UNDA.docx

The interface also shows a list of sources on the left side of the document viewer, including:

- FACULTAD DE ECONOMIA
- GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL
- TEMA: Estudio de factibilidad para la creación de un Arcade en la ciudad de Guayaquil
- AUTOR: Unda Buendia Oswaldo Daniel
- Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional
- TUTOR:

Link: <https://secure.orkund.com/view/30047847-166455-669496>

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer sobre todo a mi familia, a mis padres por siempre acompañarme por este camino, apoyarme todos los días y creer en mí y en mis ideas, así también a muchos de mis profesores por su guía y enseñanza con la que llegue a este punto en mi carrera, también un agradecimiento especial a mi tutor de tesis Ing. Vicente Armijos por su guía y ayuda, y al Ing. Félix Carrera por ser el principal soporte en la aprobación de mi tema frente al jurado.

Por ultimo quisiera agradecer a mi novia Jenniffer Estrada, por ayudarme durante el trabajo, apoyándome y estando a mi lado siempre a lo largo de este tiempo.

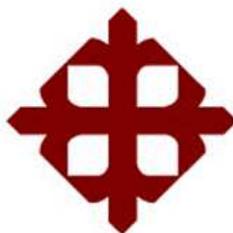
Unda Buendia Oswaldo Daniel

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a todas esas personas que disfrutan de los videojuegos de manera general, ya que la fuerza que ha ganado esta industria a lo largo de los años es gracias a ellos, y en especial a aquellos que no los ven solo como entretenimiento sino como una industria de la que quisieran formar parte del mismo y hacer que este crezca.

Así también va dedicada para aquellas personas que creen que los videojuegos son “para niños” sin darse cuenta del potencial que estos poseen no solo en el aspecto económico sino también el aspecto social.

Unda Buendia Oswaldo Daniel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

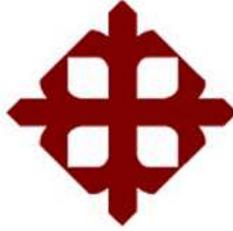
GABRIELA ELIZABETH HURTADO CEVALLOS
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

JOSE PEREZ VILLAMAR
COORDINADOR DE AREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

FELIX MIGUEL CARRERA BURI
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

UNDA BUENDIA, OSWALDO DANIEL

ÍNDICE GENERAL

Contenido

1. EL PROBLEMA	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.3 OBJETIVOS.....	8
1.3.1 Objetivo General	8
1.3.2 Objetivos Específicos.....	9
Antecedentes.....	9
Justificación	13
Marco teórico.....	15
Nostalgia restauradora.....	19
Nostalgia Reflexiva	22
Marco legal	29
Ley de compañías.....	29
Código de comercio	29
Periodo tributario	30
Ley de Régimen Tributario.....	30
Registro Único de Contribuyentes.....	30
Normas ISO (International Standarization Organization).....	30
Objetivos de la Norma ISO 9000.....	31
Permisos de funcionamiento.....	32
Patente Municipal	32
Permiso de Dirección de Higiene Municipal	32

Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	32
Garantizar el trabajo digno en todas sus formas	32
3. METODOLOGÍA.....	35
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	35
3.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	39
3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	40
3.5 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.1. Tipo de estudio	41
3.2. Formulación del problema.....	42
3.3. Población y muestra.....	44
3.4. Materiales y Métodos	45
3.4.1. Método.....	45
3.4.2. Herramientas de investigación.	45
3.4.3. Encuesta.....	46
3.5. Resultados y Análisis	46
3.5.1. Análisis de gráficos	46
4. FINANCIERO	53

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Suledos y Salarios	53
Tabla 2 Inversiones	54
Tabla 3 Tabla de financiamiento	55
Tabla 4 tabla de inversiones	56
Tabla 5 modelo de negocios	57

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Piramide de Maslow.....	6
Figura 2. Maquinas arcade	12
Figura 3 Ingreso por país de la industria de videojuegos. Fuente: World Economic Forum.....	14
Figura 4 Reflective and Retroactive Nostalgia.	16
Figura 5 Diagrama del método inductivo- deductivo.	37
Figura 6 Diagrama del método Estadístico.	38
Figura 7 Female video gamers growth.....	41
Figura 8 Crecimiento de la industria de los videojuegos en latinoamerica....	43
Figura 9 Rango de edad	46
Figura 10 Tiempo dedicado al juego.....	47
Figura 11 Nivel de juego en base a genero.	47
Figura 12 Nivel de utilizacion de juegos.....	48
Figura 13 Prefencia al momento de jugar.	48
Figura 14 Frecuencia de uso en tiempo libre	49
Figura 15 Personajes mas conocidos por epocas	49
Figura 16 Familiaridad Maquinas Arcade	50
Figura 17 Agrado Por los arcades	50
Figura 18 Categoria de juego preferida por los consumidores	51
Figura 19 Ambito social	52
Figura 20 Forma de pago	52

RESUMEN

La industria de los videojuegos se encuentra más fuerte que nunca en el mercado actual, con un valor de mercado esperado según la europapress de 100.000 millones de dólares para finales del 2017 y con un crecimiento anual del 26.3%

Gran parte de este crecimiento se basa en los desarrolladores independientes los cuales no se basan en gráficos exuberantes ni escenas encriptadas, sino más bien en una historia sólida, con un control sencillo fácil de aprender para todos.

Cada vez más y más los grandes productores de juegos se dan cuenta del potencial de los juegos “retro” y de cómo usar la nostalgia del individuo a su favor brindándoles “remasterizaciones o relanzamientos en consolas virtuales, o más allá aun, lanzar una versión de una consola que fue la más popular de su época, la Nintendo entertainment system en una versión miniaturizada pero que ressemble en detalle a la original, provocando ese deseo en los jugadores, especialmente aquellos que la tuvieron alguna vez, en conseguirla.

Este proyecto también busca ese detonante de nostalgia, pero con otra de las maravillas de esas épocas, las maquinas Arcade, o, mejor dicho, los salones donde estas habitaban para el deleite de todos.

En los últimos años se han creado juegos que sobrepasan nuestra imaginación en cuestiones de gráficos y sonido, y con la jugabilidad en línea ya no es necesario Salí de casa para jugar con tus amigos, de alguna forma, se perdió todo el contacto humano dentro de la misma comunidad de jugadores, y este proyecto se basara en la unión de los mismo, en regresar a esas épocas, en recuperar esas amistades y rivalidades en esas poderosas maquinas que alguna vez consumían todas nuestras monedas pero valían la pena y sobre todo en recordar las palabras del fallecido Creador de infancias y ex presidente de Nintendo Mr. Satoru Iwata(2014) “no es que la tecnología no sea importante, más si solo nos enfocamos en ella, no tendremos éxito.”

Palabras clave (Arcade, Retro, Nostalgia, Videojuegos, Comunidad, tecnología)

ABSTRACT

The video game industry is stronger than ever in the current market, with an expected market value according to the Europa press of 100,000 million dollars by the end of 2017 and with an annual growth of 26.3%

Much of this growth is based on independent developers who are not based on cool graphics or encrypted scenes, but rather on a solid story, with simple controllers easy to learn for everyone.

Every time, more and more big game producers realize the potential of "retro" games and how to use the nostalgia of the individual in their favor by giving them "remasters or re-releases" on virtual consoles, or beyond, launch a version of a console that was the most popular of its time, the Nintendo entertainment system in a miniaturized form but that resembles in detail to the original, triggering that desire in the players, especially those who had it in the past, and doing everything it their power to obtain it.

This project also seeks that trigger of nostalgia but with another wonder of those times, the arcade machines, or rather, the halls where they lived for the delight us all.

In recent years, developers have created games that surpass our imagination in matters of graphics and sound, and with online gameplay is no longer necessary to left home to play with your friends, but with this, somehow we lost all human contact inside the same community of players, and this project will be based on reunited them, returning to those old great times, recovering those friendships and rivalries in those powerful machines that you once consumed all our coins but were worth it, and above all, regarding the words of the late childhood creator and former Nintendo president Mr. Satoru Iwata (2014) "is not that technology is not important, but if we only focus on it, we will not succeed."

Keywords (Arcade, Retro, Nostalgia, Video games, Community, technology)

RÉSUMÉ

L'industrie du jeu vidéo est plus forte que jamais sur le marché actuel, avec une valeur de marché prévue selon la presse européenne de 100 000 millions de dollars d'ici la fin de l'année 2017 et avec une croissance annuelle de 26,3%

Une grande partie de cette croissance est basée sur des développeurs indépendants qui ne sont pas basés sur des graphiques géniaux ou des scènes chiffrées, mais plutôt sur une histoire solide, avec des contrôleurs simples faciles à apprendre pour tous.

Chaque fois, de plus en plus de grands producteurs de jeux réalisent le potentiel des jeux "rétro" et comment utiliser la nostalgie de l'individu en leur faveur en leur donnant "remasteriser ou relancer" sur les consoles virtuelles, ou au-delà, lancer une version de Une console qui a été la plus populaire de son époque, le système de divertissement de Nintendo sous une forme miniaturisée, mais qui ressemble en détail à l'original, déclenchant ce désir chez les joueurs, en particulier ceux qui l'avaient dans le passé, et tout leur pouvoir Pour l'obtenir.

Ce projet cherche également ce déclencheur de nostalgie, mais avec une autre merveille de ces temps, les machines à arcades, ou plutôt, les salles où elles vivaient pour le bonheur de tous.

Au cours des dernières années, les développeurs ont créé des jeux qui dépassent notre imagination en matière de graphisme et de son, et le jeu en ligne n'est plus nécessaire à gauche pour jouer avec vos amis, mais avec cela, nous avons perdu tout contact humain dans la même communauté Parmi les joueurs, et ce projet sera basé sur les réunis, en revenant à ces vieux temps géniaux, en récupérant ces amitiés et rivalités dans ces machines puissantes que vous avez déjà consommées toutes nos pièces, mais en vaut la peine, et surtout, Le créateur de l'enfance tardive et l'ancien président de Nintendo, M. Satoru Iwata (2014) "n'est pas si important, mais nous concentrons sur cela, nous ne réussissons pas".

Mots-clés (Arcade, Rétro, Nostalgie, Jeux vidéo, Communauté, technologie)

INTRODUCCIÓN

Los videojuegos son dispositivos digitales que en la actualidad constituyen la principal forma de entretenimiento no solo de los jóvenes sino también de los adolescentes (Marco & Chóliz, 2014), así mismo, la utilización de este tipo de dispositivos continúa incrementándose en las diferentes etapas de sus vidas. De igual forma, el número de niñas que juega videojuegos incrementa de manera continua, acercándose más al porcentaje de niños que gozan de este tipo de entretenimiento (McLean & Griffiths, 2013). Los videojuegos no son solamente no solamente se disfrutan por, adolescentes y jóvenes, muchas personas adultas juegan y ocupan un relevante número de horas utilizando este tipo de dispositivos.

Son diversas las características y posibilidades que ofrecen los videojuegos a las personas con el fin de fomentar su uso, ya sea por sus asombrosas características visuales y auditivas, por su simpleza y/o por la posibilidad de jugar con cientos de jugadores y jugadoras al mismo tiempo sin la necesidad de salir de la habitación, siendo esto algo positivo y negativo a la vez. Estos dispositivos digitales consiguen cautivar la atención de todos aquellos que los disfrutan.

En la misma línea, Carbonell (2014), así como Marín y Párraga (2014) consideran como factores de gran motivación para el uso de videojuegos, entre otros: la función de grabar, la posibilidad de poder empezar a jugar donde se ha dejado la partida, el juego en línea y de entablar nuevas amistades, la ambición por ganar y liderar, y hasta en algunas ocasiones,

evadir problemas de la vida real en aquel mundo ficticio donde habita su avatar. Los videojuegos, que ya existen de forma dominante de nuestra época, junto con otros mecanismos, han alterado tanto las formas como los lugares asociados con las prácticas de ocio de muchos años atrás.

Aunque es cierto que las tres formas de relacionarse con el videojuego se resumen en: el uso, el abuso y la dependencia (McLean & Griffiths, 2013)., Huanca (2011) menciona que cuando el consumo no es continuado, la persona es capaz de interrumpir la dinámica del juego en cualquier momento para dedicar su tiempo de ocio a otra actividad, sin problema alguno.

En este trabajo pretende proponer un plan de negocios que contenga un estudio de factibilidad para la creación de un salón Arcade el cual desarrollare mediante el método científico cuantitativo, los datos q obtenga serán mostrados en el aspecto operativo (generación de empresa con un ruc personal) para las operaciones y estará basado en máquinas Arcade con videojuegos clásicos.

Uno de los aspectos más importantes de este proyecto es brindar un espacio social con un ambiente idóneo para la comunidad “Gamer” o de video jugadores en la ciudad de Guayaquil, que a lo largo de este trabajo no solo será demostrado ser significativa, sino también que ha tenido un gran crecimiento global y donde encontraran además de máquinas, posibles futuras amistades.

EL CAPÍTULO 1

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La industria de los video juegos está sujeta a una dinámica de innovación constante, desde el ámbito gráfico, hasta el ámbito de sonido y jugabilidad, más al pasar los años y con la invención del juego en línea, mediante internet, el contacto humano y social de los jugadores se ha ido deteriorando, razón por la cual mediante este proyecto se ofrecerá un espacio donde se recupere ese compañerismo y competitividad que durante los 90 dio inicio a la conocida hoy como “comunidad Gamer”

Promover el componente social, cuyo objetivo principal es recuperar uno de los puntos clave de esta comunidad, es fundamental al momento del planteamiento del este trabajo ya que no se tratará solamente de la ya poderosa industria de los videojuegos, sino de quienes le dieron su grandeza en primer lugar, los jugadores. Una base fundamental para la integración de las personas son la cohesión y la acción conjunta, es la existencia de objetivos, aspiraciones, problemas y necesidades comunes. Todos son elementos necesarios, pero no suficientes para definir una comunidad. Para Violich (1994) la comunidad es un grupo de personas que viven en un área geográfica específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos. De esta manera, Violich la ubica como parte de la organización social más general, lo cual resulta importante ya que el tipo de sociedad donde está insertada la comunidad es determinante. Esta le imprime una serie de características e influye en los problemas de la comunidad, esclarece que la vinculación de los individuos se da en torno a los problemas de la vida cotidiana y señala la conciencia de pertenencia. Este último elemento es fundamental para movilizar a sus pobladores, para plantearse metas comunes y trabajar en conjunto por el alcance de las

mismas, la solución de problemas y el desarrollo de la comunidad: es la base de la cohesión y cooperación entre los habitantes.

