



INFORME FINAL PRÁCTICA MODALIDAD EMPRENDIMIENTO

Shusseki Game

Ricardo Aníbal Castrillón Sánchez

Daniel Stiven Gómez Hurtado

ASESOR:

Jaime Humberto Vergara Marín

TECNOLÓGICO DE ANTIOQUIA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA

INGENERIA DE SOFTWARE

MEDELLÍN, COLOMBIA.

2023

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO .....	2
ÍNDICE DE TABLAS .....	3
ABREVIATURAS .....	5
AGRADECIMIENTO .....	5
1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. OBJETIVOS.....	7
2.1. Objetivo General .....	7
2.2. Objetivos específicos .....	7
3. METODOLOGÍA .....	8
4. VALIDACIÓN DEL SEGMENTO DE CLIENTES .....	8
4.1. Buyer Person .....	8
Tabal 1. Buyer person del que toma la decisión - emprendedor .....	9
Tabal 2. Buyer person del que influye en la decisión - contador.....	9
4.2. Mapa de Empatía .....	9
5. Encaje del modelo de negocio .....	11
5.1 Problem – Solution Fit.....	11
5.2 Product- Market Fit.....	11
6. Desarrollo de los impactos del modelo de negocio.....	12
6.1 Impactos Económico .....	12
6.2 Impacto social .....	12
6.3 Impacto tecnológico .....	12
6.4 Impacto Ambiental .....	12
7 estructura del modelo de Negocio .....	12
7.1 Planteamiento del problema o necesidad.....	13
7.2 Soluciones del problema, necesidades u oportunidad.....	13

7.3 Métricas Claves .....	13
7.4 Propuesta de valor .....	14
7.5 Ventaja única .....	14
7.6 Segmento de clientes.....	15
7.7 Canales .....	15
7.8 Estructura de Costos .....	16
7.9 Fuente de ingresos.....	17
Tabla de proyección a 5 años.....	18
8 conclusiones.....	19
Referencias.....	20
Anexos.....	21

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabal 1.	Buyer person del que toma la decisión - emprendedor	7
Tabal 2.	Buyer person del que influye en la decisión - contador	8
Tabal 3.	Lienzo Problem – Solution Fit 1	9
Tabal 4.	Lienzo Product – Market Fit	9
Tabal 5.	Modelo de Negocio Lean Canvas de Ash Maurya	9
Tabal 6.	Ficha técnica	11
Tabal 7.	Ventaja especial Única	12
Tabal 8.	Precio de los servicios de la aplicación	14
Tabal 9.	Flujo de caja	14
Tabal 10.	Proyección a 5 años	15



**ABREVIATURAS**

Npc's (Personajes no controlados por el jugador)

Bug's (Error informáticos)

**AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento especial a Jaime Humberto Vergara Marín por la paciencia a la hora de asesorarnos y los consejos dados para tener un mejor proceso.

Gracias a nuestras familias por apoyarnos siempre en este proceso de innovación y emprendimiento por confiar en nosotros y en nuestros sueños.

## 1. INTRODUCCIÓN

Nuestras fortalezas radican en la programación, diseño y manejo de entornos en 3D por otro lado tenemos acercamiento con el motor de desarrollo de Unity 3D en el que hemos desarrollado algunas mecánicas de videojuegos, además siempre hemos tenido inquietudes alrededor del desarrollo de videojuegos con lo cual tenemos fuentes que nos ayudan a comprender algunas cosas y nos han explicado cosas esenciales en el desarrollo de videojuegos, además que hemos participado en inducciones al desarrollo de videojuegos tanto en el laboratorio experimental proporcionado por la biblioteca león de Grieff como las charlas del valle del software, otras charlas relacionadas como de Platzi de cómo contar historias y creación de personajes, al inicio de la carrera y pues no dimos cuenta de nuestro interés por la creación de videojuegos, además tenemos en común el interés por participar en este sector, no estamos seguros de que esto sea una alternativa viable para un desarrollo empresarial, pero queremos demostrar con nuestro producto la calidad de nuestro trabajo, ya que la creación es un trabajo arduo y no tenemos experiencia a la hora de publicitar ni de marketing que es algo esencial para cualquier emprendimiento exitoso, parte de nuestro proyecto de vida es llevar a los videojuegos el género de isekai (isekai es la resurrección en otro mundo).

Nuestra empresa Shusseki Games es una desarrolladora de videojuegos trabajaremos mediante un modelo de contribución.

El modelo busca generar una experiencia satisfactoria pero incompleta así dándoles la opción de una meta de contribución para que los usuarios apoyen económicamente para tener la experiencia definitiva, el nuevo contenido que ellos contribuyeron económicamente generara vacíos que el usuario quiera completar volviendo a contribuir en nuevas metas para tener la experiencia completa.

Aplicaremos el modelo de las micro transacciones que consiste en brindarles cosméticos y skins, con el modelo de contribución se lograría que la inversión inicial sea baja y logrando atraer a más personas que puedan disfrutar y apoyar al videojuego.

En conclusión, Shusseki Games cuenta con habilidades y conocimientos sólidos en el desarrollo de videojuegos, en especial en programación, diseño y manejo de entornos en 3D, así como también en mecánicas de videojuegos y la creación de historias y personajes. Además, ha participado en varias inducciones y charlas relacionadas con el desarrollo de videojuegos, demostrando su interés y compromiso en este sector. Aunque no cuentan con experiencia en publicidad y marketing, tienen un modelo de contribución innovador que busca atraer a más usuarios con una inversión inicial baja y les brinda la opción de contribuir para tener una experiencia definitiva. Con el objetivo de llevar a los videojuegos el género de isekai, Shusseki Games busca demostrar la calidad de su trabajo a través de su producto y consolidarse como una desarrolladora de videojuegos exitosa.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo General**

Crear un videojuego con las características mencionadas anteriormente con nuevo modelo de monetización que no se ha visto antes siendo este atractivo para el público y teniendo una mayor facilidad de expansión gracias al apoyo de la comunidad de este, el desarrollo se financiará con micro transacciones y contribuciones monetarias de los usuarios.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Crear un videojuego inicial agradable para todo el público con una historia original y concisa.
- Expandir la historia del videojuego a partir de los años como si fuese un programa de la televisión.
- Crear una comunidad de seguidores del juego que siempre estén dispuestos a seguir invirtiendo en el proyecto para que este se agilice y por ende que la historia y el videojuego mismo avancen más rápido en el pasar del tiempo

### **3. METODOLOGÍA**

La metodología que se va a utilizar es casada, ya que esto nos brinda una serie de pasos lineales y secuenciales, esto nos ayudara para tener un trabajo bien planificado y tener un alcance bien definido, además ya que nuestro modelo de negocio consiste en agregar nuevos módulos esta metodología se tendría que crear de nuevo cada vez que se realice cada módulo lo que ocasionaría que no tengamos que cagar con partes atrasadas del proyecto que generaría mala experiencia al usuario.

