

Diseño Modelo Negocio_Grupo H

por Isaac Tomàs García

ARCHIVO	4980_ISAAC_TOMAS_GARCIA_DISENOMODELONEGOCIO_GRUPOH_581 91_1549362864.PDF (1.4M)		
HORA DE LA ENTREGA	21-MAR.-2021 07:58P. M. (UTC+0100)	NÚMERO DE PALABRAS	1060
IDENTIFICADOR DE LA ENTREGA	1538431272	SUMA DE CARACTERES	5762

DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO



**XAVI PEREZ
PAULA ROS
MARC TORRES
ISAAC TOMAS**

Índice

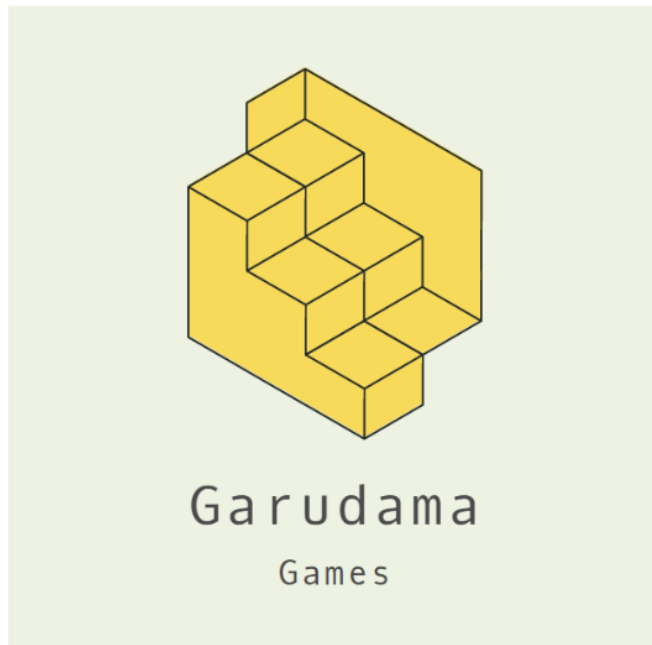
1. Introducción: actividades económicas.....pág.3
2. Análisis, descripción de UENs y CANVAS.....pág.4
3. Revenue Models y Revenue Streams.....pág.6
4. Conclusiones.....pág.6
5. Bibliografía.....pág.7

1. Introducción: actividades económicas

Garudama Games es una pequeña empresa de desarrollo de videojuegos con 5 años de experiencia, que realiza múltiples actividades económicas. Por un lado, su actividad económica principal es el desarrollo de videojuegos propios, principalmente para PC. Por otro lado, sus actividades secundarias son el desarrollo de juegos de mesa y la venta de merchandising.

La empresa cuenta con 10 empleados con perfiles muy complementarios entre sí, que tiene contratados a tiempo completo:

- Dos programadores.
- Dos artistas.
- Dos game designers.
- Un diseñador especializado en juegos de mesa.
- Un músico.
- Un CEO, PR y Productor.
- Un CFO encargado de la parte financiera y legal.



Logo de Garudama Games.

2. Análisis, descripción de UENs y CANVAS

Garudama Games tiene un total de tres UENs: el desarrollo de videojuegos propios, el desarrollo de juegos de mesa y la venta de merchandising.

Por un lado, Garudama desarrolla sus propios videojuegos que destacan por sus mecánicas innovadoras y un arte único. Su último lanzamiento despierta por su integración con la plataforma Twitch, donde los creadores de contenido interactúan con sus espectadores, gracias al propio sistema que ofrece su nueva entrega. Gracias a este aspecto, Garudama consigue promocionar sus videojuegos y atraer a numerosos nuevos usuarios. (Setupgamers. 2021, 1 marzo)

Los game designers y artistas son claves para esta UEN debido a que desempeñan actividades clave, como son el diseño de mecánicas innovadoras y el arte. Además, los videojuegos de Garudama se distribuyen a través de la plataforma de Steam.



Logo de Twitch.