A pesar de lo antes mencionado y del hecho que la comunidad es más numerosa que nunca gracias a que en la actualidad los videojuegos están prácticamente al alcance de todos en sus dispositivos portátiles de uso diario como celulares o tablets, el concepto de “comunidad” se ha ido desgastando y he ahí el punto clave de este proyecto.

Aun después de la era de los arcades y la llegada de las consolas caseras, la gran mayoría de los jugadores prefería reunirse con sus amistades para superar juegos como el Contra de NES, o desafiarse mutuamente en juegos como Street fighter de SNES o Golden Eye 007 de Nintendo 64, todos ellos grandes clásicos de la industria, pero, con la llegada del internet y la opción de jugar en línea, las personas continuaron jugando juntas, pero solas. Esto provoca uno de las preocupaciones más recurrentes en los padres de gamers jóvenes quienes se preocupan de que sus hijos no desarrollen su ámbito social y prefieran amistades virtuales a las reales, reduciendo su contacto con las demás personas a un mínimo.

Este proyecto propone ofrecer un espacio, donde se regrese a esas épocas doradas, donde se formen amistades, se creen nuevos rivales, donde haya competencias sanas y compartan no solo reacciones sino también memorias rodeados de personas que compartan su gloria o su frustración, recuperar esas reuniones de amigos que poco a poco han ido desapareciendo al pasar de los años

Maslow (1943) publicó un análisis en el que recopila que motiva las acciones de las diferentes personas, y para su explicación detallada, implemento una pirámide en la que se encuentran los deseos y necesidades de las personas en base a sus prioridades. Cabe recalcar que esta pirámide no es más que una guía, es decir, no está tallada en piedra ni es una ley por la cual se rigen todas las personas, pero aun siendo de esta manera, se aproxima mucho a aquellas prioridades que motivan a las mismas. Cada piso de esta pirámide representa en concreto, necesidades y la tendencia

del individuo, la cual se basa principalmente en cubrir los niveles fundamentales, dejando como segunda prioridad aquellos niveles superfluos.

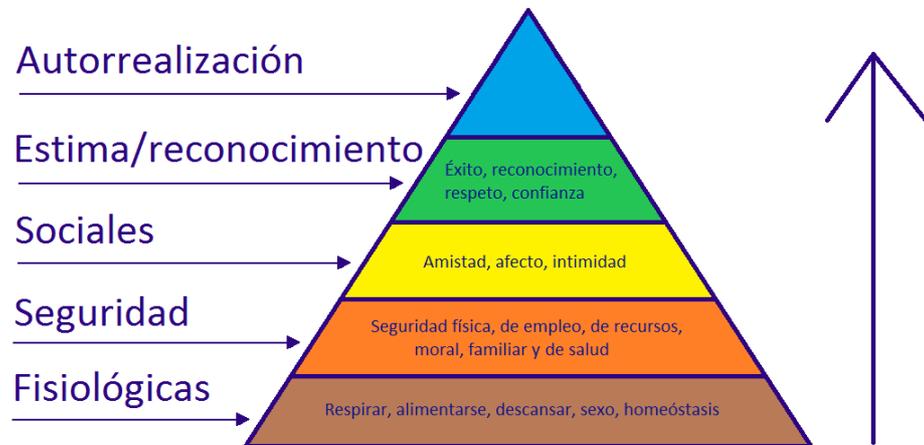


Figura 1. Pirámide de Maslow

Dentro del mercado que se busca explorar, es decir, el mercado del entretenimiento, se busca satisfacer los tres niveles superiores; Afiliación, reconocimiento y autorrealización. Aunque es cierto que otras formas de entretenimiento solo se basan en cumplir uno o dos de estos niveles, la industria de los videojuegos y aunque no todas las veces en un único juego, siempre busca cubrir los tres, y este proyecto enfatizara estos puntos.

Empezando con la afiliación, se enfoca en la amistad, las relaciones sociales y el afecto entre las personas. Dentro de este nivel podemos clasificar el juego multijugador, que siempre incentiva a las personas a crear relaciones de amistad con personas no solo en su localidad sino alrededor del mundo, así como facilitar el vínculo entre los mismos de a través del tiempo, por ello la organización de múltiples eventos que den motivo una mayor socialización será esencial.

Continuando con el segundo nivel, reconocimiento, habla de la motivación de las personas a ser mejores, buscar el éxito, así como el respeto de si la persona y por supuesto, el reconocimiento de sí mismo.

Para satisfacer este nivel, existen varias herramientas empleadas por los desarrolladores de videojuegos, empezando por los leaderboards, los cuales fijan las puntuaciones más altas dentro de un registro, los trofeos o

logros los cuales, según su nivel de dificultad, generan un orgullo dentro del jugador, así como las posiciones en diferentes torneos, reconocimientos dentro de la comunidad y premios por sus logros buscan cubrir este nivel. Cualquier detalle que ayude a jugadores a destacarse entre otros.

Para reforzar este nivel se organizarán torneos constantes de varias categorías de juegos, como fighting, Racing, Arcade, etc. Y los ganadores, junto con sus puntajes, serán anunciados en un leaderboard dentro del local y las diferentes redes sociales del mismo, impulsando no solo el sentimiento de logro sino también de competencia hacia otros jugadores, motivándolos para su asistencia al próximo evento.

Y finalmente, en el último nivel de la pirámide se encuentra la autorrealización, al poner como su máximo rival a uno mismo, es decir, se busca romper sus mismas marcas y siempre superarse, así como plantearse retos personales a cumplir. Dentro de este punto se encuentra, por, ejemplo, los niveles de dificultad, un verdadero jugador sentirá más orgullo cuando derrote un nivel, a un jefe o en juego en si en un nivel de dificultad alto, y si aun en ese nivel no se sienten desafiados, proponerse desafíos o desventajas para hacerlo más “interesante”.

Así también hay otras características como los logros y variantes, ciertos juegos de un jugador como pacman y Donde Kong, que usan un sistema de puntuación, logran un sentimiento de realización, de haber logrado hacer algo grande, difícil y/o duradero.

Para este último nivel, se registrarán todos los récords de los juegos semanalmente y serán posteados junto con fotos de los jugadores en las redes sociales, y, estos récords se dividirán en tres categorías, semanales (solo puntaje más alto de la semana en curso), mensuales (solo el puntaje más alto del mes vigente), y “De todos los tiempos”, el récord máximo alcanzado desde la apertura del local, que se encontrara en las redes para ser visto por todos. De esta manera todos tendrán oportunidad de aparecer dentro de los rankings, y compartir sus experiencias.

Aunque es cierto que estos niveles se encuentran dentro del individuo “gamer” su orden no es fijo pues depende mucho de la prioridad que ponga el jugador hacia cada uno de ellos. Por ejemplo, varios jugadores buscan juegos multijugador como Súper Smash Bros, porque les gusta compararse con rivales y salir victorioso, o tal vez prefiera un juego difícil como lo es Dark Souls, un juego considerado por muchos como uno de los más difíciles, solo porque les gusta el desafío.

En fin, todo lo antes mencionado se encuentra basado en una teoría y existen otros modelos que también puedan aplicarse, pero en este caso, por su sencillez, basarse en la misma es válido e ideal para analizar que característica específica nos atrae hacia los diferentes tipos de videojuegos.

Está claro que, cualquier negocio basado en videojuegos debe cubrir bien estos tres niveles, y este modelo de ideas se basa en los mismos esperando cumplirlos de la mejor manera posible.

A partir de lo anteriormente expuesto, se planteó la siguiente pregunta de investigación.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye a la comunidad Gamer la creación de este salón Arcade enfocado en el ámbito social de la misma? ¿Cuál sería el impacto que tendría en las personas que disfrutan de este tipo de entretenimiento?

VARIABLE: Creación del salón Arcade

VARIABLE: Impacto en el ámbito social de la comunidad

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Estudiar la Factibilidad de implementar un salón Arcade en la ciudad de Guayaquil.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Estudiar las características del fenómeno gamer desde la base teórica.
- Definir una metodología de investigación científica que permita estudiar los hábitos y aptitudes del consumidor o del grupo objetivo.
- Analizar los gustos, preferencias y niveles de pensamiento de los jugadores para redefinir las categorías de los juegos en base al estudio desarrollado.
- Aplicar el modelo de negocios apropiado para la materialización de la oferta de valor, y sugerir las estrategias de marketing que deben ser utilizadas para mantener un flujo de clientes activo.
- Determinar la factibilidad financiera de este proyecto en base a la posible proyección de flujos financieros que genere o podría generar esta idea de negocios.

Antecedentes

En las últimas dos décadas, la industria de entretenimiento digital en video juegos en el mundo ha tenido un crecimiento importante, derivado principalmente de los diferentes avances tecnológicos que han permitido cambios significativos en su presentación, funciones y características, las cuales permitieron a sus diseñadores expresarse de manera más libre en sus creaciones.

De esta manera, en la actualidad, las tres más grandes compañías de este medio; Sony, Nintendo y Microsoft, están siempre en competencia de nuevos consumidores, pero en el camino, antes de que existiera al menos una consola en 9 de cada 10 hogares en el mundo, estos titanes de la

industria, en especial Sony y Microsoft, han dado prioridad a la potencia de sus consolas y no a la calidad de sus juegos.

Entre los años 1978 y 1983 comenzó la “Era dorada de los videojuegos” donde cabinas Arcade como Donde Kong, Pac Man, Frogger, entre muchos otros, producían millones de dólares para la industria, no gracias a sus impresionantes visuales o su música orquestal, sino por su estilo simple pero entretenido, apto para todas las edades, sin discriminación por sexo, para todo nivel de habilidad, donde aún en la actualidad son conocidos, apreciados e incluso deseados, a pesar de tener casi 30 años de edad.

Estas maravillas de la tecnología eran conocidas como “Maquinas Arcade” y se reunían en un salón de entretenimiento conocido como “Arcade” donde se reunía gente de todas las edades, en especial jóvenes adultos, no solo a jugar, sino también a socializar, a conocer nuevas personas, hacer nuevas amistades, conocer rivales, competir, etc.

Con la llegada de las consolas caseras, estos salones fueron desapareciendo, hasta la actualidad donde aún encontramos lugares como “Play Zone” con juegos actuales de simulación, pero sin la función principal de los salones clásicos ya mencionados anteriormente, y, aunque es cierto que la comunidad “Gamer” es más grande de lo que nunca ha sido, está dispersa, y el término “Comunidad” ha perdido su significado.

La idea principal de este proyecto, es brindar ese espacio, ese lugar de competencia, donde no solo se asista a entretenerse, sino más bien a generar nuevas amistades, brindar ese lugar lleno de nostalgia con juegos

clásicos de la época dorada, y no solo a personas de esa época, sino también a nuevas generaciones que talvez no conozcan aquellos clásicos que dieron inicio a todo, y recuperar ese sentimiento perdido de rivalidad, de orgullo por tener un puntaje alto, y el deseo de superarlo, un lugar donde la “comunidad Gamer” no solo se reúna sino también crezca y se fortalezca.

Para lograr lo antes mencionado, este Arcade se basará en la sociedad y la competencia, se realizarán torneos de los juegos más populares en base a la selección de los consumidores mediante encuestas cortas realizadas en redes sociales, se realizarán eventos de todo tipo, y con gran frecuencia, para otorgar razones de visitas constantes y promover la socialización.

Entre los años 1978 y 1983 comenzó la “Era dorada de los videojuegos” donde cabinas Arcade como Donde Kong, Pac Man, Frogger, entre muchos otros, producían millones de dólares para la industria, no gracias a sus impresionantes visuales o su música orquestal, sino por su estilo simple pero entretenido, apto para todas las edades, sin discriminación por sexo, para todo nivel de habilidad, donde aún en la actualidad son conocidos, apreciados e incluso deseados, a pesar de tener casi 30 años de edad.

Estas maravillas de la tecnología eran conocidas como “Maquinas Arcade” y se reunían en un salón de entretenimiento conocido como “Arcades” donde se reunía gente de todas las edades, en especial jóvenes adultos, no solo a jugar, sino también a socializar, a conocer nuevas personas, hacer nuevas amistades, conocer rivales, competir, etc.



Figura 2. Maquinas Arcade

Con la llegada de las consolas caseras, estos salones fueron desapareciendo, hasta la actualidad donde aún encontramos lugares como “Play Zone” con juegos actuales de simulación, pero sin la función principal de los salones clásicos ya mencionados anteriormente, y, aunque es cierto que la comunidad “Gamer” es más grande de lo que nunca ha sido, está dispersa, y el término “Comunidad” ha perdido su significado.

La idea principal de este proyecto, es brindar ese espacio, ese lugar de competencia, donde no solo se asista a entretenerse, sino más bien a generar nuevas amistades, brindar ese lugar lleno de nostalgia con juegos clásicos de la época dorada, y no solo a personas de esa época, sino también a nuevas generaciones que talvez no conozcan aquellos clásicos que dieron inicio a todo, y recuperar ese sentimiento perdido de rivalidad, de orgullo por tener un puntaje alto, y el deseo de superarlo, un lugar donde la “comunidad Gamer” no solo se reúna sino también crezca y se fortalezca.

Para lograr lo antes mencionado, este Arcade se basará en la sociedad y la competencia, se realizarán torneos de los juegos más populares en base a la selección de los consumidores mediante encuestas cortas realizadas en redes sociales, se realizarán eventos de todo tipo, y con gran frecuencia, para otorgar razones de visitas constantes y promover la socialización.