### **4. VALIDACIÓN DEL SEGMENTO DE CLIENTES**

#### **4.1. Buyer Person**

Categorías y temas para establecer el Buyer Person



**Tabal 1. Buyer person del que toma la decisión - emprendedor**



**Tabal 2. Buyer person del que influye en la decisión - contador**

## 4.2. Mapa de Empatía

Lienzo del Mapa de Empatía

¿Con quién vamos a empatizar?

empatizar con el público que busca un videojuego atractivo con una historia original y concisa, así como una experiencia de juego satisfactoria y que esté dispuesto a apoyar económicamente para obtener la experiencia completa.

¿Qué necesitan hacer?

Shusseki Games desarrolla un videojuego atractivo y emocionante que les brinde una experiencia de juego satisfactoria y los motive a seguir invirtiendo en el proyecto a través de micro transacciones y contribuciones monetarias para obtener nuevos módulos y expandir la historia del juego. Además, buscan una metodología de trabajo bien planificada y secuencial que permita un desarrollo ágil y sin partes atrasadas que puedan afectar su experiencia de juego.

# Mapa De Empatía

## ¿Qué les hacen felices?

- Les encanta descubrir nuevos juegos que les sorprendan y enganchen.
- Les satisface completar los retos, logros y misiones de los juegos.
- Les alegra compartir su pasión con otros aficionados y hacer amigos.
- Les fascina que los desarrolladores implementen sus sugerencias

## ¿Qué piensa?

- Creo que los desarrolladores independientes tienen buena facultad para crear videojuegos.
- Le apasionan los videojuegos y disfruta de la historia, el reto y la diversión que le ofrecen.
- Le gusta compartir sus experiencias y opiniones con la comunidad de jugadores.
- Quieren sentir que tienen control sobre lo que sucede en el juego y que sus decisiones tienen un impacto en el resultado.

## ¿Qué dicen y hacen?

- Comparten sus opiniones, experiencias y consejos sobre videojuegos en redes sociales, foros y chats.
- Juegan solos o en línea con otras personas. Compran o descargan los juegos que más les gustan o que tienen buenas valoraciones.

## ¿Qué escuchan? ¿Qué ven?

- canales de YouTube sobre videojuegos.
- Siguen a influencers, streamers.
- Prestan atención a las opiniones y recomendaciones de sus amigos y otros jugadores
- Ven tráilers, gameplays, reseñas y tutoriales de videojuegos en Internet.
- Observan el catálogo de juegos disponibles en las diferentes plataformas.
- Miran el diseño, la calidad gráfica y la jugabilidad de los juegos que les llaman la atención.

## ¿Qué les duele?

- Les molesta que los juegos sean caros, aburridos y repetitivos.
- Les disgusta que los juegos no cumplan con sus expectativas y tengan fallos técnicos que les impida jugar.



## 5. Encaje del modelo de negocio

### 5.1 Problem – Solution Fit

segmentos de clientes	limitaciones de clientes	soluciones disponibles
Jugadores de PC que buscan juegos de aventura y exploración con elementos de rol y fantasía.	Disponibilidad limitada de tiempo y presupuesto para jugar. Exigencias de calidad y desafío en los juegos.	Juegos similares en el mercado de aventuras y exploración con elementos de rol y fantasía. Competidores fuertes en el mercado de juegos para PC.
problemas/dolores	raíz/causa del problema	comportamiento
Falta de innovación en juegos de aventura y exploración con elementos de rol y fantasía. Falta de opciones de juegos de alta calidad para PC. Insatisfacción con los juegos existentes en el mercado.	Falta de innovación y calidad en los juegos actuales de aventura y exploración con elementos de rol y fantasía para PC.	Los jugadores buscan juegos que les ofrezcan una experiencia emocionante y desafiante. Los jugadores prefieren juegos con gráficos y sonidos atractivos. Los jugadores están dispuestos a invertir tiempo y dinero en juegos de alta calidad.
desencadenantes para actuar	emociones	canales de comportamiento
Anuncios publicitarios y promociones en línea que generen interés y curiosidad en los jugadores. La recomendación positiva de amigos o influenciadores de juegos. Eventos de lanzamiento de juegos y ferias de videojuegos que llamen la atención de los jugadores.	Los jugadores buscan experimentar emociones fuertes, como la emoción, el miedo, la sorpresa y la satisfacción, a través de los juegos. Los jugadores desean sentirse conectados emocionalmente con los personajes y el mundo del juego.	Los jugadores suelen buscar información y recomendaciones sobre juegos en línea, en redes sociales y en foros de juegos. Las tiendas en línea de juegos para PC, como Steam, son un canal clave para distribuir y promocionar juegos.
nuestra solución		
Desarrollar un juego innovador de aventura y exploración con elementos de rol y fantasía, enfocado en el mercado de PC. Asegurar la alta calidad del juego en cuanto a gráficos, sonido y desafío.	Promocionar el juego a través de anuncios en línea, influenciadores de juegos y eventos de lanzamiento.	Distribuir el juego a través de tiendas en línea de juegos para PC y otros canales relevantes. Obtener comentarios y retroalimentación de los jugadores para mejorar y optimizar el juego.

### 5.2 Product- Market Fit

Definición del mercado	Análisis del mercado	Identificación de las necesidades de los clientes
el mercado objetivo son los gamers que prefieren los juegos de aventuras y acción, especialmente aquellos que buscan una experiencia inmersiva y emocionante.	realizar un análisis del mercado para comprender mejor las necesidades y deseos de los jugadores en este mercado. Se pueden realizar encuestas, entrevistas o grupos focales para recopilar información sobre las preferencias de los jugadores, las tendencias del mercado y las características de los juegos populares.	se deben identificar las necesidades y deseos específicos de los clientes. Por ejemplo, algunos clientes pueden estar buscando gráficos impresionantes y una historia envolvente, mientras que otros pueden estar más interesados en la jugabilidad y la mecánica del juego.
Validación de la solución	Ajuste de la solución	Establecimiento de métricas de éxito
Con el conocimiento de las necesidades de los clientes, es necesario validar que el juego de Shusseki Games cumple con estas necesidades. Esto se puede hacer a través de pruebas beta, encuestas de satisfacción del cliente y comentarios de los usuarios..	Si se descubre que el juego no cumple con las necesidades de los clientes, es necesario hacer ajustes en la mecánica, el diseño o la historia para mejorar el ajuste del producto con el mercado. Es importante recordar que el objetivo es adaptar el producto al mercado y no al revés.	es importante establecer métricas de éxito para medir el rendimiento del producto. Estas métricas pueden incluir la tasa de retención de clientes, la tasa de conversión de clientes potenciales en clientes reales y la satisfacción general del cliente.

