



TECNOCAMPUS MATARÓ –  
EMPREDIMIENTO E INNOVACIÓN

DISEÑO DE STARTUP

RED RASCAL STUDIOS

ALBERT GONZÁLEZ, GUILLEM URPI,  
VÍCTOR AGUILERA, ALBERT ABULÍ



**ÍNDICE**

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. FORMA JURÍDICA .....	2
3. ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA EMPRESA.....	2
4. JUSTIFICACIÓN DE LA INNOVACIÓN .....	3
5. ORGANIGRAMA .....	3
6. ANÁLISIS DE RECURSOS Y CAPACIDADES .....	4
7. ESTRATEGIA DE MERCADO .....	4
8. MICROENTORNO.....	4
9. ANÁLISIS INTERNO-EXTERNO .....	6
10. PLAN DE FINANCIACIÓN Y CRECIMIENTO .....	6
11. CONCLUSIONES .....	8
12. BIBLIOGRAFÍA.....	8

## **1. INTRODUCCIÓN**

Motivaciones intrínsecas:

- Las ganas de involucrarnos con el sector.
- La necesidad de Independizarnos y conseguir ser nuestros propios jefes.
- La creencia de que tenemos las capacidades de gestionar un emprendimiento.

Motivaciones extrínsecas:

- La insatisfacción con trabajos anteriores
- La experiencia conseguida trabajando en otros proyectos.
- La creencia de que es un buen momento para empezar una empresa y sacarla adelante gracias a las ayudas.

## **2. FORMA JURÍDICA**

Para constituir la empresa hacen falta una serie de documentos legales. El primero e indispensable es la certificación negativa del nombre de la sociedad, el cual expone si existe o no otra sociedad con el mismo nombre de la que se quiere construir. Posteriormente se tendrá que obtener el número de identificación fiscal de la sociedad. Después se deberá realizar la escritura pública de constitución de la empresa, la cual precisa la identidad de los socios, así como la identidad de las personas que se encarguen inicialmente de la administración y la representación social, así como otros datos de la empresa. Finalmente, el último paso es la inscripción de la empresa en el Registro Mercantil.

La forma jurídica elegida para la empresa es la Sociedad de Responsabilidad Limitada, debido a que investigando la forma jurídica de las compañías de videojuegos en el entorno más cercano hemos observado que esta es la más frecuente. Además, informándonos sobre esta hemos visto que es la que se adapta más a nuestras necesidades, ya que al tener una responsabilidad limitada nos protege de las deudas. Además, el capital mínimo que requiere son 3000 euros, los cuáles si podemos permitirnos, a diferencia de los de otras formas jurídicas.

Para finalizar, hemos escogido como nombre para nuestra empresa Red Rascal Studios. El cual tiene los dominios y redes sociales libres.

## **3. ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA EMPRESA**

La actividad económica principal de Red Rascal Studios es trabajar para terceros, realizando encargos para PC y Smartphones. En esta actividad nos centramos en la calidad de producto y en la satisfacción de los clientes.

Como actividad secundaria aprovechamos los assets realizados en nuestros proyectos para venderlos de forma individual, consiguiendo así otra fuente de ingresos que ayude a mantener el negocio estable en momentos de peligro, además esta actividad también aumenta la visibilidad de nuestro trabajo.