Justificación

Gobiernos de latino América han reconocido esta industria, así como parte importante de las diferentes promociones de las mismas y de sus eventos. Los videojuegos son una de las seis industrias de la MICSUR, (mercado de industrias culturales del sur), un evento que reúne las industrias culturales de 10 países latino americanos. En el 2016, el foro de la alianza de emprendedores e innovación del pacífico, se escuchaba a oradores hablando de los videojuegos, y de cómo esta industria posee una categoría propia dentro de las rondas de negociación. También es común ver cabinas de Perú, México o Chile en el GDC, el mayor evento de la industria, en San Francisco. A medida que la industria crece alrededor del mundo, vemos que ganando más relevancia en la agenda pública.

Así también se ubica a Ecuador dentro de los 100 países con más grande ingreso dentro de esta industria, como lo muestra el siguiente gráfico.



Figura 3 Ingreso por país de la industria de videojuegos. Fuente: World Economic Forum

En América Latina las empresas que pertenecen a esta industria han mostrado un progreso muy significativo. En Uruguay, un estudio muy exitoso llamado Ironhide construyó Kingdom Rush que, en su versión iOS, se descargó más de 100 millones de veces. En Chile un estudio llamado Wanaco Games fue comprado por un gran desarrollador de juegos canadiense llamado Behavior, y recientemente desarrolló Fallout Shelter para una compañía más grande llamada Bethesda. Fallout Shelter ganó \$ 5 millones en ingresos en su primera semana. Casi todos los países tienen asociaciones de estudios de desarrollo de juegos: la CVA en Perú, ADVA en Argentina, VGChile en Chile, etc. Al mirar el sector educativo, se pueden ver más carreras, especializaciones e investigaciones orientadas al desarrollo del juego en la región.

Como región culturalmente rica, América Latina tiene el potencial de usar sus recursos en el desarrollo de la industria del videojuego. También es una región de jugadores, que crece en número, con un 60% de crecimiento interanual para el mercado, el mayor de cualquier región de acuerdo con Newzoo, una empresa de inteligencia de mercado. Para América Latina los videojuegos se están convirtiendo en una forma de expresión, una buena inversión para nuestros bienes culturales y un aspecto importante de la industria tecnológica.

A medida que aparezcan nuevos juegos exitosos, se nota una tendencia, y es que muchos tratan de asemejarse al pasado, a las épocas doradas de los 8 y 16 bits, que no se basan en gráficos exorbitantes ni modos complicados de juego, sino en la simpleza que lograba atraer a toda clase de personas y no solo a aquellos que ya tenían el gusto por los mismos, de ahí nace la inspiración, que buscara traer esas experiencias, no con juegos nuevos que intentan igualar a los clásicos, sino con los mismos que sirven de inspiración diaria para los desarrolladores actuales, con aquellas máquinas y ese espacio que sirvió de lugar de encuentro para muchas personas y recuerdos que a pesar de tener muchos años, siguen en sus memorias y fueron los primeros pasos para la creación de la comunidad Gamer.

Marco teórico

En este apartado se explicará porque la decisión de utilizar juegos clásicos o “retro” en lugar de las nuevas y más avanzadas consolas

disponibles para la base del salón Arcade. Según Digra, 2013; se distinguen dos tipos de nostalgia en el diseño de juegos retro: restaurador y reflexivo. El restaurador se manifiesta en “la restauración total de los monumentos del pasado”, mientras que el reflexivo “se prolonga en los sueños o fantasías sobre otro lugar otro lugar y tiempo”. La nostalgia restaurativa es visible en las prácticas de retrogaming, como la creación de emuladores, la apreciación de títulos clásicos y su reelaboración para nuevas plataformas. La nostalgia reflexiva se distingue más del pasado y ve la historia del medio como un conjunto de estilos, sirve a la creatividad y la expresión artística, que es lo que se vive en la actualidad con diferentes compañías como diseñadores de juegos independientes en juegos como Hotline Miami, Fez, FTL: Más rápido que la luz y McPixel. Sostengo que los juegos retro son un grupo extremadamente heterogéneo con diversos autores que tienen objetivos y motivaciones diferentes.



Figura 4 Reflective and Retroactive Nostalgia.

El termino avant-garde (vanguardia) es ahora arrière-garde (retro guardia). La noción de nostalgia es omnipresente en la cultura popular que está obsesionada con su propia historia. Un cierto tipo de retro manía (Reynolds, 2011) está presente en prácticamente todos los aspectos posibles de la práctica cultural, desde la moda hasta el diseño, así como en la música y los videojuegos. Estas tendencias retro se manifiestan en una

fascinación general con "la vendimia". La estética anticuada de los últimos 50 años se recrea ahora, se reconfigura, se redescubre y se recicla en el contexto moderno. Es importante notar que "retro" significa centrarse en el pasado reciente y no en la antigüedad clásica o la Edad Media, como solía ser en el caso del Renacimiento o el Romanticismo (Guffey, 2006). Este fenómeno absolutamente contemporáneo se remonta a los años setenta, cuando "el retro empezó a revivir períodos que estaban bien dentro de la memoria viva" (Ibídem, p.100). En la vanguardia de esta tendencia fueron diseñadores de moda como Vivienne Westwood, cuyas colecciones punk de la década de 1970 fueron inspiradas por las subculturas de la década de 1950 (por ejemplo, Teddy Boys). Además, las películas de Hollywood, como *American Graffiti* (1973) o *Grease* (1978), también formaban parte de ese movimiento. En esa época, la década de 1970 en los Estados Unidos se llamaba incluso "La Edad de Oro de la Nostalgia". "La edad de oro de los videojuegos Arcade" comenzó coincidentemente en los años 70 también. Los videojuegos, como un medio relativamente reciente, entraron en el paisaje cultural en los albores de la era posmoderna, durante un estado cultural de la mente que es, según Jameson (1991, p.279) - nostálgico por el momento. ¿Significa esto que los videojuegos y los diseñadores de juegos sean nostálgicos? Depende de las definiciones y motivaciones nostálgicas de los diseñadores de juegos contemporáneos y su relación con el patrimonio del medio. En primer lugar, la nostalgia puede observarse en las prácticas de retrogaming descritas por Newman (2004), tales como: recopilación de hardware antiguo, creación de emuladores, apreciación de títulos clásicos y su reelaboración para nuevas plataformas. Por otra parte,

es también notable en la producción de un gran stock de productos de consumo, textiles, accesorios, videojuegos relacionados con juegos, literatura, diversos trabajos artísticos, museo y práctica académica 2008). En segundo lugar, está presente en los gestos nostálgicos de los diseñadores de actuales de videojuegos que crean títulos modernos en el llamado estilo retro. Esta categoría es a veces incluso etiquetada como un género, que talvez no sea correcto ya que este término puede referirse a ambos. De esta manera podemos comparar dos títulos, *Contra 4* (WayForward, 2007) y *Fez* (Polytron, 2012), donde hay una diferencia significativa entre crear un juego que podría tener éxito en el SNES (Super Nintendo Entertainment System), mientras que esta era popular, y diseñar un título contemporáneo que está influenciado por la misma era, la era de 16 bits, ya sea en el visual o lúdico. Para entender esta diferencia, debemos recordar que hay más que una especie de nostalgia. Boym (2001, p.49) las distingue en dos categorías; nostalgia restauradora y reflexiva. Básicamente, el primero se manifiesta en la «restauración total de monumentos o iconos del pasado» (p. Ej., Renovación de la Capilla Sixtina), mientras que el segundo «se prolonga en los sueños de otro lugar y de otro tiempo» (por ejemplo, la era dorada de los arcades). La diferencia entre ellos radica en la manera de dar sentido a nuestro deseo y en la forma en que percibimos el objeto o lugar que genera esta emoción. En otras palabras, la nostalgia no le pertenece al objeto en sí, sino que se genera en nuestra relación interiormente experimentada con el mismo. Sin embargo, esto no implica necesariamente que la nostalgia es una emoción altamente personalizada, ya que a menudo refleja los recuerdos colectivos de una cierta generación o subcultura. El grupo de

edad particularmente interesante son los jugadores que crecieron jugando las primeras generaciones de videojuegos. Como tales, son los primeros en adoptar este nuevo medio de entretenimiento y, en consecuencia, constituyen el mercado de consumo de los productos de juego de 8 y 16 bits. Los videojuegos son una parte importante de su identidad generacional. El medio se desarrolló en gran medida a medida que maduraban y poco a poco se convirtió en una forma de arte establecido, mientras que algunos de los jugadores crecieron hasta incluso convertirse en diseñadores de juegos. Una situación tan singular, cuando su nostalgia infantil coincide con una tendencia "back to the roots" o "de regreso a las raíces" en la industria del videojuego puede ser la razón de los numerosos casos de nostalgia desencadenantes en el diseño de juegos contemporáneos. Por ejemplo, con un "gatillo de nostalgia" se pueden llegar a entender referencias intertextuales a un título clásico, como en el caso de las citas de Mario o Zelda que la nostalgia caiga en un nivel muy superior a otros títulos. En este caso particular mencionado, la persona llena de nostalgia es una pieza clave para el diseñador del juego y muy probablemente un jugador implícito (Aarseth, 2007). Aunque las referencias que inducen la nostalgia podrían ser las mismas para ambos modos, es decir, el restaurador y el reflexivo que instigan diferentes narrativas.

Nostalgia restauradora

Para describir la noción de nostalgia restaurativa, Boym (2001) utiliza el un claro ejemplo de la renovación de la Capilla Sixtina, una empresa polémica que provocó una Discusión sobre el tema de rehacer el pasado y la importancia del testimonio del artista. El argumento comenzó con la

acusación de que los conservadores estaban eliminando el "toque final" de Miguel Ángel y así extinguieron la vida histórica de los frescos. La renovación estaba literalmente cepillando lejos cualquier marca de tiempo dejado por humo de vela, hollín o daño. Esto es lo que consiste en la nostalgia restaurativa: no tiene utilidad para los signos del tiempo histórico, ruinas, grietas, imperfecciones. De hecho, el mismo impulso subyace al tratamiento de las computadoras antiguas dentro de la cultura retrogaming. Las exposiciones más caras están en el estado más intacto, incluso incluyendo el envoltorio original. Retrogaming se basa en los recuerdos del pasado, que no es una tarea fácil. Incluso en el caso de una tecnología relativamente reciente como los microcomputadores de los años ochenta, es difícil conservar todos los elementos, tanto de hardware como de software. Como menciona Swalwell (2007), los medios digitales son extremadamente vulnerables a los procesos del llamado "decaimiento digital". Los dispositivos de almacenamiento se vuelven ilegibles después de un cierto período de tiempo y la vida útil de los microchips también está limitada debido a diversos procesos físicos y químicos. Si el juego no se copia a tiempo a un medio diferente, se perderá. Sin embargo, estas circunstancias también influyen en la percepción cultural de los juegos de una manera intrigante. Swalwell (2017) compara los videojuegos clásicos con la porcelana fina, como Wedgwood o Meissen, que es también un producto de diseño producido en serie, excepcionalmente frágil, difícil de preservar y por lo tanto muy valioso en los mercados de coleccionistas. Sin embargo, la nostalgia restaurativa no es sólo acerca de la recolección. Se trata también de mantener vivos los títulos retro en la memoria colectiva. Esto ha sido logrado

por Nintendo, una empresa que 'logra crear nuevas generaciones de jugadores Mario combinando viejos personajes de juego con nuevas innovaciones y jugabilidad' (Suominen, 2012, p.13). Indudablemente, las grandes empresas de la industria de los medios de comunicación (no sólo productores de videojuegos) viven de su herencia y legado mediante el desarrollo de franquicias de medios basadas en la nostalgia y la continuidad de sus series clásicas. Tal actividad, según Jenkins (2006), crea las denominadas marcas de la marca - marcas a las que estamos emocionalmente unidos. Esta práctica es visible en constantes reinicios de series icónicas, en el caso reciente de Christopher Nolan-con su precuela de Tomb Rider. Sin embargo, estos nuevos tramos de franquicias de larga data se sitúan más bien en el ámbito de la nostalgia reflexiva, ya que reinterpretan la convención original. Las motivaciones restaurativas, por otro lado, "son más adecuadas para comprender re-lanzamientos de iconos retro en plataformas modernas" (Suominen 2012, p.11-13). En este caso el objetivo es lograr lo imposible - 'una versión perfecta' - que daría la experiencia exacta del juego original, incluyendo todos los detalles tecnológicos y de jugabilidad. Desafortunadamente, en la práctica a menudo es muy problemático incluso definir lo que debería ser el "juego original", y mucho menos reconstruirlo. Existe el brillante análisis del caso Sonic the Hedgehog (Sonic Team 1991) realizado por Newman (2012) muestra todos los posibles dilemas de las prácticas de restauración, es decir, muchas versiones del mismo título o lanzamientos simultáneos plataformas de diferentes especificaciones. La nostalgia restaurativa es fácil de observar en Europa, debido a la dramática y destructiva historia reciente del continente.

En Polonia, el ejemplo más representativo de la reconstrucción fue la reconstrucción del centro histórico de Varsovia que fue totalmente destruida mientras la ciudad fue arrasada por los nazis en 1944. El restablecimiento del casco antiguo de Varsovia se incluye en el Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO con su lista de sitios restaurados como "un ejemplo sobresaliente de una reconstrucción casi total" (UNESCO). Varsovia fue restaurada basándose en las pinturas de Canaletto, pintor de paisaje urbano del siglo XVIII que había pintado la ciudad durante dieciséis años como pintor de corte al Rey. Por lo tanto, lo que se reconstruyó no fue el centro histórico de Varsovia de la década de 1940, sino más bien la visión de Varsovia de Canaletto de un período determinado, visto a través de una cierta convención de pintura de paisaje - el estilo de los maestros venecianos de Vedute. Este ejemplo presenta la paradoja oculta de la nostalgia restaurativa. Independientemente de las incansables búsquedas de precisión histórica, es necesario reconocer que una restauración completa nunca es posible.