## **6. Desarrollo de los impactos del modelo de negocio**

### **6.1 Impactos Económico**

Nuestro impacto económico es positivo ya que podemos generar empleo, aumentar la producción, el ingreso para la empresa y empleados, atraer inversionistas y ayudar al crecimiento económico de la región

### **6.2 Impacto social**

Impacto social positivo al proporcionar entretenimiento y una forma de escapar de la vida cotidiana para muchas personas. También pueden tener un impacto educativo al enseñar habilidades y conocimientos específicos y al fomentar la resolución de problemas y la creatividad

### **6.3 Impacto tecnológico**

El impacto es positivo para la industria ya que promueve la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías, mecánicas o arte para los videojuegos, también con una competencia sana se puede lograr que se evolucionen en aspectos poco manejados por la industria del videojuego.

### **6.4 Impacto Ambiental**

El impacto negativo, aunque no es directamente proporcionado por la empresa los recursos que utiliza como el hardware, y algunos elementos como los servidores deja una huella de co2 negativa en el medio ambiente.

## **7 Estructura del modelo de Negocio**

### **7.1 Planteamiento del problema o necesidad**

Los videojuegos han pasado por muchas etapas, actualmente desde la invención del “GamePass” y los cosméticos de pago, el multijugador ha sido el centro de interés.

de las grandes empresas, ya que este tipo de metodología son mucho más rentables a lo largo del tiempo que videojuegos centrados en la experiencia individual por lo que la innovación los npc’s e historias emocionantes cada vez son menos visibles, cada vez se ve una devolución en las mecánicas desarrollado a lo largo del tiempo.

### **7.2 Soluciones del problema, necesidades u oportunidad.**

Los videojuegos centrados en el jugador aunque no están en auge son muy cotizados, juegos como Elden Ring o Mount and Blade son juegos de mundo abierto donde la jugabilidad es algo fundamental para la diversión, nuestra oportunidad de negocio es la idea es crear unas mecánicas sólidas y gratificante de jugar para que las personas se sientan atraídas por un mundo que crece por temporadas, es decir que se pueda seguir expandiendo la historia alrededor del tiempo como si fuera una serie de televisión que se clasifica por temporadas asiendo que los usuarios del videojuego se animen por contribuir monetariamente para que la historia y mecánicas se siga desarrollando.

### **7.3 Métricas Claves**

Los usuarios necesitaran una computadora para poder jugar nuestro videojuego, pero ese equipo debe de tener las siguientes características mínimas para poder funcionar correctamente:

Un procesador

Intel Core 5i o superior

Gt 710 2gb o superior

8gb de Ram

Almacenamiento de 6gb o superior

#### **7.4 Propuesta de valor**

Nuestra propuesta de valor es cautivarlos con una historia original centrándonos en mundo medieval de fantasía donde el usuario tenga muchas opciones de interacción con los npc's es crear un mundo vivo en los cuales se puedan interactuar sientan parte del el, es decir que el jugador pueda crear su rol dentro de esa sociedad ficticia atreves de sus actos y diálogos, que pueda entrar a una taberna, escuchar y contar historias además de sus aventuras dentro del juego, así darles razones para que ellos contribuyan con ideas y dinero para que se sientan parte del desarrollo del juego.

#### **7.5 Ventaja única**

Mount and Blade es un juego con ambientación medieval con la idea de explorar un mundo y crecer como capitán teniendo más tropas hasta lograr tener su reino, este videojuego se monetizo por la venta de este, aunque fue un éxito y sacaron otras secuelas ellos tenían momentos de poca liquides económico resultando en

constantes atrasos en el desarrollo, además de tener que pausarlo para trabajar en otros videojuegos hasta tener dinero para continuar.

Fortnite es un juego free to play de genero shooter en tercera persona con la idea de ser el último sobreviviente, es un juego que se divide en temporadas, el problema radica en que sus temporadas son vacías de historia y se enfocan en los cosméticos de venta, el juego no se esfuerza en crear una historia si no en su ámbito competitivo.

Yandere simulator es un juego independiente que buscaba recrear la vida de una estudiante obsesionada por su amado, el juego principalmente se financiaba por medios de donativos y tuvo un éxito realmente bueno pero el diseñador no supo manejar a su público causando constantes peleas con sus fans generando que el juego cada vez fuera más odiado hasta su abandono total.

Los juegos incompletos triple A que cobran como si fue un juego completo decepcionando a muchos fans por el estado de este, conllevando a que los usuarios duden de la calidad de un producto, decidiendo mejor conseguir el producto pirateado, La piratería es un problema para

las empresas independientes ya que muchos usuarios piratean el juego por la falta de referencias de las empresas, además de los altos costos que conllevan un videojuego baja la rentabilidad por esta razón dar el juego gratis en unas condiciones aceptables y que los usuarios contribuyan monetariamente para mejorar y agregar mecánicas, diseños y entornos, sería una idea viable para una mejor estabilidad del proyecto.

Nuestra ventaja competitiva ofreceremos un videojuego gratuito que se divide en temporadas para avanzar en temporadas, mecánicas o cosméticos habrá unos topes en las donaciones así motivando a los usuarios que si quieren más contenido solo tiene que hacer una donación, con que el juego sea gratis motivaremos a que más usuarios descarguen y prueben el videojuego esto a su vez buscando que el jugador quiera tener una nueva historia o nuevas mecánicas y al no tener limite a lo que una persona puede donar.

## **7.6 Segmento de clientes**

Nuestros segmentos de clientes se enfocan en personas comprometidas que le gustan los juegos de rol, fantasía y mundo abierto, además de buscar experiencias inmersivas e inspiración para su día a día.

## **7.7 Canales**

Nuestro Canales de distribución son tiendas online de videojuegos como Steam y Epic Games, Xbox Games.

Nuestro canal de comunicación consistirá en un canal vip de Discord en los cuales ingresaran los usuarios que más han donado, además tendremos otro canal para ir informando a los demás usuarios de las nuevas actualizaciones, el marketing será tanto con tráiler en YouTube y Tiktok, como buscaremos algunos streamers pequeños y medianos para su exposición.

## 7.8 Estructura de Costos

La empresa de videojuegos Shusseki Game tiene varios costos que irán obteniendo a medida que va transcurriendo su vida.

Tiene varios costos que van consiguiéndose en el crecimiento de la empresa, pero los primeros costos provienen del proveedor de internet que costaría unos 104.000 pesos colombianos, y se estima que aumentaría cada año un 10% por inflación.

Al final de año 2 nuestra empresa contrataría los servicios de un diseñador de sonido para la mejora de nuestro producto el musico tendría un valor de 1.500.000 de pesos colombianos por 3 meses para la mejora de los sonidos y agregar algunos nuevos, además del aumento del proveedor de internet que quedaría en 114.000, el gasto acumulativo de ese año se estima en 10.716.000 de pesos colombianos.

En el año 3 de la empresa se tendría un costo fijo por contratación de empleados, se contratarían a 4 empleados con un costo estimado 13.545.800 pesos colombianos y el alquiler de una oficina con un costo estimado de 4.000.000 pesos colombianos, además de la comprar de máquinas para los trabajadores con un valor estimado de 24.000.000 de pesos colombianos con un gasto acumulativo de 291.229.232 pesos colombianos.