Por otro lado, Garudama desarrolla juegos de mesa basados en sus IPs más conocidas, como The Provisional Game. Estos juegos de mesa son fieles a la temática y arte de sus videojuegos, pero ofreciendo un enfoque más familiar. Por lo tanto, los juegos de mesa de Garudama van dirigidos tanto a jugadores como a familias.

El diseñador especializado en juegos de mesa crea la base del producto que traslada al key partner llamado AsmoDee, una editorial de juegos de mesa muy influyente dentro del sector, con títulos como Catan, Carcassonne, Mysterium, TicketRide, etc. Este key partner lleva a cabo la producción y distribución del producto.

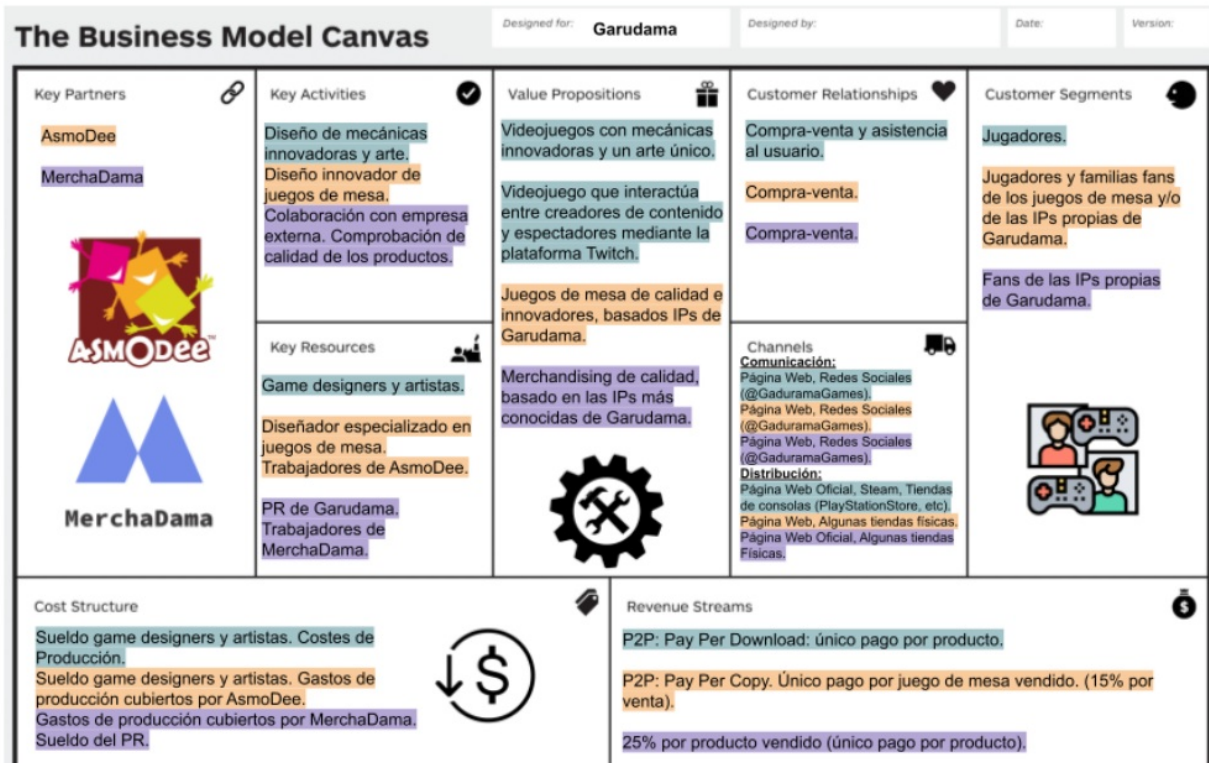
Por último, la empresa vende todo tipo de merchandising basado en sus IPs más conocidas. Concretamente, Garudama tiene a MerchaDama como key partner, empresa que realiza la producción y distribución del merchandising. Además, el PR de Garudama está en contacto con MerchaDama mensualmente, para asegurar que los productos siguen la calidad y la estética deseada. El merchandising está disponible en la página web oficial de Garudama y en algunas tiendas físicas específicas, donde se mantiene una relación de compra-venta con los clientes, que son fans de las IPs.