Nostalgia Reflexiva

La nostalgia reflexiva no restaura nada. Se refiere a una experiencia individual, está relacionada con el proceso de recuerdos dentro de una cultura (Boym, 2001) y se trata de comprender los fenómenos culturales y el anhelo hacia la era pasada en Europa Oriental. Un ejemplo popular de este fenómeno es la noción de nostalgia que describe un anhelo por algunos aspectos de la vida en Alemania Oriental, bien ilustrado en la película ¡Adiós, Lenin! (2003). La nostalgia reflexiva no exige necesariamente recuerdos personales del pasado influenciado por los soviéticos, sólo se basa en los

recuerdos colectivos de este período transmitidos por los medios de comunicación. Un caso interesante de nostalgia reflexiva es la tendencia polaca a reciclar elementos del diseño comunista en la moda moderna, gráficos y diseño de interiores. La marca Pan tu nie stał (especializada en la calle) se especializa en ropa de calle y su nombre se refiere a una experiencia comunista por excelencia de discutir con una persona que quería saltarse la línea. Lo que se entiende por la línea es decenas de personas que esperan, por lo general fuera de una tienda, para comprar suministros básicos. Aquí, definitivamente no es la escasez de alimentos que uno es nostálgico. El objetivo de la empresa son los jóvenes que prefieren no esperar a que su camiseta de cadera en una línea y no les gustaría que su ropa se asemeje a los textiles comunistas cuando se trata de la calidad. Los clientes esperan que Pan tu nie stał les proporcione un uso cómodo y casual con un diseño único que refleje de manera humorística los objetos que recuerdan de sus habitaciones infantiles. Pan tu nie stał no restablece el comunismo y no tiene intención de hacerlo. Su diseño es sobre el reciclaje de motivos de cultura popular de un período histórico dado, especialmente de una época particularmente propensa a convertirse en el objeto de la nostalgia generacional. Los ejemplos antes mencionados están inmersos en los contextos políticos e ideológicos, como lo es todo el trabajo de Boym sobre la nostalgia reflexiva. Sin embargo, sus conclusiones perspicaces son universales y podrían utilizarse en otro marco, como el anhelo retro por un tiempo pasado en la historia de los videojuegos. En los estudios de caso a continuación se explica la noción de nostalgia reflexiva en el diseño de un videojuego. Hotline Miami y sus secuelas y precuelas de los años ochenta

fue creada usando el creador de videojuegos Game Maker, es decir un amplio grupo de herramientas que cambiaron la escala de posibilidades para muchos aficionados y no profesionales dispuestos a crear sus propios juegos (Dennaton, 2012). Su introducción a la industria del juego a finales de la década de 1990 y su creciente popularidad a mediados de los años 2000 llegó a la misma importancia que la introducción de la cámara amateur de peso ligero en la industria del cine. Para los cineastas independientes significó acceso a dispositivos menos sofisticados y reducción de las competencias de nivel de entrada, así como les dio la oportunidad de desarrollar proyectos ambiciosos e innovadores. Llevó una importancia similar para los fabricantes independientes de videojuegos e influyó el aumento del movimiento indie(independiente) del juego.

De forma interesante, el uso de Game Maker hizo que Hotline Miami fuera inferior en el sentido de diseño de juegos en casi todas las décadas de inspiración más antigua - Grand Theft Auto (DMA 1997). La primera entrega de la serie GTA fue creada en un motor dedicado, sofisticado para ese tiempo, lo cual permitió la conducción de los vehículos en el juego. El juego de Söderström es una experiencia 2D con una historia muy lineal, que puede sonar irónica sabiendo que GTA es percibido como el primero de los juegos de género sandbox. Esta situación pone en tela de juicio la narrativa del avance tecnológico, tan popular en la industria del juego, con su énfasis en el desarrollo de gráficos más realistas con cada nueva generación de consolas. Sin embargo, por el contrario, Hotline Miami no se trata de tecnología de vanguardia o foto realismo. Esta 'colección surrealista de violencia y luces de neón' (Cactus '2012), como su autor Jonatan' Cactus

'Söderström lo describe, se inspiró en la película neo-noir Drive (2011) dirigida por Nicolas Winding Refn. No es la primera vez que un juego ha sido influenciado por este estilo cinematográfico. Curiosamente, Hotline Miami es un juego retro inspirado en un cine retro y una de las iteraciones más intrigantes del neo-noir en el cine moderno. Con respecto a Drive Retro, cuando fue entrevistado, dijo que sus imágenes no estaban basadas en una película en particular o películas de la década de 1980, sino más bien en una cierta mitología de cine de esa época. Esta afirmación se corresponde con las teorías de la película de la nostalgia, donde la historia de los estilos estéticos desplaza a la historia real (Jameson, 1991). Según Jameson (1991), la primera película de ese tipo fue American Graffiti (1973), una historia de la mayoría de edad principios de 1960. Para "hipnotizar la realidad perdida de la era Eisenhower", George Lucas no creó "una antigua representación" del contenido histórico, sino que reflejó la «década de la cincuenta» al producir una metáfora estilística de esa época. Es dudoso que la época de Eisenhower fuera autoconsciente acerca de sus características, pero la noción de "1950tas" incluye la distancia temporal necesaria para definir la estética del período dado. La "década de 1950" en American Graffiti (1973), la década de 1980 en el caso de Drive, las figuras del discurso estético posmoderno que utiliza la profundidad pseudo-histórica y la intertextualidad para expresar su fascinación por la recuperación visual de los Tiempos perdidos Y lugares. Esta práctica cultural es la llamada por el francés - la mode rétro. Jameson observa que en el postmodernismo de la historia se convierte en un conjunto de estilos y Refn toma esta lógica mucho más lejos en que ni siquiera intenta producir una sensación de experimentar

el pseudo pasado. El director de Drive no crea una compilación de películas de los años ochenta, como por ej. Vivir y morir en L.A. (1985), para captar la realidad de la década. Drive es una reunión de la propia década de 1980. ¿de este modo, qué clase de compilación es Hotline Miami? A nivel visual, Hotline Miami es muy engañosa, emulando la primera impresión de no ser un juego contemporáneo. De acuerdo con Söderström, el ruido de la TV incorporado, también implementado en su anterior Norrland ('Cactus' 2010), se suponía que daban un cierto atractivo al juego- "como si estuviera jugando en una consola averiada de alguna clase". Podemos tener una experiencia similar con respecto a Hotline Miami, donde se encuentra una inclinación adicional a lo más extraño, ya que señala el efecto que quiere (re)crear - es decir, "fantasma de un viejo televisor" o ser "proyectado en Una película Pantalla". En cierta medida, logra ambas cosas: imita el acto de ver una grabación de algunos 'lets players' quienes graban sus juegos y reacciones frente a una pantalla, efecto que se consigue en la plataforma PC o una consola portátil (como el Playstation Vita) y no es una recreación de ninguna práctica cultural en particular. Hotline Miami evoca una experiencia analógica de algún tipo irreconocible. Como dijo Cactus en el contexto de Norrland (2013, p.12) "se suponía que tendría aspecto retro, aunque no de una manera exacta respecto a los viejos sistemas de juego". Hotline Miami no restaura nada. Es un interesante ejemplo de nostalgia reflexiva pero no refleja ningún anhelo particular en el medio de los videojuegos. según (Bolter & Grusin, 1999) es una fusión del estilo de cine neo-noir de los años ochenta en el medio de los videojuegos.

Boym dice que «uno se da cuenta de los marcos colectivos de los recuerdos cuando uno se distancia de la propia comunidad o cuando esa misma comunidad entra en el momento del crepúsculo» (Boym 2001, p.80). En el pasado reciente, los videojuegos han cambiado mucho y su desarrollo se ha visto afectado por factores tan importantes como la introducción de la distribución digital, la revolución casual, los juegos sociales y el auge de los juegos indie. Todos estos factores han contribuido a la evolución del videojuego y han dado como resultado el crecimiento del movimiento del diseño retro, una tendencia que es visible no sólo en los juegos, sino que se ha analizado durante algún tiempo en muchas ramas del arte (Jameson 1991; Guffey, 2006 & Reynolds, 2011). La nostalgia en el diseño de juegos retro corrobora el hecho de que los videojuegos se conviertan en una forma de arte maduro, cuyas obras maestras evocan el anhelo reflexivo. Se ha argumentado que esta nostalgia se manifiesta de dos maneras: restableciendo los juegos del pasado y refiriéndose y trabajando lo pasado para reflejar una década particular, eso es lo que buscara este proyecto, restablecer una era donde los juegos Arcade retro esos encontraban en la cima, donde siempre había gente para competir y de donde se originó el termino de comunidad Gamer. El gesto nostálgico de los diseñadores de juegos sirve a la creatividad y la erudición artística. Estas, a su vez, son las motivaciones que subyacen a todo estilo "neo" en el arte y podrían considerarse como una tendencia más universal de todo medio que confía en la auto-referencia. Fez es un neo-platformer, FTL es un neo-rogue, Hotline Miami es un neo-noir mientras evoca el cine en lugar de la nostalgia lúdica. Por último, McPixel puede describirse como un juego de neo-

aventura, pero es más ecléctico que los demás y existe en un marco de diseño de juegos que a menudo prefiere el uso de retro-herramientas para crear nuevas experiencias estéticas. Una estrategia similar se puede observar en la música, donde las viejas tecnologías de sintetizar el sonido todavía se están utilizando (Reynolds, 2011). Fez cuando Dot comprueba si podemos ver la referencia a los Super Mario Bros., es realmente nostálgico. Tales estudios como OrangePixel o Vlambeer crean juegos retro, pero los suyos no son tan sentimentales. Vlambeer no provoca ensoñaciones de la infancia, no porque no tengamos una memoria personal dada, sino porque no hay estímulos intertextuales directos para iniciar el proceso de recolección. Estos juegos siguen siendo nostálgicos a un nivel muy universal, implicando el efecto de la "aquello que falta en el presente" como requisito. Todos los juegos mencionados anteriormente podrían llamarse juegos retro contemporáneos, pero en mi opinión esta categoría es inexacta, ya que retro es por definición moderno - requiere una distancia temporal del pasado. Si queremos referirnos al renacimiento de la era disco de los años setenta, ya sea en los años 90 o más tarde, decimos "retro-70's". Del mismo modo, propongo decir "retro-8-bit" - que refleja 8-bits, "retro-16-bit" - que refleja 16 bits, y así sucesivamente. En el caso de títulos más innovadores, sugiero el prefijo "neo", ya que ya está establecido en otras artes (por ejemplo, pintura, música o película). En la clasificación propuesta Contra 4 es retro-16-bit y Fez es neo-8-bit, mientras que el movimiento representado por el Creador de McPixel se puede colocar en alguna parte en el área reflexiva del continuo de la nostalgia dependiendo del juego dado.

Utilizando como fuerza estos puntos de nostalgia, Maveric Arcade dedicara su espacio para activar ese “gatillo” en todas las personas que buscan traer de regreso sus recuerdos y añoranza y reunirse con aquellos que comparten estos mismos intereses para compartir esas memorias y competencias juntos como una verdadera comunidad.

Marco legal

Para el desarrollo de este o cualquier otro proyecto de este tipo, se requiere la aplicación de leyes, reglamentos y regulaciones.

Ley de compañías

Art. 1.- Se considera un contrato en el cual dos personas o más reúnen su dinero capital para formar una compañía y generar utilidades a corto o largo plazo.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Código de comercio

Art. 2.- Son personas naturales y jurídicas las que se encuentran residentes en el Ecuador ya sea que hayan vivido en el país o en el extranjero, que realicen también actividades comerciales.

El código de comercio establece las relaciones entre el comercio y el comerciante para su efecto los comerciantes estarán obligados a seguir detenidamente los artículos de acuerdo a sus obligaciones, actos y contratos.

Periodo tributario

El ejercicio impositivo es anual y va del primero de enero al treinta y uno de diciembre.

Se cierra el 31 de diciembre de cada año.

Ley de Régimen Tributario

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es el organismo que encarga de regular y controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de todas las sociedades, instituciones públicas, importadores y de personas naturales y jurídicas que ejerzan actos de comercio.

Registro Único de Contribuyentes

El registro único de contribuyentes está conformado por 13 números y es diferente de acuerdo al tipo de contribuyente, ayuda a que la empresa marche de manera estable y normal cumpliendo con las normas establecidas en el código tributario de acuerdo a los impuestos.

El RUC muestra la dirección en la que se encuentra la empresa, en que lugares se realiza su actividad económica y la descripción de las mismas, etc.

Normas ISO (International Standardization Organization)

ISO 9000

Las normas proporcionan orientación y herramientas para las empresas y organizaciones que quieren asegurarse de que sus productos y servicios cumplen consistentemente los requerimientos del cliente, y que la calidad se mejora constantemente.

Esta norma está orientada al cliente a la buena gestión de calidad y la mejora continua para brindar a los clientes un producto que vaya más allá de sus expectativas en calidad y servicio.

Objetivos de la Norma ISO 9000

- Satisfacer al cliente y al mismo tiempo la organización logre una buena calidad en su producto o servicio, reduciendo costos y aumentando la productividad para lograr ser competitivo en el mercado.
- Proporcionar a los clientes o usuarios la seguridad de que el producto o los servicios tienen la calidad deseada, concertada, pactada o contratada.
- Proporcionar a la dirección de la empresa la seguridad de que se obtiene la calidad deseada.

ISO 9001

Explica los requisitos que debe cumplir un sistema de calidad, aplicables cuando en un contrato entre dos partes exige que se demuestre la capacidad de un proveedor en el diseño, desarrollo, producción, instalación y servicio posventa del producto.

ISO 9003

Explica la inspección de los proveedores en la parte final del producto.

ISO 9004

Da a conocer los factores técnicos administrativos y humanos que pueden afectar la calidad del producto.

Permisos de funcionamiento

Patente Municipal

Se lo necesita para poder ejercer un negocio en la ciudad

Permiso de Dirección de Higiene Municipal

Se realizan exámenes a los empleados de las empresas para comprobar su estado de salud, es de suma importancia ya que somos una empresa que proporcionamos un producto masivo.

Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y,
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

El trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos

- Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas.4

- Democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados.

Promover el trabajo juvenil en condiciones dignas y emancipadoras que potencie sus capacidades y conocimientos.

- Fortalecer los programas enfocados en la incorporación de jóvenes al mercado laboral, ya sea a través de un primer empleo o de forma remunerada, a través de pasantías, las mismas que requieren de validación como experiencia profesional.
- Profundizar el conocimiento emancipador, como fuente de innovación y desarrollo de formas de producción alternativas que generen trabajos con valor agregado.

Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales

- Fortalecer la normativa y los mecanismos de control para garantizar condiciones dignas en el trabajo, estabilidad laboral de los trabajadores y las trabajadoras, así como el estricto cumplimiento de los derechos laborales sin ningún tipo de discriminación.
- Asegurar el pago de remuneraciones justas y dignas sin discriminación alguna que permitan garantizar la cobertura de las necesidades básicas del trabajador y su familia, y que busquen cerrar las brechas salariales existentes entre la población.

- Establecer mecanismos que aseguren entorno laboral accesible y que ofrezcan condiciones saludables y seguras, que prevengan y minimicen los riesgos del trabajo.
- Impulsar mecanismos de diálogo y mediación laboral, para garantizar la resolución justa de conflictos
- Promover políticas y programas que distribuyan de forma más justa la carga de trabajo y que persigan crear más tiempo disponible, para las personas, para las actividades familiares, comunitarias y de recreación.

Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral

- Fomentar la capacitación tanto de trabajadores y trabajadoras, como de personas en búsqueda de trabajo, con el objeto de mejorar su desempeño, productividad, empleabilidad, permanencia en el trabajo y su realización personal.
- Fortalecer la normativa para el desarrollo de la formación ocupacional capacitación para el trabajo, superando formas estereotipadas o sexistas de ocupación laboral.
- Incluir en los programas de capacitación para el trabajo, instrumentos que permitan la recuperación, fortalecimiento y transferencia de conocimientos, tecnologías, buenas prácticas y saberes ancestrales, en la producción de bienes y servicios.

Metas

- Disminuir el subempleo.
- Alcanzar el porcentaje estimado en ocupación plena.

- Reducir el desempleo juvenil.
- Erradicar el trabajo infantil.
- Alcanzar el porcentaje de trabajadores capacitados
- Aumentar el porcentaje de personas afiliadas a la seguridad social.
- Aumentar el porcentaje de familias que cubren la canasta básica.

3. METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Trochim (2005) sugiere que el diseño de la investigación “es el pegamento que mantiene el proyecto de investigación cohesionado. Un diseño es utilizado para estructurar la investigación, para mostrar cómo todas las partes principales del proyecto de investigación funcionan en conjunto con el objetivo de responder a las preguntas centrales de la investigación.”

Por medio del diseño de la investigación se fijarán las herramientas necesarias y se recopilará la suficiente información para aceptar o rechazar la hipótesis.

El diseño de investigación a ser aplicado en este proyecto es de tipo no experimental ya que en la misma solamente se describirá, explicará y llegará a conclusiones basadas en resultados.

El modelo de diseño de este proyecto será transaccional, ya que esta será realizada una sola vez en un tiempo determinado, así también, para la recolección de datos se utilizará las herramientas de encuesta y grupo focal, con un cuestionario de 10 preguntas y el grupo formado por 10 personas de diferentes edades.

3.2 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos más importantes que se utilizaran son:

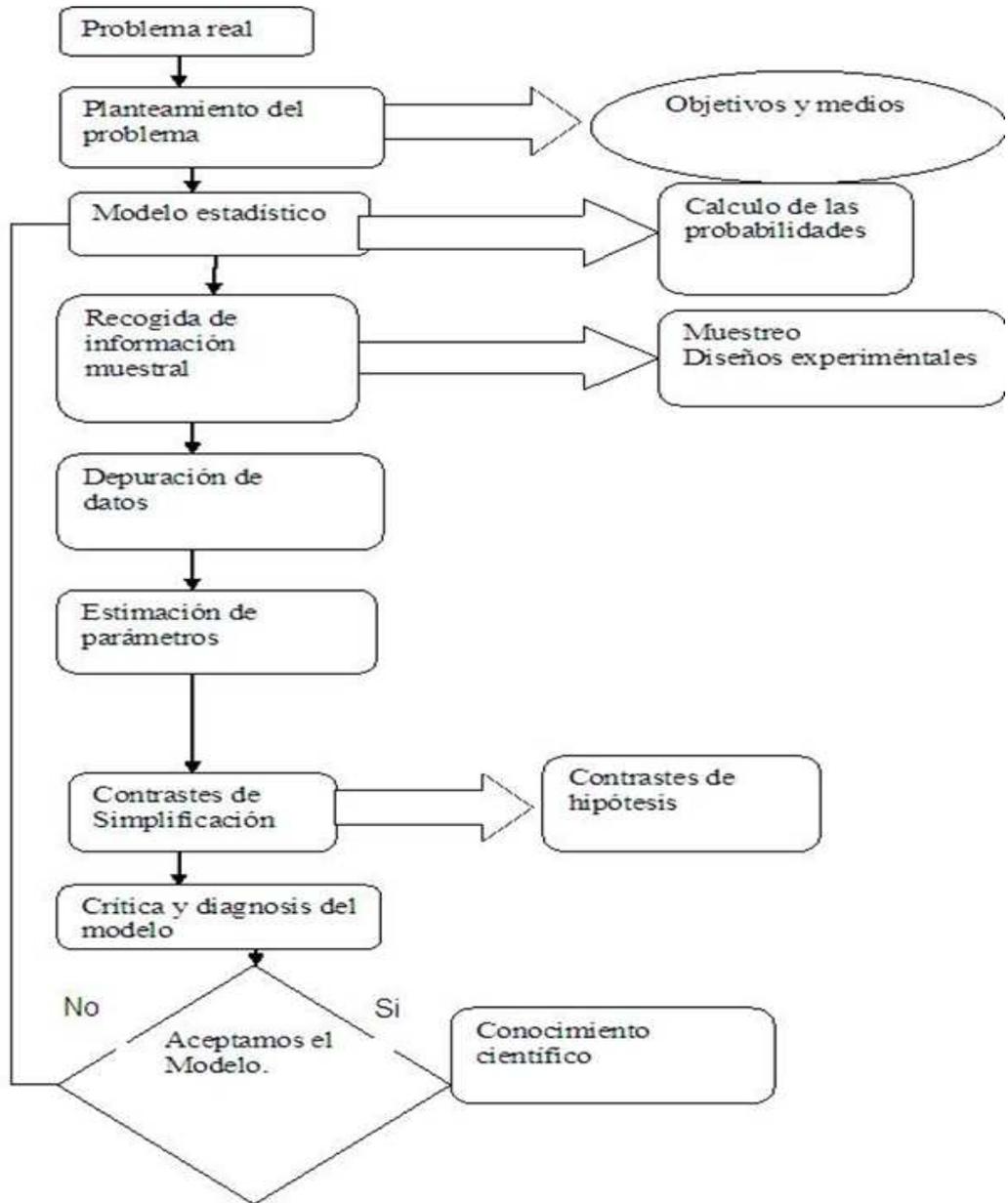
Observación: se realizó un estudio por el cual se pudo concluir que la industria de los videojuegos en Latinoamérica está creciendo de manera concreta, mas no es aprovechada en Ecuador, y la falta de empresas que aproveche esta este mercado es casi nulo.

Inductivo: Porque se buscarán datos y se ordenaran y aplicaran para la elaboración de una hipótesis.

Deductivo: en base a los datos recogidos se establecerá si los juegos clásicos o “retro” aún tienen relevancia en el mundo actual.

Pheby (1988, p. 14) menciona que este método de análisis nos sirve para entender mejor algún problema o fenómeno.

Estadístico: se utilizarán herramientas estadísticas mediante las cuales se pretende en base a la información dada, llegar a conclusiones acerca de este proyecto, así como recomendaciones sobre el mismo.



Fuente: Elaborada por el Consejo Superior de Investigación Científica

Figura 5 Diagrama del método inductivo- deductivo.

Este diagrama nos muestra la forma de definir el problema en base a la población y aquellas variables que serán utilizadas dándoles valores cómo definir el problema, es decir la población y las variables que tenemos que analizar fijándole valores, se recoge una muestra y se analizan los datos y con esta información se afirma la hipótesis inicial.

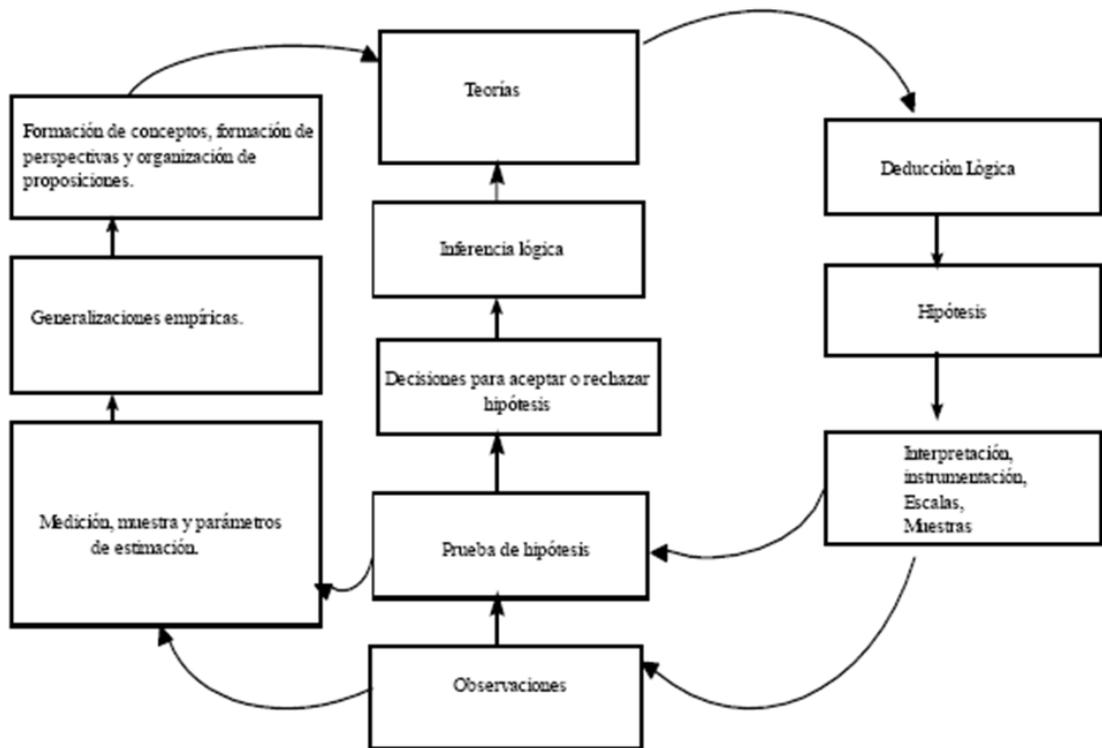


Figura 6 Diagrama del método Estadístico.

Fuente: Therese L. Baker (1997) Doing Social Research. 2ª. Ed. Ma Graw Hill. USA p.54.

Este diagrama muestra aquellos componentes que forman parte de toda investigación, entre estas se encuentran la hipótesis y la observación de teorías, empezando con la investigación, continuando con la observación, a continuación, desarrollando las encuestas se produce una observación directa y se deducen teorías para finalmente generar hipótesis a ser probadas en el futuro.

3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para el presente proyecto se realizará no solamente una sino varias investigaciones que ayuden a la recolección de datos para así cumplir con el propósito de la misma tomando en cuenta las diferentes estrategias que estén dentro de la investigación.

Parella y Martins (2004, p.80), mencionan claramente que el diseño de la investigación *“se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio”*

Dentro del presente proyecto serán utilizados los siguientes tipos de investigación:

Histórica: donde se mencionará como la industria del entretenimiento digital (videojuegos) ha crecido de manera constante hasta convertirse en una industria billonaria a nivel mundial.

Descriptiva: se describirá el nicho de mercado llamado comunidad Gamer y cuáles son las motivaciones a que, dentro de este mundo actual con consolas caseras modernas y caseras, igual desean el contacto humano con diferentes personas que comparten sus gustos y preferencias con juegos clásicos de la gran época dorada (explicada anteriormente) dentro de la ciudad de Guayaquil.

Transeccional: Porque la recolección de datos será realizada en un momento específico del tiempo a través del cuestionario antes mencionado de 10 preguntas.

Tamayo (2007) menciona que *“los tipos de investigación difícilmente se presentan puros, ya que se combinan entre sí mismos y obedecen a la aplicación de la investigación”*.

Todos los modelos de investigación a utilizar son complementarios entre sí, de esta manera se obtendrá un mejor resultado de la investigación de este proyecto aplicando enfoques diferentes, pero con una misma meta.

3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La Técnica de investigación a utilizar en este proyecto será una encuesta, esta herramienta será utilizada para filtrar la muestra y recopilar información de los posibles consumidores de nuestro servicio de entretenimiento, así como la lista de juegos en los que se va a enfocar el mismo, ofreciendo de esta manera a la comunidad lo que ellos desean para satisfacer sus gustos y crear fuertes lazos entre la empresa y los consumidores.

Hurtado (2000), nos menciona que mediante la utilización de estos instrumentos y técnicas se nos permitirá definir la información recibida, así como su validez dentro del objetivo del proyecto. Ten definir los recursos en los que el investigador recibirá la información que requiera para poder cumplir con los objetivos del proyecto.

Garza (1988, p.183) sugiere que la herramienta conocida como encuesta *“se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones actitudes,”*.