En el año 4 de la empresa se estiman los mismos costos, pero con el debido aumento, estimamos el aumento salarial en un 9%, el aumento de proveedor del internet en 9%, con estos incrementos el gasto acumulativo quedaría en 583.515.679 pesos colombianos.

En el año 5 de la empresa tendremos un aumento progresivo de trabajadores además del aumento del 9% de los salarios, el cambio de oficinas que aumentaría el alquiler en 6.500.000, además del aumento estimado del internet a 141.000 pesos colombianos, esto llevaría al gasto acumulado de 1.062.122.370 pesos colombianos.



Flujo de caja anual						
	Diciembre / periodo 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
<b>Usuarios</b>						
Micro-Transacciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 311.680.000,00	\$ 432.000.000,00	\$ 508.800.000,00
Contribuciones de los usuarios	\$ -	\$ 2.600.000,00	\$ 3.380.000,00	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total ingreso</b>	\$ -	\$ 2.600.000,00	\$ 3.380.000,00	\$ 311.680.000,00	\$ -	\$ 508.800.000,00
<b>Ingresos acumulativos</b>	\$ -	\$ 2.600.000,00	\$ 30.820.000,00	\$ 342.500.000,00	\$ 774.500.000,00	\$ 1.283.300.000,00
<b>Total egreso-desembolsos</b>						
Nómina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 150.803.052,00	\$ 177.178.174,56	\$ 324.138.383,77
Maquinaria	-\$ 8.000.000	\$ -	\$ -	\$ 24.000.000,00	\$ -	\$ -
Oficinas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 44.000.000,00	\$ 78.000.000,00	\$ 78.000.000,00
Unity Pro 3D	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 18.440.580,00	\$ 9.220.290,00	\$ 9.220.290,00
Internet	-\$ 104.000	-\$ 1.248.000	-\$ 1.258.000	-\$ 1.368.000,00	-\$ 1.548.000,00	-\$ 1.692.000,00
Epic	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 37.401.600,00	\$ 51.840.000,00	\$ 61.056.000,00
Publicidad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.500.000,00	\$ 4.500.000,00	\$ 4.500.000,00
<b>Total desembolso</b>	-\$ 8.104.000	-\$ 1.248.000	-\$ 9.468.000	-\$ 280.513.232	-\$ 292.286.465	-\$ 478.606.674
<b>Flujo total de caja</b>	-\$ 8.104.000	1.352.000,00	21.352.000,00	\$ 61.986.768	\$ 482.213.535,44	\$ 804.693.326,23
<b>Desembolsos acumulativos</b>	\$ -	-\$ 1.248.000	-\$ 1.258.000	-\$ 276.013.232	-\$ 583.515.697,00	-\$ 478.606.674
<b>Total de flujo de caja acumulada</b>	-\$ 8.104.000	-6.752.000	12.000.000	\$ 43.166.768	\$ 182.880.303,00	\$ 213.073.630

## 7.9 Fuente de ingresos

La empresa tendrá dos fuentes de ingresos contribuciones del usuario y micro transacciones, la razón de los ingresos por contribuciones del usuario es la posibilidad de ofrecer el videojuego gratuitamente e ir convirtiéndolo en un juego como servicio para poder sacarle rentabilidad por mayor tiempo.

En los primeros 2 años el videojuego espera que los jugadores aumenten, estimamos que el 10% de los jugadores contribuirán económicamente al juego con unas donaciones de 20.000 pesos colombianos, esto será la principal fuente de ingresos y esperamos recaudar una cantidad de 30.820.000 pesos colombianos, con estos ingresos se buscara mejorar las falencias mas grandes de nuestro videojuego como son la música y el diseño gráfico.

En los siguientes 3 años comenzaremos a convertir el juego a un modelo de servicio donde incorporaremos las micro transacciones, se venderán por medio de cosméticos y tienda interna del videojuego, estimamos que al menos el 32% de los jugadores adquieran micro transacciones de un precio de 20.000 pesos la unidad y constituirá la totalidad de los ingresos, esperamos una recaudación aproximada de 1.283.300.000 pesos colombianos.

*Tabla de proyección a 5 años*

Periodos	Flujo	TIR	
0	-\$ 8.104.000,00	VPN	\$ 161.172.949,10
1	-\$ 6.752.000,00	Tasa de descuento	20%
2	\$ 12.000.000,00		
3	\$ 43.166.768,00		
4	\$ 182.880.303		
5	\$ 213.073.629,67		

## 8 Conclusiones

Potencial de mercado: Existe un mercado interesado en juegos de aventura y exploración con elementos de rol y fantasía. Los jugadores buscan experiencias emocionantes y desafiantes que les permitan sumergirse en un mundo ficticio.

Innovación y calidad: Shusseki Games tiene como objetivo ofrecer juegos innovadores y de alta calidad en términos de gráficos, sonido y jugabilidad. Esto es fundamental para satisfacer las expectativas de los jugadores y diferenciarse de la competencia en el mercado.

Modelo de monetización: La empresa ha propuesto un modelo de contribución y micro transacciones para financiar el desarrollo del juego y ofrecer a los jugadores la opción de contribuir económicamente para obtener una experiencia completa. Esto puede ser atractivo para los jugadores, ya que permite una inversión inicial baja y ofrece la posibilidad de ampliar la experiencia del juego a través de nuevas metas.

Metodología de trabajo: Shusseki Games ha adoptado una metodología de trabajo casada, que les permite tener un plan bien definido y secuencial para el desarrollo del juego. Esto facilita la planificación y evita retrasos en el proyecto.