Logo de AsmoDee y de MerchaDama.

Además, Garudama se comunica a través de su cuenta de Twitter (@GarudamaGames) y su página web oficial.

A continuación se muestra una imagen del CANVAS del modelo de negocio de Garudama.



3. Revenue Models y Revenue Streams

Cada UEN de Garudama tiene su propio Revenue Model y Revenue Stream determinado.

Por un lado, la UEN de desarrollo de videojuegos se basa en el Revenue Model Pay To Play, con un Revenue Stream basado en el Pay Per Download, donde los videojuegos se distribuyen principalmente en la plataforma de Steam. Además, a través de esta UEN solo se generan ingresos por cada venta del producto, por lo tanto, no cuenta con un sistema de monetización, dado que no existen microtransacciones dentro del producto.

Por otro lado, la UEN de venta de merchandising genera beneficios de forma indirecta para Garudama, ya que externaliza todo el proceso de producción y distribución a su key partner llamado MerchaDama, el cual obtiene el 75% de los ingresos de la venta del merchandising, en un formato de pago único por producto. Por lo tanto, Garudama obtiene el 25% de los ingresos. Además, MerchaDama cubre todos los costes de producción.

Por último, la UEN de desarrollo de juegos de mesa se basa en el Revenue Model Pay To Play, con una fuente de ingresos basada en el Pay Per Copy, ya que los juegos de mesa son un tipo de producto que se vende en formato físico. La empresa AsmoDee lleva a cabo la producción y distribución de los productos, por lo que obtiene el 85% de los ingresos, mientras que Garudama obtiene el resto. Es necesario especificar que el key partner AsmoDee cubre los gastos de producción.

4. Conclusiones

Al crear nuestro propio modelo de negocio, hemos aprendido la importancia de la diversificación de actividades económicas dentro de una empresa, una vez logra ser estable a nivel económico. Además, hemos tomado consciencia de la relevancia que tiene ser consecuente con la creación de nuevas UENs y también de ser prudente a la hora de tomar decisiones clave para el futuro de la empresa.

Los modelos de negocio poco convencionales no son algo que se puedan tomar a la ligera, debido a las pérdidas que un modelo mal planteado podría suponer. Por este motivo, como ya se ha mencionado, apostamos por la diversificación, al poder usar el éxito de previas IPs, para proporcionar un colchón financiero para protegernos ante el potencial riesgo.

Por último, hemos aprendido que antes de crear una empresa, es necesario realizar este tipo de documentación, donde se analizan las diferentes UENs, el segmento de clientes al que van dirigidas y sus propuestas de valor, para así asegurar que realmente tienen valor.

5. Bibliografía

Asmodee. (2021). *Asmodee*. Obtenido de:

https://asmodee.es/?doing_wp_cron=1616344351.2216460704803466796875

Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales y de Telecomunicación - Universidad de Cantabria. (2016, septiembre). *Plan de empresa de una editorial de juegos de mesa (Helio de Grado Fernández)*. Obtenido de:

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/9141/386930.pdf?sequence=1>

L. (2016, 21 septiembre). *Guía del emprendedor: Cómo hacer un Modelo de Negocio*. LanceTalent. Obtenido de:

<https://www.lancetalent.com/blog/guia-del-emprendedor-modelo-de-negocio/>

Soler, D. (2018, 9 diciembre). *MODELOS DE NEGOCIO EN LOS VIDEOJUEGOS*. - David Soler Hernández. Medium. Obtenido de:

<https://medium.com/david-soler-hern%C3%A1ndez/modelos-de-negocio-en-los-videojuegos-6b81fd3102c2>

Setupgamers. 2021, 1 marzo). *26 Best Games with Twitch Integration* -

2021. [Setupgamers. https://www.setupgamers.com/twitch-integration-games/](https://www.setupgamers.com/twitch-integration-games/)