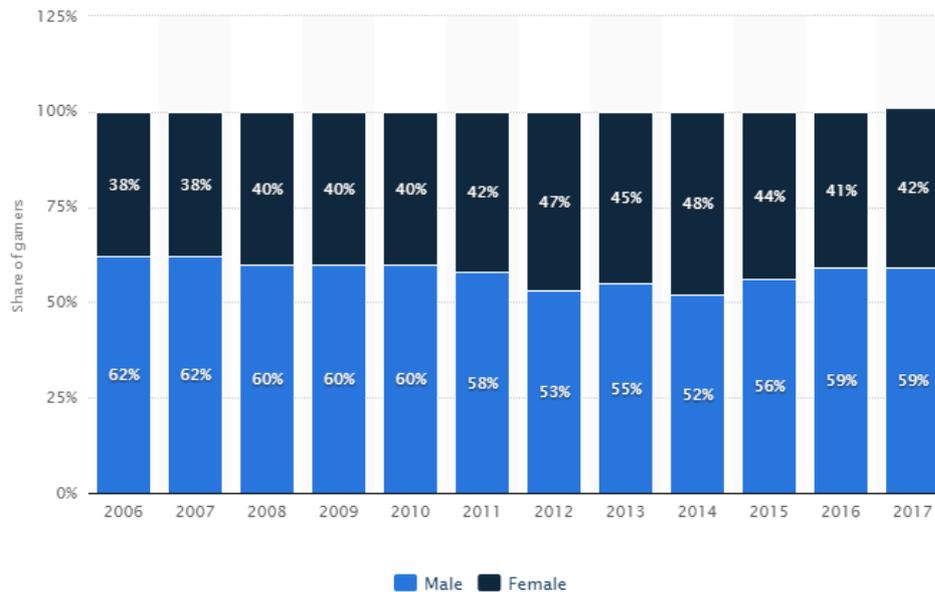
Las respuestas a estas preguntas permitirán validar el punto de este negocio y su futura factibilidad de implementación.

Según Marconi y Lakatos (1999), un cuestionario es una herramienta escrita que nos permite recopilar datos y así mismo está compuesto por diferentes preguntas. Que una vez ordenadas para un mayor entendimiento, ayudaran a definir los términos a utilizar, cabe recalcar que el entrevistador no puede intervenir o manipular las respuestas de la muestra.

Así se define que no es necesario una interacción directa con los encuestados, bastaría simplemente una interacción interpersonal para lograr resultados coherentes.

Esta herramienta estará compuesta por 10 preguntas cerradas de opción múltiple las cuales serán medidas por escala de Likert y será dirigida para personas entre 18 a 45 años, de ambos sexos ya que el número de

jugadoras se ha incrementado potencialmente en los últimos 10 años según lo indica el grafico a continuación.



Fuente: <https://www.statista.com/statistics/232383/gender-split-of-us-computer-and-video-gamers/>

Figura 7 Female video gamers growth.

3.5 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para el análisis de las herramientas a utilizar se aplicarán gráficos estadísticos y en el caso del Focus Group para el testeo de la aceptación de diferentes juegos retro como tetris y pacman, se lo realizara por medio de un cuaderno de notas, el cual ayudara a definir los juegos que tendrán mayor prioridad en el salón. También se hará uso de programas como Excel para la tabulación de datos y Power Point para su presentación.

3.1. Tipo de estudio

Hernández, Sampieri y otros (1994) determinaron que la según cada tipo de estudio, es necesaria una estrategia de investigación diferente, y, dependiendo de esta, se realiza el diseño, así como el muestreo y la recolección de datos y demás componentes de este proceso. según Isabel Vásquez (2005), el tipo de información que se espera obtener está

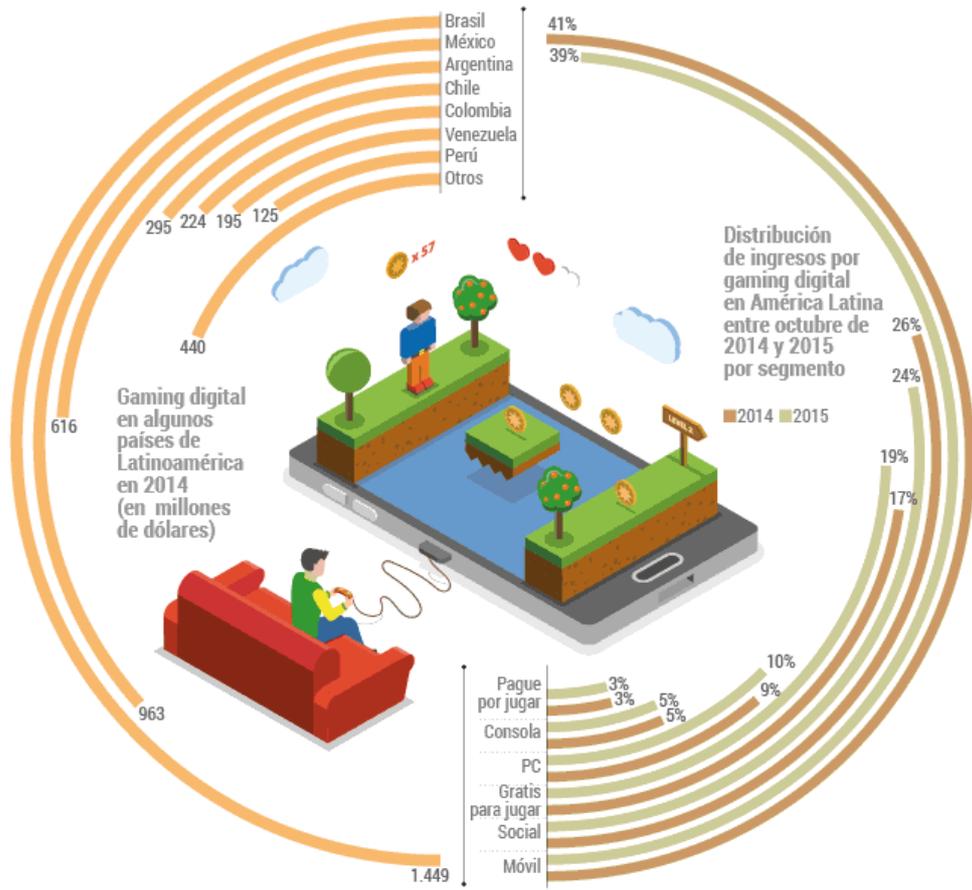
directamente relacionado con el análisis que se va a realizar, de esta manera, la selección del tipo de estudio que se va a seguir en una investigación debe ser realizada cuidadosamente y a profundidad con el fin con el fin de mantener el enfoque inicial de la investigación.

Los tipos de estudios, según diferentes autores, están clasificados según el alcance al cual se pretende llegar con la investigación, en el libro “metodología de la investigación” se mencionan varios tipos de estudio de los cuales han sido elegidos para este proyecto ser de corte exploratorio debido al poco contenido disponible de este tipo de proyectos dentro del país, así como explicativo donde se pretende responder a las motivaciones de los jugadores a muchas veces escoger juegos clásicos o que se asemejen a los mismos en lugar de los actuales que gráficamente son muy superiores, se buscara encontrar ese algo que los motiva, y explotarlo para el bien de este proyecto.(Hernández, Fernández, & Baptista, 1991)

Esta metodología fue escogida con el fin de definir dentro del país ese nicho aun sin ser explorado ni explotado al máximo, de esta manera posicionarse en el mercado de manera fija y con futuro crecimiento de grandes posibilidades.

3.2. Formulación del problema

Aunque bien es cierto que la industria de los videojuegos no es nueva en el mundo y de hecho en muchos países es utilizada en muchos tipos de eventos como el E3 (convención mundial de videojuegos), y siendo un mercado donde los jugadores según la MICSUR en el año 2015 se avaluó en 90.000 millones de dólares y para 2018, podría incluso superar los 113.300 millones de dólares, convirtiendo estas cifras a este mercado de entretenimiento incluso arriba del cine, convirtiéndose en el mercado de entretenimiento más valioso del mundo, y así mismo dentro de latino américa como Chile y México, este ha llegado a crecer de manera significativa en los últimos años según la tabla a continuación,



El mercado global de juegos estimado 2015 (cifras en millones de dólares)

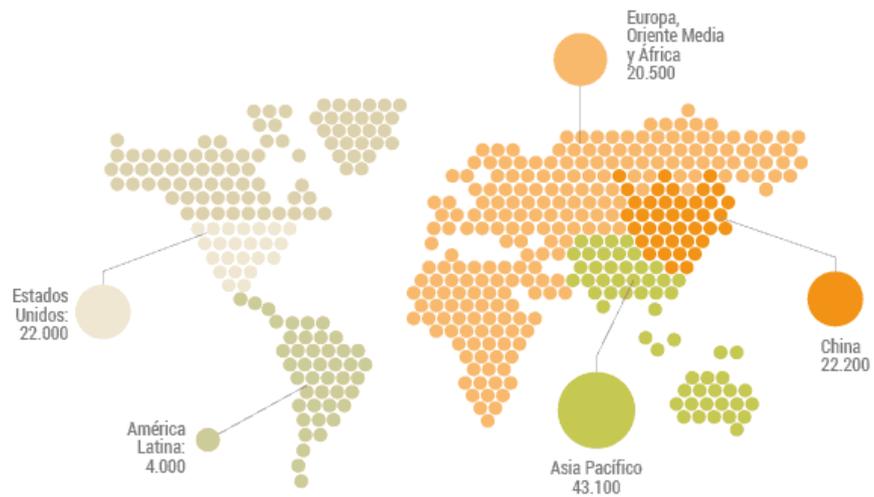


Figura 8 Crecimiento de la industria de los videojuegos en Latinoamérica.

Fuente: Statista.com

Se observa que Ecuador es aún un terreno inexplorado en esta industria y es por eso que este proyecto presenta gran potencial es resolver ese problema logrando lo que podría ser el detonante del crecimiento de la misma en nuestro país.

3.3. Población y muestra

Sánchez (2004) no dice que la población no es más que el total de elementos dentro de un grupo de estudio, y una muestra es un subconjunto de la misma, con el fin de conocer características aproximadas de la población de la cual se obtiene.

Así, se tomó como grupo focal para esta investigación, la población económicamente activa (PEA) del Ecuador, quienes son el principal indicador de consumo dentro de una sociedad.

El INEC, o Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, mediante una Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) con realizada en septiembre del 2015 determino que la población económicamente activa a nivel nacional es de 7,6 millones de personas.

Debido a la gran cantidad de población de donde obtener la muestra, Suarez (2011) sugiere un cálculo en base de población infinita, ya que, a pesar de estar delimitada en un espacio, no se conoce el número exacto de elementos que la integran. Para lograr este cálculo de muestra, se utilizó el modelo de población infinita presentado a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

N=	tamaño de la muestra

Z=	nivel de confianza
P=	probabilidad de que la población posea el atributo deseado
Q=	probabilidad de que la población no cuente con el atributo deseado
E=	error máximo aceptado

Elaborado por el autor

Fuente Asesoría y Desarrollo Estratégico Empresarial. Gálves, J (2000)

$$n = \frac{(1,75)^2 (0,50) (0,50)}{(0,08)^2} = 119.63$$

Así obtenemos con un nivel de confianza de 92% y un error aceptado del 8% obtenemos una muestra de 120 personas en la ciudad de Guayaquil, dentro del grupo antes mencionado, esto indica que realizando este número de encuestas tendremos información que reflejara a la población completa.

3.4. Materiales y Métodos

3.4.1. Método

Para este estudio y el desarrollo del mismo, se utilizará del método bivariado, es decir que se estudiará la influencia de una variable independiente sobre una dependiente (Carvajal, 2012). De esta manera se buscaran las relaciones entre las diferentes características que poseen los juegos retro en la comunidad de jugadores.

3.4.2. Herramientas de investigación.

Para recopilar la información, se utilizará la herramienta conocida como encuesta, a realizarse a diferentes personas en diferentes grupos de edades y jugadores de diferentes niveles, desde noobs (novatos) hasta los que se consideran jugadores pros (o veteranos) dentro de la población económicamente activa en la ciudad de Guayaquil.

3.4.3. Encuesta

De acuerdo Naresh Malhrota (2004) la encuesta es una herramienta que nos sirve de fuente de información las cuales son entrevistas o cuestionarios prediseñados con el fin de conocer la opinión de un grupo de personas hacer de un tema propuesto, así se pueden afirmar o negar alegaciones dentro de cualquier hipótesis mediante información específica.

En esta investigación, se utilizó un cuestionario de corte empresarial donde se buscará los aspectos cuantitativos del proyecto para medir su posible aceptación, así como los gustos y preferencias de los consumidores, utilizando preguntas cerradas, así como preguntas medidas en base a la escala de Likert las demás preguntas en base a una regresión.

Para la solución e cálculo de las diferentes variables se utilizó la herramienta estadística SPSS, asegurando un cálculo íntegro y real con la menor cantidad de errores posibles.

3.5. Resultados y Análisis

3.5.1. Análisis de gráficos

Información general

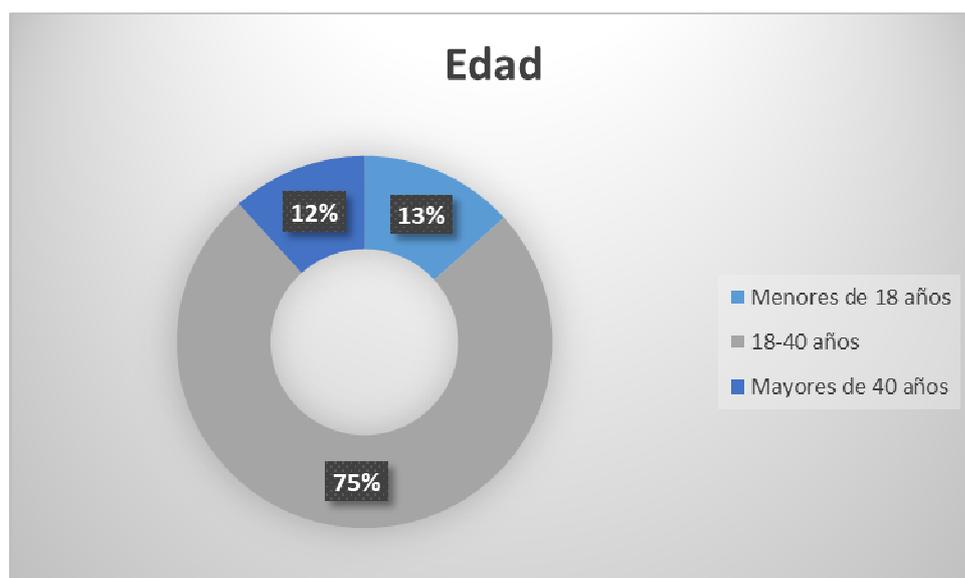


Figura 9 Rango de edad



Figura 10 Tiempo dedicado al juego

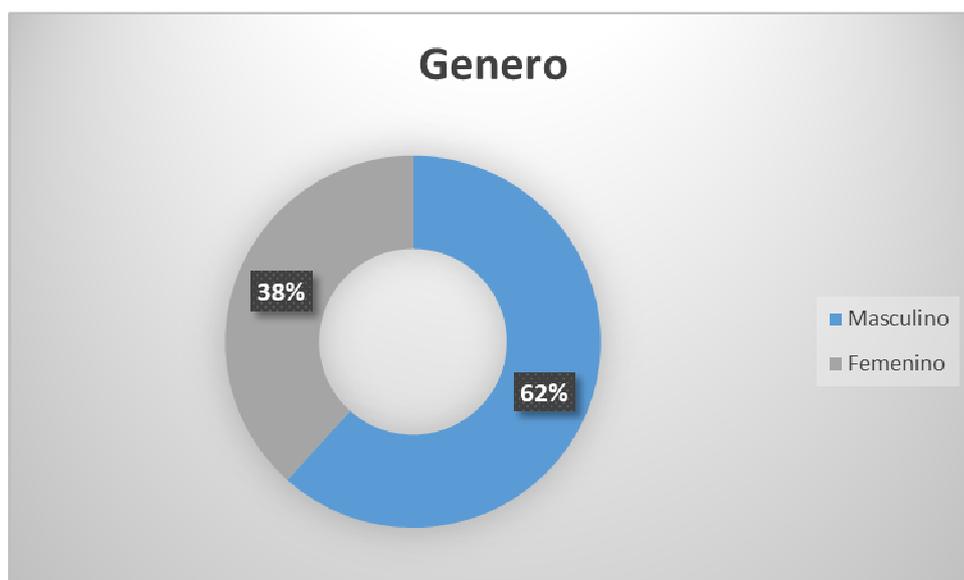


Figura 11 Nivel de juego en base a género.