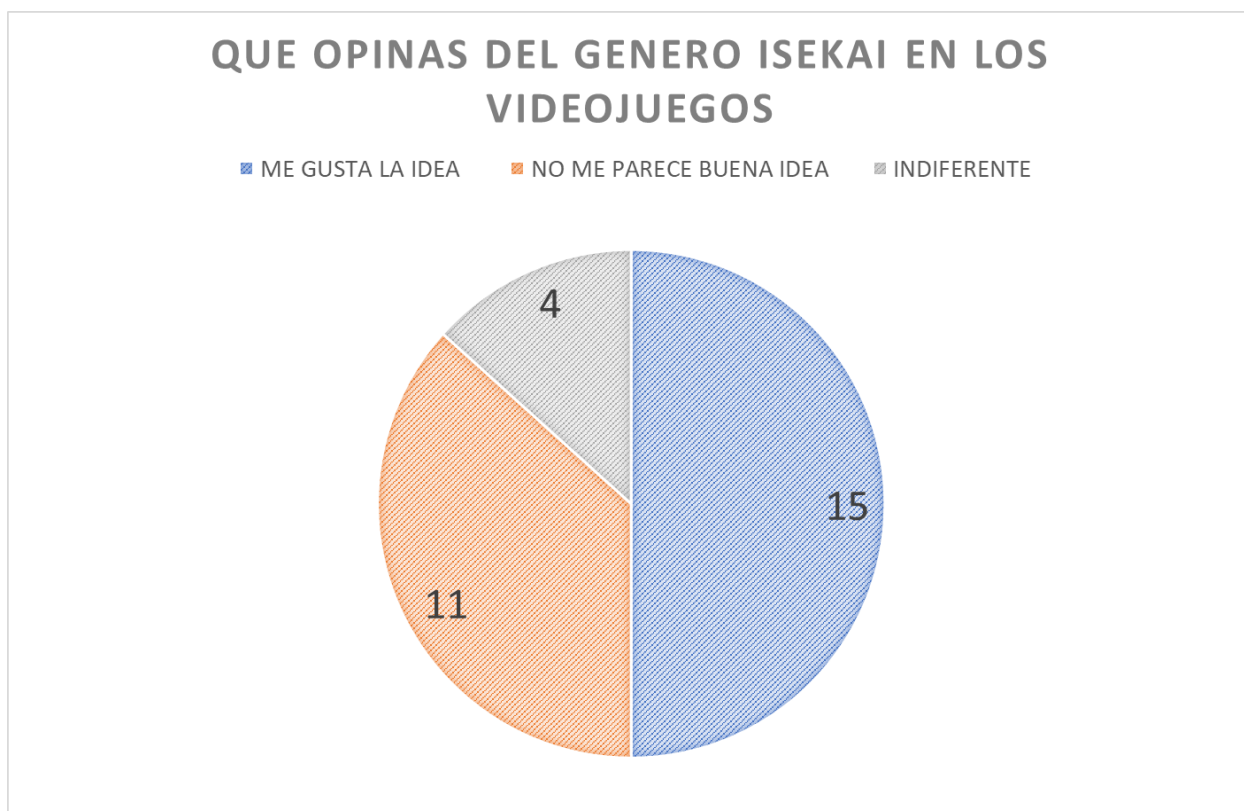
Enfoque en el género isekai: La empresa tiene como objetivo llevar el género de isekai al mundo de los videojuegos. Esto demuestra su interés en explorar nuevas temáticas y captar la atención de los jugadores que disfrutan de historias de resurrección en otro mundo.

En general, Shusseki Games muestra fortalezas en términos de habilidades técnicas y conocimientos relacionados con el desarrollo de videojuegos. Sin embargo, también se reconocen limitaciones en áreas como la publicidad y el marketing, lo que puede representar un desafío para lograr una difusión amplia y exitosa del juego. Para alcanzar el éxito, será crucial realizar una adecuada estrategia de promoción y establecer conexiones con la comunidad de jugadores interesados en este género específico.

## Referencias

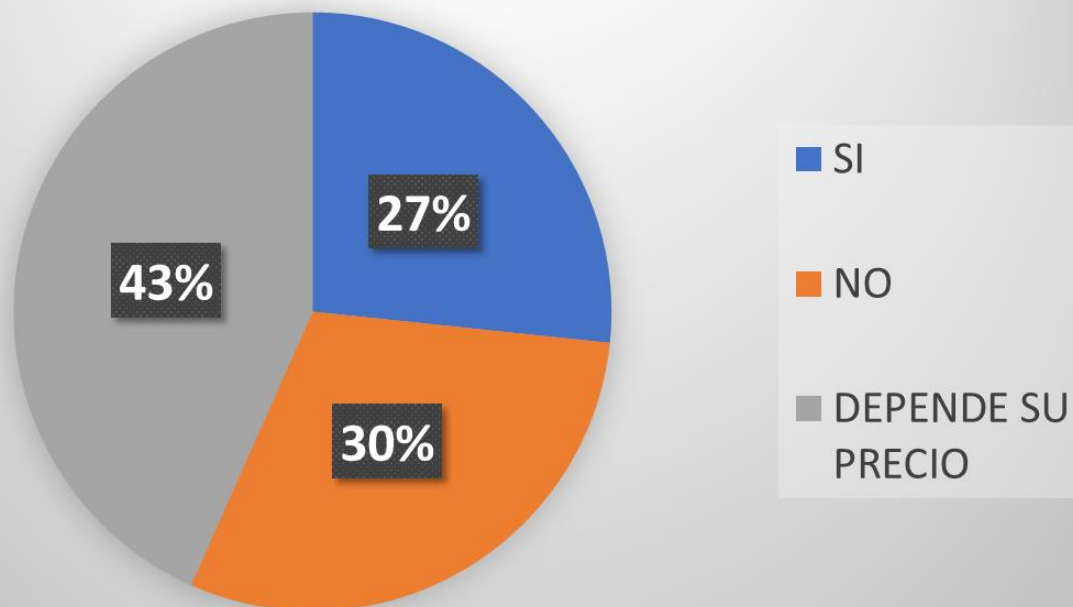
- BaityBait. (4 de 10 de 2022). *Youtube*. Obtenido de Youtube: [https://www.youtube.com/watch?v=Ymb8z2q\\_cVU](https://www.youtube.com/watch?v=Ymb8z2q_cVU)
- BaityBait. (30 de 8 de 2022). *Youtube*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=-764pHf5llk>
- elespañol. (26 de 7 de 2019). *elespañol*. Obtenido de elespañol: [https://www.elespanol.com/invertia/disruptores-innovadores/innovadores/20190726/industria-espanola-videojuego-problemas-financiacion/416709860\\_0.html](https://www.elespanol.com/invertia/disruptores-innovadores/innovadores/20190726/industria-espanola-videojuego-problemas-financiacion/416709860_0.html)
- Herreros, R. D. (24 de 7 de 2022). *Vandal*. Obtenido de Vandal: <https://vandal.elespanol.com/reportaje/como-las-microtransacciones-han-cambiado-la-industria-de-los-videojuegos>
- Merluso. (28 de 5 de 2022). *Youtube*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=vvg8r1R4f18>
- MZK, R. (13 de febrero de 2023). *Muzikalia*. Obtenido de Muzikalia: <https://muzikalia.com/la-influencia-de-la-musica-en-la-experiencia-de-los-videojuegos/>
- Ros, I. (15 de 10 de 2017). *muycomputer*. Obtenido de muycomputer: <https://www.muycomputer.com/2017/10/15/microtransacciones-videojuegos-ingresos/>
- Varela, R. (17 de 8 de 2020). *Vandal*. Obtenido de Vandal: <https://vandal.elespanol.com/laopiniondeljugon/el-realismo-en-los-juegos-siempre-es-positivo>