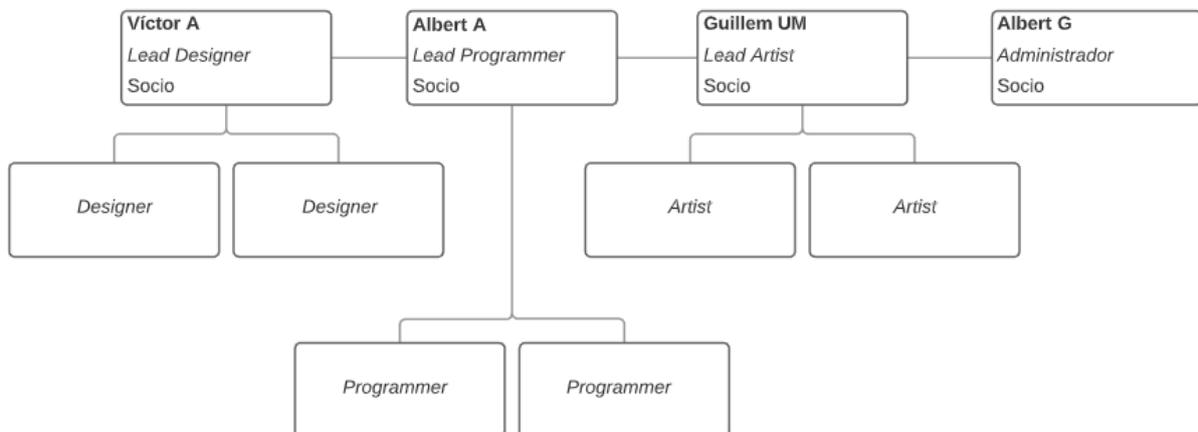
#### 4. JUSTIFICACIÓN DE LA INNOVACIÓN

El sector de los videojuegos es uno de los más grandes e importantes de la sociedad actualmente, no solo proporciona una forma de entretenimiento donde ofrece la posibilidad de experimentar un amplio repertorio de situaciones, sentimientos y experiencias, sino que también se utiliza como herramienta para enseñar, entrenar o ayudar a gente con unas necesidades muy concretas. Estos últimos, los Serious games, son una parte clave del sector donde nuestra empresa, Red Rascal Studios, quiere reforzar y mejorar.

Actualmente nos encontramos que, aunque los Serious games ayudan a mucha gente y cumplen con su principal cometido, pero la mayoría de estos han perdido el factor de la diversión. Esto se debe a que las demás empresas del sector priorizan el objetivo final de dichos juegos antes que la experiencia del usuario. Nosotros creemos que podemos ofrecer productos que cumplan ambas partes por igual, ayudar a la gente y al mismo tiempo ofrecerles una experiencia única y divertida.

Para garantizar la diversión, que queremos que sea uno de los principales factores de nuestros productos, nuestra empresa realizará análisis al público objetivo para recibir el feedback necesario y adaptar nuestro producto para que cumpla esta característica.

#### 5. ORGANIGRAMA



Gracias a esta alineación, todos los socios tienen el mismo poder sobre la empresa, además cada uno se convierte en el lead de la rama que más domina. Al tener dos empleados de cada rama podemos permitirnos trabajar en dos proyectos a la vez o en uno grande, así como también hacer que una parte este con la actividad principal y la otra con la secundaria.

## 6. ANÁLISIS DE RECURSOS Y CAPACIDADES

Recursos	Valioso	Raro	Inimitable	Organizado	Resultado
Adaptación al cliente en producto y fechas	Sí	No	No	Sí	Paridad competitiva
Reuniones cada dos semanas sobre el producto con el cliente	Sí	No	No	Sí	Paridad competitiva
Demos técnicas mensuales y demo jugable a mitad de plazo	Sí	No	No	Sí	Paridad competitiva
Factor de diversión garantizado	Sí	Sí	Sí	Sí	Ventaja sustancial a largo plazo

## 7. ESTRATEGIA DE MERCADO

Dado que nuestra empresa es nueva y con poca experiencia nuestra estrategia de mercado durante los primeros años se centrará principalmente a un Cost-Focus para así minimizar las pérdidas y generar una estabilidad.

Para poder conseguir esta estabilidad reutilizaremos los Assets ya realizados en nuevos proyectos, así como los diferentes scripts o arte (en algunos casos) de los que disponemos, consiguiendo de esta forma un beneficio mucho mayor.

Más adelante, una vez nuestra empresa ya tenga un suelo firme, nuestra intención es modificar nuestra estrategia de mercado pivotando a la diferenciación.

Este cambio se debe a que nuestro objetivo como empresa es dar productos únicos y de calidad que nos diferencien del resto de empresas dedicadas a los Serious games.

## 8. MICROENTORNO

Industry Rivalry:

- Mayores competidores europeos: Reino Unido, Alemania y Francia.
- En España la competencia no es muy fuerte.
- A nivel internacional el país más prolífico es Estados Unidos.
- Grandes competidores: BreakAway, Ltd., Designing Digitally, Inc., DIGINEXT, IBM Corporation, Intuition, Learning Nexus Ltd, Nintendo Co., Ltd., Promotion Software GmbH, Revelian, Tata Interactive Systems.

### Threat of New Entrants

- Se estima un crecimiento de la demanda de Serious Games, lo que hará aumentar la oferta.
- Grandes compañías de videojuegos tradicionales podrían entrar en el mercado del Serious Games, creando una competencia más preparada y con más caché.