La información nos indica que, en el nicho de mercado esperado según el rango de edad, el 75% se encuentran dentro de la misma.

Dentro de la parte de género, aunque si bien es cierto que el que los hombres representan un 62% dentro de la ciudad de Guayaquil, con un 38% de mujeres jugadoras o “gamers” son representativas dentro de la misma.

Y finalmente, se pudo afirmar que ya sea a nivel casual, intermedio o veterano, el 97% de las personas conoce y juega alguna clase de videojuego dentro de su vida cotidiana, ya sea en sus celulares, consolas, etc.

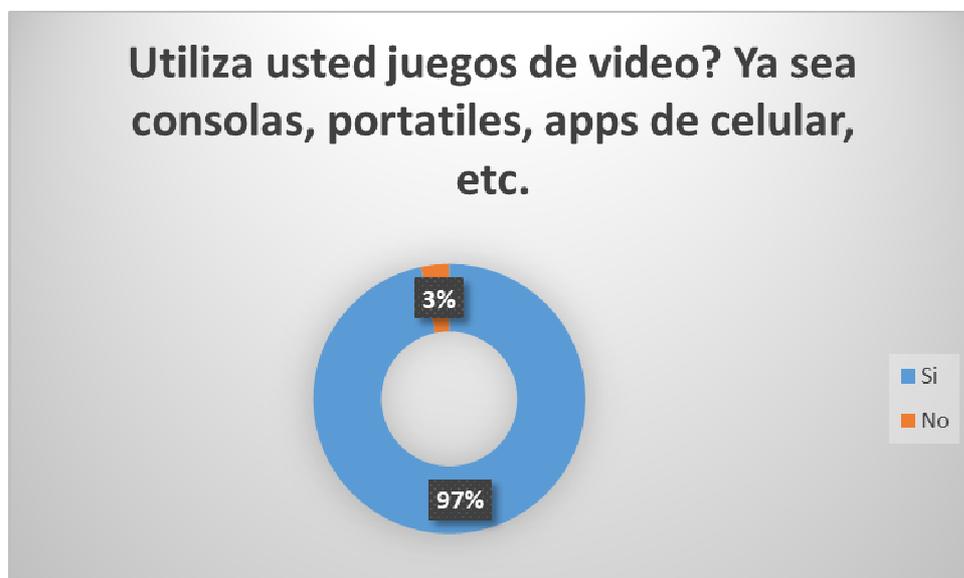


Figura 12 Nivel de utilización de juegos

El 97% de las personas de la muestra admite haber jugado al menos una vez un videojuego ya sea en su consola favorita o su celular, esto es muy significativo para esta industria de entretenimiento.



Figura 13 Presencia al momento de jugar.

Más de la mitad de los jugadores admitió que más disfrutaban jugar acompañados ya sea de familia amigos o su pareja. Esto nos indica que los jugadores, a diferencia de lo que se cree, les gusta socializar al igual que a las demás personas.



Figura 14 Frecuencia de uso en tiempo libre

Más de la mitad de los encuestados admitió jugar por lo menos una hora videojuegos en sus tiempos libres. Esta pregunta me ayudara a definir el modelo de negocio a manejar.



Figura 15 Personajes más conocidos por épocas

Esta pregunta fue clave para definir el target en cuanto a juegos a ofrecer, los personajes más conocidos son los clásicos así que estos juegos “retro” serán aquellos a los cuales se les dará prioridad.

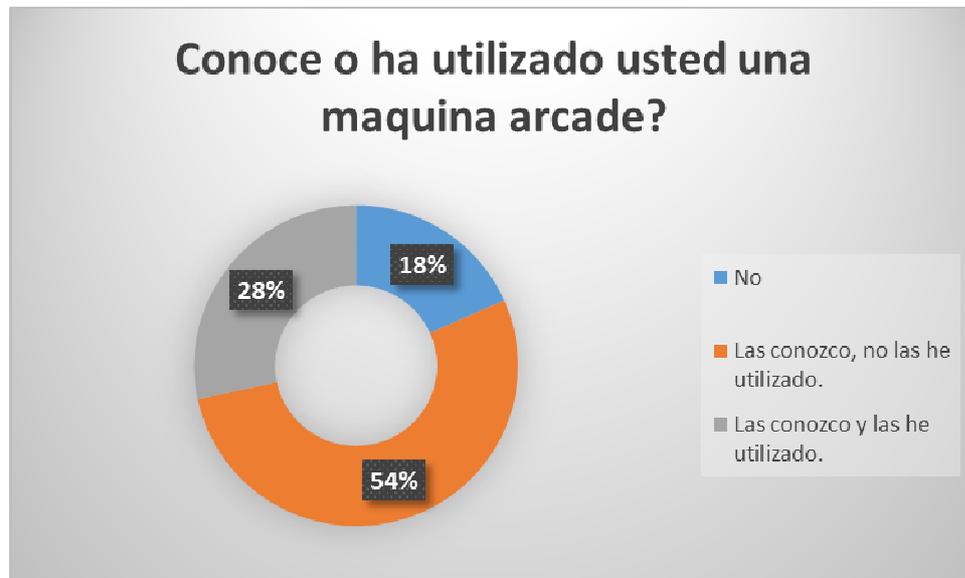


Figura 16 Familiaridad Maquinas Arcade

Aunque son muy bien conocidas en Norteamérica y Europa, el porcentaje de personas que desconoce estas maravillas llega a ser algo significativo.



Figura 17 Agrado Por los arcades

El deseo de las personas de conocer estas máquinas, a pesar de no ser absoluto o en el nivel más alto, es decir el 5, 52% de las personas mencionaron positivamente que les gustaría conocer estas máquinas, y este es un resultado realmente positivo.



Figura 18 Categoría de juego preferida por los consumidores

Con una abrumadora ventaja de 60% los juegos de competencia número uno siempre han sido los de peleas, para los cuales incluso existen controles especiales que emulan la experiencia Arcade, con estas respuestas podemos deducir que desean la experiencia real y no emulada.

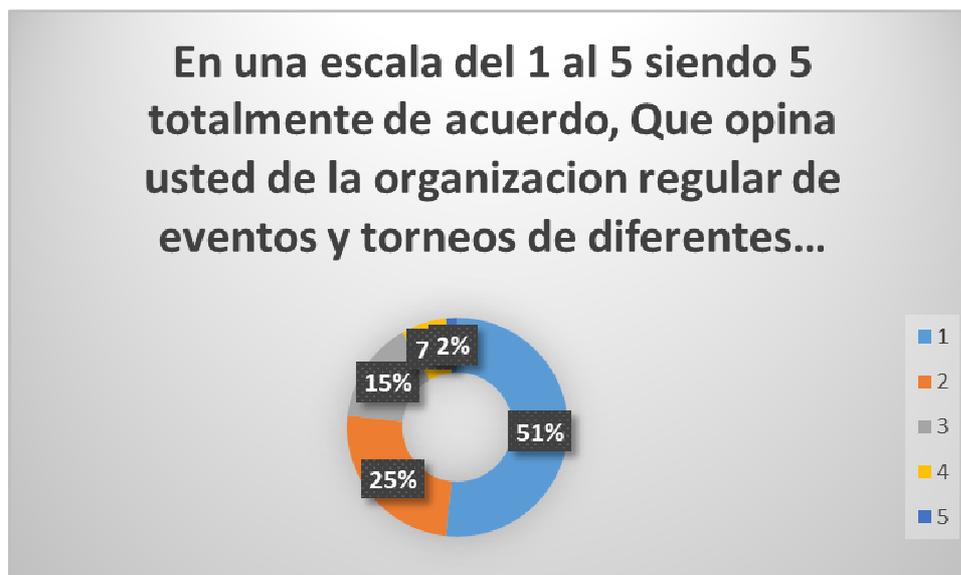


Figura 19 Ámbito social

Tomando en cuenta las respuestas 4 y 5, es decir las más positivas según la escala de Likert, tenemos que más del 76% de las personas desean eventos ya sea para socializar o competir.

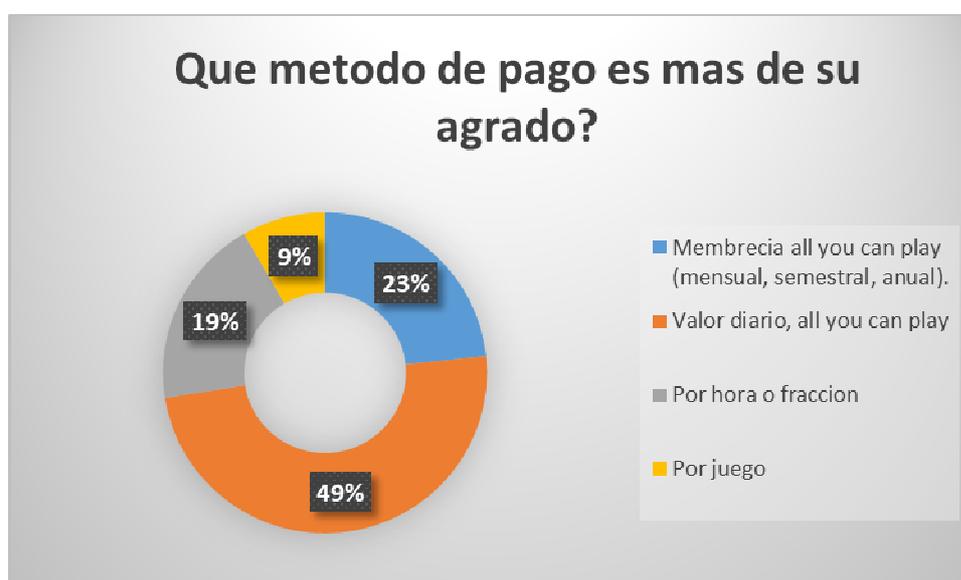


Figura 20 Forma de pago

Y finalmente refiriéndonos al método de pago, las personas contestaron de manera positiva al modelo diario all you can play, por el cual se cobrará un valor fijo y se dispondrá de todas las máquinas para él unos de las personas.

Este valor variara dependiendo del día y de los eventos a darse en ese día.

4. FINANCIERO

GENERADOR DE EMPLEO TABLA DE SUELDOS Y SALARIOS

Tabla 1 Sueldos y Salarios

Cantidad	Cargo	Sueldo /\$	Total de sueldo mensual/\$
1	PRESIDENTE	700.00	700.00
1	CONSULTOR	400.00	400.00
1	JEFE DE MARKETING	400.00	400.00
1	PLANIFICADOR DE ENTRETENIMIENTO	400.00	400.00
1	PROGRAMADOR	400.00	400.00
1	JEFE DE MANTENIMIENTOS	400.00	400.00
1	JEFE DE OPERACIONES	400.00	400.00
2	DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA	400.00	800.00
1	SEGURIDAD	375.00	375.00
1	DESARROLLADOR TECNOLOGICO	400.00	400.00
1	ASISTENTE DE LIMPIEZA	375.00	375.00
12	Total mensual de gastos en sueldos y salarios		5050.00

Elaborado por: el autor.

Esta es la tabla definida de sueldos y salarios a ser aplicada al inicio del proyecto y quienes continúen hasta el final y dependiendo del éxito y el crecimiento de la misma serán modificados año a año.

Costo de inversión

Tabla 2 Inversiones

PLAN DE INVERSIONES MAVERICK ARCADE SA/DOLARES AMERICANOS						
Item	Cuentas	Características	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal	Total
1	Terreno	segun avaluo	0	0.00	0.00	
	Construcciones varias	Según presupuesto	0	0.00	0.00	
	GRAN TOTAL					0.00
2	MAQUINARIA Y EQUIPOS					
	CPUS		10	225.00	2250.00	
	MAQUINAS ARCADE ORIGINALES		10	520.00	5200.00	
	MONITORES		10	135.00	1350.00	
	ARCADE STIKS		20	75.00	1500.00	
	CAPTURADORES		10	95.00	950.00	
	CAMARAS DE SEGURIDAD		8	125.00	1000.00	
	PROYECTOR HD/4K		1	1275.00	1275.00	
			1		0.00	
			1		0.00	
			1		0.00	
			1		0.00	
	GRAN TOTAL					13525.00
3	VEHICULOS					
					0.00	
					0.00	
	GRAN TOTAL					0.00
4	MUEBLES Y ENSERES					
	CABINAS PARA LAS CONSOLAS	Según presupuesto	10	115.00	1150.00	
	ALFOMBRADO		1	350.00	350.00	
	GRAN TOTAL					1500.00
5	INSTALACIONES					
	Sistema de climatización		1	2500.00	2500.00	
	GRAN TOTAL					2500.00
6	EQUIPOS DE OFICINA					
	Equipo de oficina		2	500.00	1000.00	
	GRAN TOTAL					1000.00
	TOTAL DE ACTIVOS FIJOS					18525.00
	TOTAL DE ACTIVOS FINANCIABLES					18525.00
7	CAPITAL DE TRBAJO	Según presupuesto	1	30000.00	30000.00	30000.00
	TOTAL DE INVERSION DEL PROYECTO					48525.00

Elaborado por: el autor.