## Anexos



QUE OPINAS DEL GENERO ISEKAI EN LOS VIDEOJUEGOS	P30
ME GUSTA LA IDEA	15
NO ME PARECE BUENA IDEA	11
INDIFERENTE	4

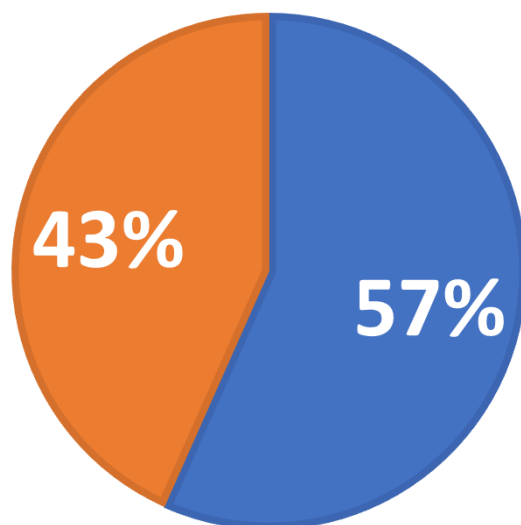
## COMPRAS MICROTRANSACCIONES EN LOS VIDEOJUEGOS



COMPRAS MICROTRANSACCIONES EN LOS VIDEOJUEGOS	P30
SI	8
NO	9
DEPENDE SU PRECIO	13

## DONARIAS PARA APOYAR UN PROYECTO

■ SI ■ NO

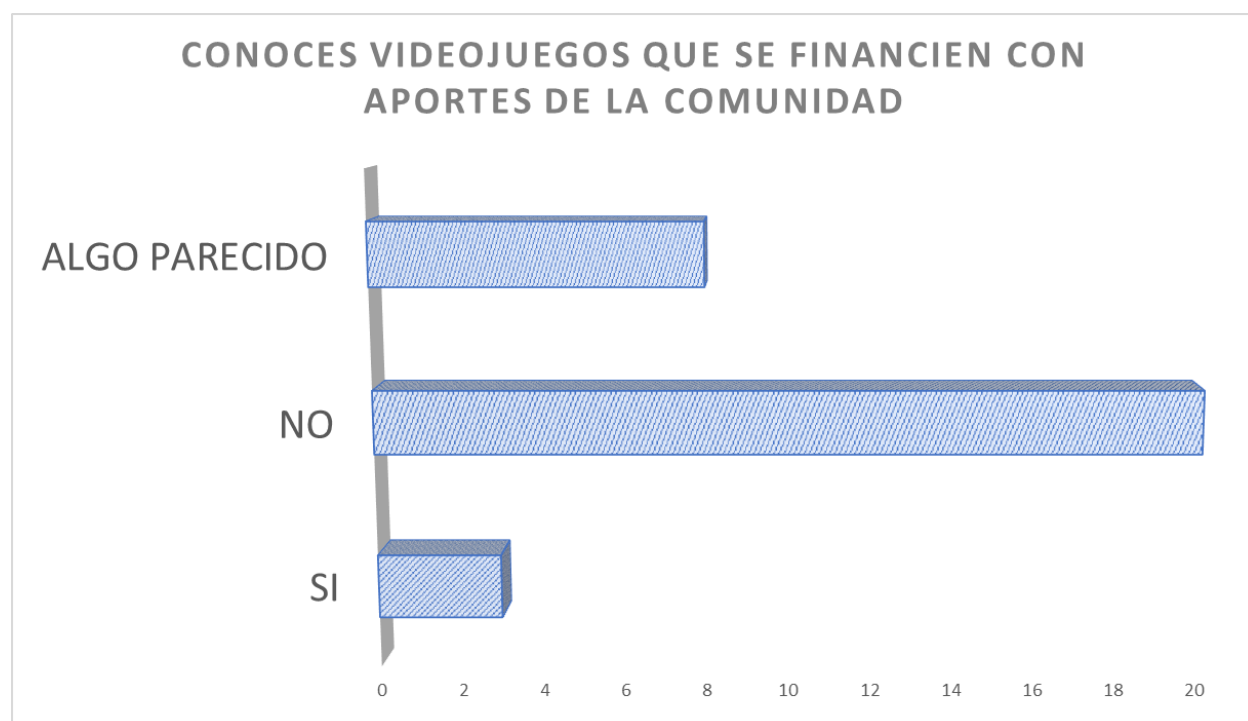


DONARIAS PARA APOYAR UN PROYECTO		P30
SI		17
NO		13

## QUE GENEROS PREFIEREN EN UN VIDEOJUEGOS



QUE GENEROS PREFEREN EN UN VIDEOJUEGO	P30
FANTASIA	2
ROL	1
ADMINISTRACION	3
ACCION	5
AVENTURA	5
EXPLORACION	10
OTROS	4



CONOCES VIDEOJUEGOS QUE SE FINANCIEN CON APORTES DE LA COMUNIDAD	P30
SI	3
NO	20
ALGO PARECIDO	8



Flujo de caja	Diciembre / periodo 0	Año 1											
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Ingresos													
Usuarios	0	10	20	35	50	55	60	100	130	200	170	220	250
Micro-Transacciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Contribuciones de los usuarios	\$ -	\$ 20,000,00	\$ 40,000,00	\$ 70,000,00	\$ 100,000,00	\$ 110,000,00	\$ 120,000,00	\$ 200,000,00	\$ 260,000,00	\$ 400,000,00	\$ 340,000,00	\$ 440,000,00	\$ 500,000,00
Total ingreso	\$ -	\$ 20,000,00	\$ 40,000,00	\$ 70,000,00	\$ 100,000,00	\$ 110,000,00	\$ 120,000,00	\$ 200,000,00	\$ 260,000,00	\$ 400,000,00	\$ 340,000,00	\$ 440,000,00	\$ 500,000,00
Ingresos acumulativos	\$ -	\$ 20,000	\$ 60,000	\$ 130,000	\$ 230,000	\$ 340,000	\$ 460,000	\$ 660,000	\$ 920,000	\$ 1,320,000	\$ 1,660,000	\$ 2,100,000	\$ 2,600,000
Total egreso-deseMBOLSOS													
Nómina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria	-\$ 8,000,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Oficinas	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000
Unity Pro 3D	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Internet	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000
Epic	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Publicidad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total desembolso	-\$ 8,104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000	-\$ 104,000
Flujo total de caja	-\$ 8,104,000	-\$ 84,000	-\$ 64,000	-\$ 34,000	4,000	6,000	16,000	96,000	156,000	296,000	236,000	336,000	396,000
DeseMBOLSOS acumulativos	0	104,000	208,000	312,000	416,000	520,000	624,000	728,000	832,000	936,000	1,040,000	1,144,000	1,248,000
Total de flujo de caja acumulada	-\$ 8,104,000	-\$ 8,188,000	-\$ 8,252,000	-\$ 8,286,000	-\$ 8,290,000	-\$ 8,284,000	-\$ 8,268,000	-\$ 8,172,000	-\$ 8,016,000	-\$ 7,720,000	-\$ 7,484,000	-\$ 7,148,000	-\$ 6,752,000

