

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



TeepeeKids

Trabajo de grado

Laura Gabriela Campos Sierra

Laura Andrea Rivera Ávila

Bogotá D.C

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Teepeekids

Trabajo de grado

Laura Gabriela Campos Sierra

Laura Andrea Rivera Ávila

Centro de emprendimiento | UR Emprende

Administración de Empresas

Bogotá D.C

2023

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaramos bajo la gravedad del juramento, que hemos escrito el documento titulado “Teepeekids”, en opción de grado en emprendimiento II y que por lo tanto, su contenido es original.

Declaramos que hemos indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.



Laura Gabriela Campos Sierra




Laura Andrea Rivera Ávila

Declaración de originalidad y autonomía

Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de las autoras. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.



Laura Gabriela Campos Sierra



Laura Andrea Rivera Ávila

Tabla de Contenido

Resumen	10
<i>Palabras claves</i>	11
Abstract	12
<i>Keywords:</i>	12
1. Exploración y desarrollo de ideas	13
1.1. Origen de la idea.....	13
1.2. Problema	14
1.3. Descripción del problema	15
1.4. Validación del problema y usuario con hipótesis y hallazgos	17
1.5. Buyer Persona	19
1.6. Mapa de competidores.....	21
1.7. Descripción de la idea.....	23
2. Propuesta de valor.....	25
2.1. Segmento del cliente.....	25
2.1.1. Psicográfico.....	25
2.1.2. Demográfica.....	25
2.1.3. Geográfica.....	25
2.2. Clientes ideales.....	26
2.3. Alternativas de solución y criterios de selección	27
2.4. Características de producto o servicio (Lienzo propuesta de valor)	28
2.4.1. Segmento clientes.....	28
2.4.2. Propuesta de valor	29
2.5. Diferencial y ventaja competitiva (Curva de valor)	30
2.5.1. Modelo Montessori:	30
2.5.2. Teepeekids.....	31
2.5.3. Hechos por manos colombianas	31
2.6. Relevancia en el contexto	32
2.7. Definición de propuesta de valor	33
3. Prototipo	34
3.1 Descripción de prototipo.....	34
3.2. Descripción de portafolio inicial de productos o servicios.....	36
3.2.1. Producto.....	36
3.2.2. Plaza	36

3.2.3. Precios	36
3.2.4. Promoción	37
3.3. Nivel de desarrollo y funcionalidad	38
3.4. Método, lógica de ensamblaje y producción del prototipo	40
3.4.1. Materiales:	40
3.4.2. Proceso de elaboración:.....	40
3.4.3. Proceso de Empaque:	41
3.4.4. Proceso de compra.	41
3.4.5. Proceso de envío:	41
3.5. Resultados obtenidos en pruebas del prototipo (hallazgos y conclusiones).....	42
3.5.1. Formulación de hipótesis:	42
3.5.2 Nuestros principales compradores:	43
3.5.3. Conclusiones sobre las hipótesis	44
3.5.4. Elementos que funcionaron	49
3.5.5. Elementos que no funcionaron.....	50
4. Finanzas.....	52
4.1. Margen de contribución por producto o servicios.....	52
4.1.1. Productos	52
4.1.2. Costos variables Unitarios.	52
4.1.3. Costos fijos.....	53
4.1.4. Gastos fijos.....	53
4.2. Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto.....	55
5. Modelo de negocio.....	57
5.1. Modelo de negocio económico	57
5.2. Stakeholder map	58
5.3. Análisis PESTLE.....	60
5.3.1. Factores Políticos	60
5.3.2. Factores Económicos.....	61
5.3.3. Factores Sociales. L	62
5.3.4. Factores Tecnológicos.....	62
5.3.5. Factores Ambientales.	62
5.3.6. Factores Legales	63
5.4. Modelo de negocio sostenible	63
5.5. Definición de un plan de acción sostenible	64

6. Conclusiones.....	67
7. Referencias Bibliográfica	69

Lista de tablas

Tabla 1 Origen de la idea.....	14
Tabla 2 Alternativas de solución y criterios de selección	27
Tabla 3 Compradores	43
Tabla 4 Costos variables unitarios	53
Tabla 5 Costos fijos por mes.....	53
Tabla 6 Gastos fijos por mes.....	54
Tabla 7 Margen de contribución Teepee 1 metro de base cuadrada unicolor	54
Tabla 8 Margen de contribución Teepee 1 metro de base cuadrada Diseño	54
Tabla 9 Margen de contribución Teepee 1.2 metro de base cuadrado	54
Tabla 10 Margen de contribución Teepee 1.2 metro de base cuadrada Diseño	55
Tabla 11 Margen de contribución Teepee 1.4 metro de base cuadrada	55
Tabla 12 Margen de contribución Teepee 1.4 metro de base cuadrada Diseño	55
Tabla 13 Punto de equilibrio del producto en pesos y unidades.....	56