### Threat of Substitutes

- El sector que más demanda Serious Games es el de la medicina, donde se usan para ayudar en tratamientos médicos. Si se encontrasen tratamientos mejores, los Serious Games podrían perder su principal cliente.
- Nuevos modelos educativos que no tengan en cuenta a los Serious Games.

### Negotiating Power of Suppliers

- Barcelona aglomera muchas compañías de móvil.
- En España existe un sector médico tanto público como privado, por lo que aumenta el rango de clientes de Serious Games para medicina.
- El ministerio de Cultura y Deporte ha mostrado su interés en el sector de los Serious Games. Es una oportunidad para obtener financiación pública.

### Negotiating Power of Customers

- Se prevé un crecimiento exponencial enorme en los próximos años del sector de Serious Games.
- Se espera que la demanda de Serious Games de medicina se cuadruplica para 2023.
- Otros sectores con una gran demanda de Serious Games: Sector aeroespacial y de defensa, sector público gubernamental y educación
- La entrada de los Serious Games en las aulas podría suponer un mercado importantísimo. Algunas grandes compañías como Ubisoft y Microsoft han lanzado algunos productos para tantear este mercado, basado en franquicias populares (*Assassins Creed Odyssey: Discovery Tour* y *Minecraft: Education Edition*, respectivamente).

## 9. ANÁLISIS INTERNO-EXTERNO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>No tenemos experiencia laboral en el sector del videojuego.</li> <li>Falta de reputación dentro del sector.</li> <li>Pocos recursos económicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Otras compañías del mismo sector con más experiencia.</li> <li>Es un sector en constante evolución.</li> <li>Situación de inestabilidad política en el país.</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Empleados con estudios universitarios.</li> <li>Gran conocimiento del sector y su funcionamiento.</li> <li>Gran adaptabilidad al cambio.</li> <li>Vivimos en Barcelona, uno de los núcleos económicos del sector en España.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sector de servicio poco explotado.</li> <li>Facilidad de networking</li> <li>Demanda de servicio.</li> <li>En Barcelona se celebran ferias importantes para el sector, como la NiceOne Barcelona (Videojuegos) y el Mobile World Congress (Móviles)</li> </ul>

## 10. PLAN DE FINANCIACIÓN Y CRECIMIENTO

Para todo el tema de la financiación, tenemos a nuestra disposición un amplio abanico de ayudas públicas, tanto por parte de la Generalitat, del Gobierno o de la Unión Europea.

Por parte de la Generalitat, todos los planes de financiación provienen del Departament de Cultura, ofreciendo los siguientes planes:

- Préstamos participativos digitales:

Para empresas menores de 4 años dedicadas a la creación de productos/servicios digitales interactivos relacionados con la cultura.

- Aportaciones reintegrables para videojuegos y multimedia:

Las aportaciones reintegrables son unas ayudas que permiten a la empresa disponer de financiación a priori para un proyecto cultural. Los destinatarios son empresas privadas que tengan como actividad el desarrollo, producción, edición, distribución, comercialización o difusión de videojuegos o productos multimedia.

- Proyectos de internacionalización:

Subvenciones para proyectos de internacionalización que incluyan la asistencia a ferias internacionales fuera de Cataluña para empresas y entidades del sector de los videojuegos.

- Traducción al catalán de videojuegos:

La Dirección General de Política Lingüística tiene una línea de ayudas a la incorporación del catalán en productos y servicios tecnológicos dirigidos a usuarios finales (aplicaciones para dispositivos móviles, videojuegos, software, etc.).

- Préstamos ICF:

Línea de préstamos, a través del Instituto Catalán de Finanzas, para financiar proyectos de inversión en activo fijo y / o circulante, dirigida específicamente al tejido cultural catalán.

- Europa Creativa Desk - Media Catalunya:

El objetivo es ayudar a las empresas culturales a obtener recursos del programa Europa Creativa, programa de la Unión Europea que quiere promover la internacionalización, fortalecer la capacidad financiera cultural, impulsar la innovación y estimular la creación de nuevos públicos.

- Ayuda Media: Apoyo al desarrollo de videojuegos europeos:

Desarrollo del concepto y proyecto para un videojuego diseñado para la explotación comercial para PCs, consolas, dispositivos móviles, tablets, smartphones y otras tecnologías. La historia ha de explicar o enseñar a través de todo el juego (in-game storytelling) y no sólo como una introducción o un final del juego.