Flujo de caja	enero	Año 2											
		febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Ingresos													
Usuarios	400	450	500	700	750	900	1000	1080	1120	1210	2000	4000	
Micro-Transacciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Contribuciones de los usuarios	\$ 800,000,00	\$ 900,000,00	\$ 1,000,000,00	\$ 1,400,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,800,000,00	\$ 2,000,000,00	\$ 2,160,000,00	\$ 2,240,000,00	\$ 2,420,000,00	\$ 4,000,000,00	\$ 8,000,000,00	
Total ingreso	\$ 800,000,00	\$ 900,000,00	\$ 1,000,000,00	\$ 1,400,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,800,000,00	\$ 2,000,000,00	\$ 2,160,000,00	\$ 2,240,000,00	\$ 2,420,000,00	\$ 4,000,000,00	\$ 8,000,000,00	
Ingresos acumulativos	\$ 3,400,000	\$ 4,300,000	\$ 5,300,000	\$ 6,700,000	\$ 8,200,000	\$ 10,000,000	\$ 12,000,000	\$ 14,160,000	\$ 16,400,000	\$ 18,820,000	\$ 22,820,000	\$ 30,820,000	
Total egreso-deseMBOLSOS									Musico	Artista			
Nómina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	1,500,000,00	1,500,000,00	1,500,000,00	1,800,000,00	
Maquinaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Oficinas	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	\$ 0,000	
Unity Pro 3D	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Internet	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	
Epic	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Publicidad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Total desembolso	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 1,614,000	-\$ 1,614,000	-\$ 1,614,000	-\$ 1,914,000	
Flujo total de caja	\$ 686,000	\$ 786,000	\$ 886,000	\$ 1,286,000	\$ 1,386,000	\$ 1,686,000	\$ 1,886,000	\$ 546,000	\$ 636,000	\$ 806,000	\$ 2,086,000	\$ 6,086,000	
DeseMBOLSOS acumulativos	-\$ 1,362,000	-\$ 1,476,000	-\$ 1,590,000	-\$ 1,704,000	-\$ 1,818,000	-\$ 1,932,000	-\$ 2,046,000	-\$ 3,660,000	-\$ 5,274,000	-\$ 6,888,000	-\$ 8,802,000	-\$ 10,716,000	
Total de flujo de caja acumulada	-\$ 6,066,000	-\$ 5,280,000	-\$ 4,394,000	-\$ 3,108,000	-\$ 1,722,000	36,000	1,850,000	2,396,000	3,022,000	3,828,000	5,914,000	12,000,000	

Flujo de caja	enero	Año 3											
		febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Ingresos													
Usuarios	6000	7000	10000	8000	8200	9000	10000	8500	7500	8000	13000	8500	
Micro-Transacciones	\$ 38,400,000,00	\$ 16,000,000,00	\$ 19,200,000,00	\$ 12,800,000,00	\$ 16,000,000,00	\$ 7,680,000,00	\$ 64,000,000,00	\$ 12,800,000,00	\$ 16,000,000,00	\$ 12,800,000,00	\$ 83,200,000,00	\$ 12,800,000,00	
Contribuciones de los usuarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Total ingreso	\$ 38,400,000,00	\$ 16,000,000,00	\$ 19,200,000,00	\$ 12,800,000,00	\$ 16,000,000,00	\$ 7,680,000,00	\$ 64,000,000,00	\$ 12,800,000,00	\$ 16,000,000,00	\$ 12,800,000,00	\$ 83,200,000,00	\$ 12,800,000,00	
Ingresos acumulativos	\$ 69,220,000	\$ 85,220,000	\$ 104,420,000	\$ 117,220,000	\$ 133,220,000	\$ 140,900,000	\$ 204,900,000	\$ 217,700,000	\$ 233,700,000	\$ 246,500,000	\$ 329,700,000	\$ 342,500,000	
Total egreso-deseMBOLSOS									Artista	Programadores 2, Musico 1, Artista 1			
Nómina	-\$ 1,800,000,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	-\$ 13,545,732,00	
Maquinaria	\$ -	\$ 24,000,000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Oficinas	\$ 0,000	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	-\$ 4,000,000,00	
Unity Pro 3D	-\$ 18,440,580	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Internet	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	-\$ 114,000	
Epic	-\$ 4,608,000,00	-\$ 1,920,000,00	-\$ 2,304,000,00	-\$ 1,536,000,00	-\$ 1,920,000,00	-\$ 921,600,00	-\$ 7,680,000,00	-\$ 1,536,000,00	-\$ 1,920,000,00	-\$ 1,536,000,00	-\$ 9,984,000,00	-\$ 1,536,000,00	
Publicidad	\$ -	\$ -	-\$ 1,500,000	\$ -	\$ -	\$ -	-\$ 1,500,000	\$ -	\$ -	\$ -	-\$ 1,500,000	\$ -	
Total desembolso	-\$ 24,962,580	-\$ 43,579,732	-\$ 21,463,732	-\$ 19,195,732	-\$ 19,579,732	-\$ 18,581,332	-\$ 26,839,732	-\$ 19,195,732	-\$ 19,579,732	-\$ 19,195,732	-\$ 29,143,732	-\$ 19,195,732	
Flujo total de caja	\$ 13,437,420	-\$ 27,579,732	-\$ 2,263,732	-\$ 6,395,732	-\$ 3,579,732	-\$ 10,901,332	-\$ 37,160,268	-\$ 6,395,732	-\$ 3,579,732	-\$ 6,395,732	-\$ 54,056,268	-\$ 6,395,732	
DeseMBOLSOS acumulativos	-\$ 35,678,580	-\$ 79,258,312	-\$ 100,722,044	-\$ 119,917,776	-\$ 139,497,508	-\$ 158,078,840	-\$ 184,918,572	-\$ 204,114,304	-\$ 223,694,036	-\$ 242,889,768	-\$ 272,033,500	-\$ 291,229,232	
Total de flujo de caja acumulada	-\$ 25,437,420	-\$ 2,142,312	-\$ 4,406,044	-\$ 10,801,776	-\$ 14,381,508	-\$ 25,282,840	-\$ 11,877,428	-\$ 5,481,696	-\$ 1,901,964	-\$ 4,493,768	-\$ 49,562,500	-\$ 43,166,768	