Lista de Figuras

Figura 1. Mapa de dolor	16
Figura 2 Descripción de la idea	16
Figura 3 Tarjeta de validación	18
Figura 4. Personalidad del cliente	20
Figura 5 Tarjeta Buyer	20
Figura 6 Posición competitiva	22
Figura 7 Mapa de competidores.....	23
Figura 8 Descripción de la idea	24
Figura 9 Lienzo de propuesta de valor	30
Figura 10 Posición competitiva	32
Figura 11 Prototipo Propuesto	35
Figura 12 Estructuración del Prototipo de Negocio	35
Figura 13 Diseño de propuesta de valor sistema	38
Figura 14 Diseño de propuesta de valor sistema	39
Figura 15 Requerimientos de la propuesta de valor.....	42
Figura 16 Hipótesis prototipado	48
Figura 17 Prueba prototipado	49
Figura 18 Business Model Canvas.....	58
Figura 19 Stakeholder Map	59
Figura 20 Análisis PESTLE	60
Figura 21 Canvas de sostenibilidad	64
Figura 22 Plan de acción sostenible	65

Glosario

Buyer Persona: es un personaje ficticio que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre muchas otras), con perfil psicológico, calidades y comportamientos similares. Cabe aclarar que para un mismo producto o servicio, una empresa puede crear diferentes perfiles de Buyer Personas.

Lienzo de propuesta de valor (Value Proposition Canvas) es una herramienta visual que ayuda a posicionar el producto o servicio de la empresa alrededor de las necesidades de los clientes. Su objetivo es identificar cómo un negocio proporciona valor dentro del mercado.

Mapa de competidores: es una técnica de análisis de marketing que nos permite presentar, de forma gráfica, la forma de competir de las distintas marcas respecto al público objetivo y los atributos que son importantes para el comprador final o el usuario.

Prototipo: primer modelo de un producto o servicio que tiene como objetivo el comprobar; o bien, lanzar al mercado algo totalmente novedoso o porque se trata una versión mejorada de lo ya que había.

Tipi (también *tepee* y *teepee*) para niños: es un “lugar para vivir”, una vivienda móvil tradicional usada por los indios Sioux. Al ser nómadas, este tipo de “tienda de campaña” es fácil de montar y de plegar, para poder cambiar de ubicación con facilidad. Para ellos esto era muy importante, y ahora en su versión infantil, permite a los niños llevarlo también de un lugar a otro, desde un jardín hasta su dormitorio o el salón de casa.

Resumen

Teepeekids, surge gracias a un intercambio cultural que realizamos en la ciudad de Boulder - Colorado en Estados Unidos, donde tuvimos la oportunidad de convivir con estadounidenses por un periodo de 6 meses. Durante este tiempo, trabajamos como au pairs cuidando a dos niñas de 4 y 5 años. Fue una increíble experiencia, donde tuvimos en el transcurso de estos meses, vimos las necesidades de muchas mamás y el cuidado de sus hijos, pues al estar trabajando todo el tiempo y no tener la posibilidad de que nadie esté pendiente de ellos, muchas veces se encuentran en peligro o pasan muchas horas en los aparatos electrónicos, provocando así déficit de atención, problemas de aprendizaje: al ser un gran distractora la hora de estudiar, incremento de rabietas: sobre todo en los más pequeños, producto de la sobreestimulación y en algunas ocasiones a causa del contenido de los videos que ven, sedentarismo: Pasar horas frente a la computadora o sentado jugando en el celular o la Tablet unido a una mala alimentación y poco ejercicio, puede provocar una obesidad infantil que podría traer otras enfermedades a temprana edad, adicción, ya que la utilización de estos equipos, introducen al niño en un círculo de recompensa a través de la producción de la dopamina, conocida como la hormona de la felicidad. De este modo, queremos ayudar a estas mamás y a sus hijos a facilitar su vida. Principalmente de estratos 4 en adelante, donde su poder adquisitivo es más alto, puesto que nuestros productos son de alta calidad y de larga durabilidad. A su vez, queremos brindarles a los niños un lugar donde puedan explotar su imaginación, creatividad y aprendizaje al 100% y también dar a las madres la certeza que van a estar seguros.

Palabras claves: Teepee, creatividad, aprendizaje, diversión, tiempo libre,

Abstract

Teepeekids arise thanks to a cultural exchange that we made in the city of Boulder - Colorado in the United States, where we had the opportunity to live with Americans for a period of 6 months. During this time, we worked as au pairs taking care of two girls of 4 and 5 years old. It was an incredible experience, where we had in the course of these months, we saw the needs of many moms and the care of their children, because being working all the time and not having the possibility that no one is aware of them, many times they are in danger or spend many hours on electronic devices, thus causing attention deficit, learning problems: being a great distraction at study time, increase of tantrums: especially in the youngest, due to overstimulation and sometimes because of the content of the videos they watch, sedentary lifestyle: Spending hours in front of the computer or sitting playing on the cell phone or Tablet together with a poor diet and little exercise, can cause childhood obesity that could bring other diseases at an early age, addiction, since the use of these devices, introduce the child in a circle of reward through the production of dopamine, known as the hormone of happiness. In this way, we want to help these moms and their children to make their lives easier. From strata four and up, where their purchasing power is higher since our products are of high quality and long lasting. At the same time, we want to give children a place where they can exploit their imagination, creativity and learning to 100% and give mothers the certainty that they will be safe.