Con un costo total de inversión de \$48.525 dólares para adquirir las maquinarias necesarias para comenzar el proyecto y mientras este avanza, adquiriré más máquinas Arcade e incrementar la variedad de juegos para poder satisfacer a la mayor parte de las personas. Este valor será autofinanciado por una inversión familiar sin interés a ser devuelto en un periodo de dos años.

Tabla 3 Tabla de financiamiento

	Financiam.	Primer	Segundo	Total Nueva	%	Total	%
FINANCIAMIENTO	Existente	Bimestre	Bimestre	Inversion		Financiam.	
INSTIT. FINANCIERAS	0.00	0	0.00	0.00	0.00%	0.00	0.00%
Recursos Propios	0.00	45,357.00	3,168.00	48,525.00	100.00%	48,525.00	100.00%
Total Proyecto	0.00	45,357.00	3,168.00	48,525.00	100%	48,525.00	100%

Elaborado por. El autor

Dentro de esta tabla se observa el estudio de factibilidad de la empresa Maverick Arcade dentro de la misma se observan los gastos de inversión que suman aproximadamente un valor de \$50.000 dólares. A ser autofinanciados ya que no es una cantidad muy significativa como para solicitar un préstamo bancario.

Tabla 5 modelo de negocios

Servicio	GANANCIA	ESTIMACION % DE CONSUMO	Total personas al año	Total personas al mes	Total personas por semana	Total personas estimadas diarias	Total ganancias diarias estimadas
HORA O FRACCION	10	60%	22464	1872	432	62.4	624
PAGO POR EL DIA	15	40%	14976	1248	288	41.6	624

Dentro del modelo de negocios se estima que el 60% de las personas optara por el alquiler de hora o fracción del servicio de juego de las maquinas Arcade mientras que el otro 40% optara por pagar el día completo para jugar sin límites ni tiempos fijos con la tranquilidad deseada, con estos porcentajes y la estimación en base estadísticas mediante los métodos utilizados, se estima que existirán ganancias 1248\$ diarios menos los costos variados.

CONCLUSIONES

Como mencionábamos al principio de nuestro trabajo, si bien se trata de un mercado controlado por los grandes

actores, es la flexibilidad y la velocidad de las pequeñas y medianas empresas para adaptarse a los nuevos entornos lo

que escribirá las nuevas reglas de juego. La industria de los videojuegos es muy interesante y tiene mucho potencial a futuro, siempre creciente con las tecnologías con gráficos y sonido cada vez más impresionantes, pero aun así existen compañías que entienden que muchas veces no se trata de la capacidad grafica que posean, solo basta recordar el pasado, como aquellas maquinas marcaron nuestra niñez, no era por sus gráficos, era por su originalidad, su simpleza, y por sobre todas las cosas, por aquellos personajes que nos marcaron, que al día de hoy soy iconos de la industria, como Mario Bros y Sonic the hedgehog,

Los puntos clave de este proyecto son:

En primer lugar, recordamos que muchas veces la belleza de las cosas se encuentra en su simpleza, que un clásico gana su título en base a su originalidad y así mismo la calidad de juego que este ofrece

En segundo lugar, parte de lo que hizo que la industria de los videojuegos creciera tanto fue el hecho de reunir a las personas, ya sean amigos, familia, o incluso dos desconocidos que se encontraban en aquellos salones de los años 90, salones Arcade.

Este proyecto, muy aparte de ser un negocio rentable, se trata de la oportunidad de generar ese espacio una vez más, reunir a los jugadores y la comunidad Gamer para que conozcan nuevas personas y así crezcan y se hagan amistades más fuertes y duraderas.

Los videojuegos son un tema que me apasiona, no solo por ser muy divertidos y entretenidos, sino porque al igual que muchos de mi época, crecieron con ellos, y parte de esta idea es que las generaciones siguientes que ahora solo viven en el mundo virtual, tengan la oportunidad de ver como existen muchos más como ellos con los mismos gustos en busca de nuevos rivales y amigos.

RECOMENDACIONES

Como surge de este análisis, la industria del videojuego constituye un sector creciente con un importante presente y un aún más importante futuro.

Esta es una industria que, así como las demás de esta índole de entretenimiento y medio, emplea mano de obra y posibilita la venta de innumerables objetos relacionados que a su vez constituye una importante ventana para publicitar imágenes turísticas, productos y valores que abundan en nuestro país.

Si bien es cierto que este proyecto es pequeño pero ambicioso en querer entrar a este titán de industria, debería servir de ejemplo para que no solo compañías sino también personas inviertan en este mercado, ya sea promoviendo los productos como en mi caso, o tales llegar más allá, estudiar programación y lanzar estudios de videojuegos independientes para la creación del próximo Super Mario, todo es cuestión de empezar a ver a los videojuegos como lo que son, un mercado de billones de dólares donde una buena idea, con los fondos necesarios y un buen equipo de trabajo puede generar no solo riquezas para el país en forma monetaria sino en la creación de puestos de trabajo.

Muchos países de América Latina se nos han adelantado, entre estos Chile y México, es momento de que sigamos el mismo camino e invirtamos no solo dinero sino recursos y personas en esta industria, que después de este trabajo queda claro que tiene mucho potencial.

Algunos de los métodos a aplicar sería tal vez aplicar carreras basadas en programación exclusiva de videojuegos, desde la parte creativa hasta la parte tecnológica, mostrar los puntos clave de un buen juego y brindarles la oportunidad de competir en un mundo que cada vez está más digitalizado y así lograr establecerse en este mercado.

REFERENCIAS

Aarseth, E. (2007), *I Fought the Law: Transgressive Play and The Implied Player*

disponible en <http://lmc.gatech.edu/~cpearce3/DiGRA07/Proceedings/017.pdf>.

-Alexa (2013a) Analisis disponible en <http://www.alex.com/siteinfo/gog.com>.

-Alexa (2013b) Analisis disponible en <http://www.alex.com/siteinfo/kickstarter.com>.

- Bolter, J.D., Grusin, R. (1999) *Remediation: Understanding New Media*, The MIT

Press: Cambridge, MA.

Boym, S. (2001) *The Future of Nostalgia*, Basic Books: New York.

'Cactus' Söderström, J. (2010) *Norrland* [PC].

'Cactus' Söderström, J. (2012) "*HOTLINE MIAMI - Announcement Trailer*"

Disponible en <http://cactusquid.blogspot.com/2012/07/hotline-miamiannouncement-trailer.html>.

- Carbonell, X. (2014). *La adicción a los videojuegos en el DSM-5. Adicciones*, 26(2), 91-95.<http://www.adicciones.es/files/EditorialLaadiccionalosvideojuegosenelDSM-5.pdf>

Dennaton Games (2012) *Hotline Miami* [PC], Devolver Digital.

DMA Design (1997) *Grand Theft Auto* [PC], BMG Interactive.

Game Yarouze, Japan studio (2008) *Echochrome* [PS3], Sony Computer Entertainment.

Garda, M.B. (2013) "*Neo-rogue and the essence of roguelikeness*" in

Homo Ludens vol. 1, no. 5.

Guevara-Villalobos, O. (2011) "*Cultures of independent game production: Examining*

the relationship between community and labour", Available at

<http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/11307.08157.pdf>.

Guffey, E. E. (2006) *Retro: The culture of revival*, Reaktion Books: London.

Howard, S.A. (2012) "Nostalgia" in *Analysis* vol. 72, no. 4, pp. 641-650.

- Huanca, F. (2011). Influencia de los juegos de Internet en el comportamiento de los adolescentes de la ciudad de Puno. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 37-44. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3800986>

Jameson, F. (1991) *POSTMODERNISM, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*,

Duke University Press: Durham.

Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New

York University Press: New York, London.

Juul, J. (2010) *Casual revolution*, MIT Press: Cambridge, MA.

Kayali, F., Shuh, J. (2011) "*Retro Evolved: Level Design Practice exemplified by the*

Contemporary Retro Game" disponible en <http://www.digra.org/wpcontent/uploads/digital-library/11313.03271.pdf>.

Landsberg, A. (2004) *Prosthetic Memory*, Columbia University Press : New York.

LucasArts (1998) *Grim Fandango* [PC], LucasArts.

Lucasfilm Games (1990) *Secret of the Monkey Island* [PC], LucasArts.

- Maslow, A. (1943) *Conflict, frustration, and the theory of threat*. J. abnorm. (soc.) Psychol., p. 81-86.

- Marín, V. & Párraga, J. M. (2014). *Can videogames be used to develop the infant stage educational curriculum? New Approaches in Educational Research*

Newman, J. (2004) *Videogames*, Routledge: London.

Newman, J. (2012) *Best Before: Videogames, Supersessions and Obsolescence*,

Routledge: London and New York.

Nintendo (1985) *Super Mario Bros.* [NES], Nintendo.

Nintendo (1986) *Legend of Zelda* [NES], Nintendo.

Nintendo (2003) *Wario Ware* [GBA], Nintendo.

Overmars, M. (2012) "*Development History*". Disponible en http://wiki.yoyogames.com/index.php/Game_Maker_History.

Pearson, C. (2012) "*Interview: Subset Games Talk FTL*" Available at <http://www.rockpapershotgun.com/2012/08/06/interview-subset-games-talk-ftl/>.

Ramachandran, N. (2008) "*Neo-Retro - Movement Or Passing Fad?*" Available at http://www.gamasutra.com/php-bin/news_index.php?story=20836.

Reynolds, S. (2011) *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past, Faber and Faber Inc.: New York*.

Sierra On-line (1986) *King's Quest I+II+III* [PC], Activision.

Sonic Team (1991) *Sonic the Hedgehog* [MegaDrive], Sega.

'Sos' Kamiński, M. (2012) *McPixel [PC]*.

Subset Games (2012) *FTL: Faster Than Light [PC]*.

Suominen, J. (2008) "The Past as the Future? Nostalgia and Retrogaming in Digital

Culture" in *The Fiberculture Journal*, issue 11 Available at

<http://eleven.fibreculturejournal.org/fcj-075-the-past-as-the-future-nostalgiaand-retrogaming-in-digital-culture/>.

Suominen, J. (2012) "Mario's legacy and Sonic's heritage: Replays and refunds of

console gaming history", disponible en <http://www.digra.org/wpcontent/uploads/digital-library/12168.57359.pdf>.

Swalwell, M. (2007) "The Remembering and the Forgetting of Early Digital Games:

From Novelty to Detritus and Back Again" in *Journal of Visual Culture* vol. 6, no. 2, pp. 255-273.

Team Ico (2001) *Ico [PS2]*, Sony Computer Entertainment.

Totally Games (1993) *Star Wars: X-Wing [PC]*, LucasArts.

Toy, M., Wichman, G., Arnold, K. (1980) *Rogue [Unix]*.

Trifix Entertainment (1987) *Nebulus [NES]*, Nintendo.

Uncommon Assembly (2010) "Back to Reality: Norrland by Cactus", disponible en

<http://www.uncommonassembly.com/2010/08/back-to-reality-norrland-by-cactus/>.

UNESCO, "Historic Centre of Warsaw", disponible en <http://whc.unesco.org/en/list/30>.

- Violich, F. (1994) *Desarrollo de la comunidad y el proceso de planificación urbana en América Latina. Buenos Aires*

WayForward Technologies (2007) Contra 4 [DS], Konami.

Yu, D., Hull, A. (2008) Spelunky [PC]



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Unda Buendia Oswaldo Daniel**, con C.C: # **0914692405** autor/a del trabajo de titulación: **Estudio de Factibilidad para la Creación de un Arcade en la Ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 28 de agosto de 2017

f. _____

Nombre: Unda Buendia, Oswaldo Daniel

C.C: 0914692405



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de Factibilidad para la Creación de un Arcade en la ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES)	Oswaldo Daniel Unda Buendia		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Vicente Paul Armijos Tandazo		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	28 de Agosto de 2017	No. DE PÁGINAS:	70 paginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Tecnología, Entretenimiento Digital, Emprendimiento		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Arcade, Retro, Nostalgia, Videojuegos, Comunidad, Tecnología		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): La industria de los videojuegos se encuentra más fuerte que nunca en el mercado actual, con un valor de mercado esperado según la europapress de 100.000 millones de dólares para finales del 2017 y con un crecimiento anual del 26.3%. Gran parte de este crecimiento se basa en los desarrolladores independientes los cuales conocen el potencial de los juegos estilo "retro" que no se basan en gráficos exuberantes ni escenas encriptadas, sino más bien en una historia sólida, con un control sencillo fácil de aprender para todos. Este proyecto también busca ese detonante de nostalgia, pero con otra de las maravillas de esas épocas, las maquinas Arcade. En los últimos años se han creado juegos que sobrepasan nuestra imaginación en cuestiones de gráficos y sonido, y con la jugabilidad en línea ya no es necesario salir de casa para jugar con tus amigos, de alguna forma, se perdió todo el contacto humano dentro de la misma comunidad de jugadores, y este proyecto se basara en la unión de los mismo, en regresar a esas épocas, en recuperar esas amistades y rivalidades en esas poderosas maquinas que alguna vez consumían todas nuestras monedas pero valían la pena y sobre todo en recordar las palabras del fallecido Creador de infancias y ex presidente de Nintendo Mr. Satoru Iwata (2014) "no es que la tecnología no sea importante, más si solo nos enfocamos en ella, no tendremos éxito."			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-995-927881	E-mail: oswaldop_17@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-4-3804600 Ext. 1637		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			