Por la parte del Gobierno de España, el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, puso en marcha el año pasado el “Programa de Impulso al Sector del Videojuego”, lo que nos permite solicitar préstamos al Gobierno también. Según la página de *red.es*, “La cuantía mínima de cada proyecto subvencionable será de 20.000€ y el importe de la ayuda representará el 80% del presupuesto hasta un máximo de 150.000€ por beneficiario”. Esto nos permitiría conseguir subvenciones en los proyectos propios de la empresa en los que no habría ningún tercero que nos proporcionaría del capital.

Por último, la Unión Europea ofrece un plan de financiación a aquellas empresas que sean europeas e independientes, y que lleven constituidas legalmente al menos 12 meses. La contribución financiera oscilaría entre los 10.000 y los 150.000 euros, siempre que el importe no superase el 50% de los costes subvencionables totales de la acción.

En cuanto al crecimiento, gracias a las ayudas y a los proyectos que iremos realizando, queremos conseguir una posición estable en el mercado, teniendo una cartera de clientes amplia y segura, la cual nos provea de un flujo constante de proyectos. También en el largo plazo pretendemos aumentar de trabajadores, tanto en las principales ramas de la empresa como en las de finanzas y marketing, pudiendo así trabajar en más proyectos a la vez, ganar más visibilidad y tener una gestión administrativa más fuerte y eficiente.

## 11. CONCLUSIONES

Como empresa recién fundada, teníamos como objetivo empezar cómo una empresa indie que evolucionaría a una second party en un futuro donde la empresa dispusiera de una estabilidad fija, pero tras analizar la situación actual del mercado nacional, observamos que hay una sobrepoblación de empresas de este tipo. Por ese motivo, decidimos cambiar nuestra actividad principal y dedicarnos a realizar juegos a terceros. Este tipo de modelo de negocio relacionado con los videojuegos tiene una presencia inferior con lo que se encontró el agujero de mercado al que dedicarnos. Aunque nuestra actividad finalmente se centrara a realizar juegos a terceros, principalmente Serious Games, decidimos tener una actividad subsidiaria destinada a la venta de assets y scripts de desarrollo.

Tras un periodo de investigación descubrimos que hay algunas empresas bien establecidas dentro de los serious games, así que decidimos emplear un modelo que creímos innovador a la hora de relacionarse con el cliente, haciendo reuniones sobre el producto y presentando demos con resultados cada cierto tiempo. Posteriormente descubrimos que la mayoría de empresas ya utilizan métodos de este estilo así que decidimos buscar una medida que nos diferenciara del resto. Tras informarnos sobre los productos de la competencia, observamos que estos estaban faltos de lo que denominamos como fun factor, es decir, a pesar de cumplir su objetivo y enseñar de una forma eficiente, la mayoría de estos no resultaban divertidos para el usuario final, con lo que vimos una oportunidad de diferenciación. A pesar de que nuestro focus principal Porter se centra en costes, esta oportunidad de diferenciación puede ayudarnos por igual a conseguir una situación económica estable y así mantener la empresa en una buena situación económica.

## 12. BIBLIOGRAFIA

Gobierno de España, Ministerio de Industria Comercio y Turismo, *Crea tu empresa paso a paso*, Recuperado de:

<http://www.creatuempresa.org/es-ES/PasoApaso/Paginas/Creatuempresapasoapaso.aspx>

El Economista, *Serious Games en España*, Recuperado de:

<https://empresite.eleconomista.es/Actividad/SERIOUS-GAMES/>

Sonawane, K. (2017), *Serious Games Market Size, Share and Industry Analysis, 2023*, Recuperado de:

<https://www.alliedmarketresearch.com/serious-games-market>

Cultura Digital, *Finançament per a les empreses de videojocs*, Recuperado de:

<https://culturadigital.blog.gencat.cat/ajutsvideojocs/>

Gobierno de España, Ministerio de Economía y Empresa (2018), *Red.es abre una convocatoria que movilizará 6,25 millones de euros para el sector del videojuego*, Recuperado de:

<https://www.red.es/redes/es/actualidad/magazin-en-red/redes-abre-una-convocatoria-que-movilizar%C3%A1-625-millones-de-euros-para-el>

Creative Europa Media (2019), *Convocatorias: Desarrollo de videojuegos EACEA 19/2019*, Recuperado de:

<https://www.oficinamediaespana.eu/noticias/item/1804-convocatorias-desarrollo-de-videojuegos-eacea-19-2019>