Flujo de caja	Año 5											
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Ingresos	3500	4000	3000		4000	5500	6000		6000	5500	5000	
Usuarios	14000	12000	10000		12000	11000	10000		10000	12000	13000	15000
Micro-Transacciones	\$ 22.400.000,00	\$ 25.600.000,00	\$ 19.200.000,00	\$ 76.800.000,00	\$ 25.600.000,00	\$ 35.200.000,00	\$ 38.400.000,00	\$ 64.000.000,00	\$ 38.400.000,00	\$ 35.200.000,00	\$ 32.000.000,00	\$ 96.000.000,00
Contribuciones de los usuarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total ingreso	\$ 22.400.000,00	\$ 25.600.000,00	\$ 19.200.000,00	\$ 76.800.000,00	\$ 25.600.000,00	\$ 35.200.000,00	\$ 38.400.000,00	\$ 64.000.000,00	\$ 38.400.000,00	\$ 35.200.000,00	\$ 32.000.000,00	\$ 96.000.000,00
Ingresos acumulativos	\$ 796.900.000	\$ 822.500.000	\$ 841.700.000	\$ 918.500.000	\$ 944.100.000	\$ 979.300.000	\$ 1.017.700.000	\$ 1.081.700.000	\$ 1.120.100.000	\$ 1.155.300.000	\$ 1.187.300.000	\$ 1.283.300.000
Total egreso-desembolsos												
Nómina	-\$ 16.093.684,19	-\$ 17.542.115,77	-\$ 19.120.906,19	-\$ 20.841.787,74	-\$ 22.717.548,64	-\$ 24.762.128,02	-\$ 26.990.719,54	-\$ 29.419.884,30	-\$ 32.067.673,88	-\$ 34.953.764,53	-\$ 38.099.603,34	-\$ 41.528.567,64
Maquinaria	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -
Oficinas	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00	-\$ 6.500.000,00
Unity Pro 3D	-\$ 9.220.290	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ -
Internet	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000	-\$ 141.000
Epic	-\$ 2.688.000	-\$ 3.072.000	-\$ 2.304.000	-\$ 9.216.000	-\$ 3.072.000	-\$ 4.224.000	-\$ 4.608.000	-\$ 7.680.000	-\$ 4.608.000	-\$ 4.224.000	-\$ 3.840.000	-\$ 11.520.000
Publicidad	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ 1.500.000	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ 1.500.000	-\$ -	-\$ -	-\$ -	-\$ 1.500.000
Total desembolso	-\$ 34.642.974	-\$ 27.255.116	-\$ 28.065.906	-\$ 38.198.788	-\$ 32.430.549	-\$ 35.627.128	-\$ 38.239.720	-\$ 45.240.884	-\$ 43.316.674	-\$ 45.818.765	-\$ 48.580.603	-\$ 61.189.568
Flujo total de caja	-\$ 12.242.974	-\$ 1.655.116	-\$ 8.865.906	-\$ 38.601.212	-\$ 6.830.549	-\$ 427.128	-\$ 160.280	-\$ 18.759.116	-\$ 4.916.674	-\$ 10.618.765	-\$ 16.580.603	-\$ 34.810.432
Desembolsos acumulativos	-\$ 618.158.671	-\$ 645.413.787	-\$ 673.479.693	-\$ 711.678.480	-\$ 744.109.029	-\$ 779.736.157	-\$ 817.975.877	-\$ 863.216.761	-\$ 906.533.435	-\$ 952.352.199	-\$ 1.000.932.803	-\$ 1.062.122.370
Total de flujo de caja acumulada	-\$ 170.637.329	-\$ 168.982.213	-\$ 160.116.307	-\$ 198.717.520	-\$ 191.886.971	-\$ 191.459.843	-\$ 191.620.123	-\$ 210.379.239	-\$ 205.462.565	-\$ 194.843.801	-\$ 178.263.197	-\$ 213.073.630

Flujo de caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos acumulativos	\$ 2.600.000	\$ 30.820.000	\$ 342.500.000	\$ 774.500.000		\$ 1.283.300.000
Total egreso-desembolsos						
Total desembolso	-\$ 104.000	-\$ 1.914.000	-\$ 19.195.732	-\$ 31.913.848	\$ 64.086.152	-\$ 61.189.568
Flujo total de caja	\$ 396.000	\$ 6.086.000	-\$ 6.395.732	\$ 64.086.152		\$ 34.810.432
Desembolsos acumulativos	-\$ 1.248.000	-\$ 10.716.000	-\$ 291.229.232	-\$ 583.515.697	\$ 182.880.303	-\$ 1.062.122.370
Total de flujo de caja acumulada	-\$ 6.752.000	\$ 12.000.000	\$ 43.166.768	\$ 182.880.303		\$ 213.073.630

Periodos	Flujo	TIR	155%
0	-\$ 8.104.000,00	VPN	\$ 161.172.949,10
1	-\$ 6.752.000,00	Tasa de descuento	20%
2	\$ 12.000.000,00		
3	\$ 43.166.768,00		
4	\$ 182.880.303		
5	\$ 213.073.629,67		

Pago Mensual bajo-alto	Salario medio	Link de la fuente del precio	Pago Mensual bajo-alto	Salario medio	Link de la fuente del precio
1'225,000-1'835,001	\$ 2.128.000	<a href="https://www.talent.com">Salario para Animador 3D en Colombia - Salario Medio (talent.com)</a>	2'000,000-5'500,000	3'000,000	<a href="https://www.eempleo.com">Ofertas de Empleo Animador-3d Mayo 2023 - eempleo.com</a>
1'200,000-2'500,001	\$ 2.432.000	<a href="https://www.talent.com">Salario para Diseñador 3d en Colombia - Salario Medio (talent.com)</a>	1'500,000-10'000,000	3'000,000	<a href="https://www.eempleo.com">Ofertas de Empleo Diseñador-3d Mayo 2023 - eempleo.com</a>
1'400,000-3,250,000	\$ 3.534.000	<a href="https://www.talent.com">Salario para Musico en Colombia - Salario Medio (talent.com)</a>	1'500,000-4'500,000	2'000,000	<a href="https://www.eempleo.com">Ofertas de Empleo Musico Mayo 2023 - eempleo.com</a>
1'300,000-1'710,000	\$ 2.280.000	<a href="https://www.talent.com">Salario para Escritor en Colombia - Salario Medio (talent.com)</a>	1'000,000-2'500,000	1'500,000	<a href="https://www.eempleo.com">Ofertas de Empleo Escritor Mayo 2023 - eempleo.com</a>
1'815,000-5'116,500	\$ 4.180.000	<a href="https://www.talent.com">Salario para Tester en Colombia - Salario Medio (talent.com)</a>	1'500,000-4'500,000	1'500,000	<a href="https://www.eempleo.com">Ofertas de Empleo Tester Mayo 2023 - eempleo.com</a>
1'500,000-1'950,000	\$ 2.736.000	<a href="https://www.talent.com">Salario para Diseñador De Nivel en Colombia - Salario Medio (talent.com)</a>	1'500,000-10'000,000	3'000,000	<a href="https://www.eempleo.com">Ofertas de Empleo Diseñador-de-audiovisuales Mayo 2023 - eempleo.com</a>
1'500,000-4'500,000	\$ 3.789.866	<a href="https://www.talent.com">Salario para Programador en Colombia - Salario Medio (talent.com)</a>	1'500,000-4'500,000	2'000,000	<a href="https://www.eempleo.com">Ofertas de Empleo Programadores-de-videojuegos Mayo 2023 - eempleo.com</a>
2'635,250-5'000,000	\$ 5.852.000	<a href="https://www.talent.com">Salario para Diseñador Ui en Colombia - Salario Medio (talent.com)</a>	1'500,000-6'600,000	3'000,000	<a href="https://www.eempleo.com">Ofertas de Empleo Diseñador-creativo Mayo 2023 - eempleo.com</a>

Juegos	Crecimiento Promedio
Albion	107%
Rinworld	481%
Mount And blade	5%