Keywords: Teepee, creativity, learning, fun, free time

1. Exploración y desarrollo de ideas

1.1. Origen de la idea

Teepeekids, surge gracias a un intercambio cultural que realizamos en la ciudad de Boulder - Colorado en Estados Unidos, donde tuvimos la oportunidad de convivir con estadounidenses por un periodo de 6 meses. Durante este tiempo, trabajamos como au pairs cuidando a dos niñas de 4 y 5 años. Fue una increíble experiencia, donde tuvimos en el transcurso de estos meses, vimos las necesidades de muchas mamás y el cuidado de sus hijos, pues al estar trabajando todo el tiempo y no tener la posibilidad de que nadie esté pendiente de ellos, muchas veces se encuentran en peligro o pasan muchas horas en los aparatos electrónicos.

Entre los posibles efectos se encuentran el déficit de atención, problemas de aprendizaje: al ser un gran distractora la hora de estudiar, incremento de rabietas (sobre todo en los más pequeños, producto de la sobreestimulación y en algunas ocasiones a causa del contenido de los videos que ven), sedentarismo (pasar horas frente a la computadora o sentado jugando en el celular o la Tablet) unido a una mala alimentación y poco ejercicio, puede provocar una obesidad infantil que podría traer otras enfermedades a temprana edad, adicción, ya que la utilización de estos equipos, introducen al niño en un círculo de recompensa a través de la producción de la dopamina, conocida como la hormona de la felicidad.

El problema es que en edad temprana, no existen herramientas como la templanza, lo cual crea una fascinación que se transforma en adicción, disminución de habilidades para interactuar, limitando su capacidad de establecer nuevas relaciones e interacciones con otros niños, de misma forma su interacción física también se verá reducida, trastornos del sueño,

causa de la glándula pineal, que produce la melatonina en la noche y en la oscuridad, es muy sensible a las variaciones de luz, y la emitida por esos equipos electrónicos hace que se reduzca o se paralice la emisión de la hormona del sueño.

De este modo, queremos ayudar a estas mamás y a sus hijos a facilitar su vida. Principalmente de estratos 4 en adelante, donde su poder adquisitivo es más alto, puesto que nuestros productos son de alta calidad y de larga durabilidad. A su vez, queremos brindarles a los niños un lugar donde puedan explotar su imaginación, creatividad y aprendizaje al 100% y también dar a las madres la certeza que van a estar seguros.

Tabla 1

Origen de la idea

Cualidades / Talentos	Propósito
Amamos a los niños y nos encanta su capacidad de imaginación y como ven el mundo. Nos gustan las ventas y que las personas se sientan satisfechas con lo que comprenden. Somos creativas y todo el tiempo tratamos de crear cosas nuevas.	Ayudar a madres que trabajan desde casa y no tienen la posibilidad de estar pendientes todo el tiempo de sus hijos. A su vez, ayudar al aprendizaje y desarrollo de los niños en sus etapas de desarrollo cognitivo.
Tendencias	Mercado exterior
Existen diferentes modelos de tepees y varían según cada empresa. Por lo general, son diseños con colores muy sutiles y tonos claros.	Existen en todo el mundo, pero sus diseños y material varían.

Fuente: Elaboración propia.

1.2. Problema

Las madres presentan estrés al saber que sus hijos se la pasan todo el tiempo en la tecnología y no ocupan su tiempo en actividades que no le beneficia al aprendizaje.

Problemas graves de salud en los niños a causa de la adicción a los electrónicos.

1.3. Descripción del problema

En la actualidad, miles de niños en Colombia sufren enfermedades a causa de la tecnología y la adicción que muchas veces presenta entre edades entre 4 a 8 años, provocando así muchos problemas de salud tales como, problemas de rendimiento académico y falta de atención. "Asimismo, existe una relación directa y paralela entre el abuso de las tecnologías y el aumento de la obesidad y el sobrepeso en la población infantil, pues va en detrimento del tiempo dedicado a jugar al aire libre, hacer deporte o ejercicio físico." (Baeza, 2019) Los niños son cada vez más sedentarios. Otro riesgo que puede existir es el acceso a contenidos indeseables para su edad, así como el riesgo de sufrir cyberbullying, que sería incluso más grave que cualquier otro tipo de acoso escolar por la expansión inmediata y sin control que supone la red.

Así pues, los niños menores de dos años no deberían utilizarlas. Según las nuevas recomendaciones de los expertos de la Organización Mundial de la Salud (s.f.) citado en ONU (2019) a los 2 años podrían comenzar a pasar tiempo delante de una pantalla, como televisión o videojuegos, pero nunca más de una hora, algo que también se recomienda en niños de 3 a 4 años. Para niños mayores de 5 años no se deberían sobrepasar las dos horas diarias, con la regla de "cuanto menos, mejor".

Por otro lado, otro problema que encontramos es en las mamás trabajadoras que no tienen la posibilidad de contratar o tener a una persona que cuide todo el tiempo a su hijo y a su vez, no quiere que el niño esté todo el tiempo en el televisor. Por tanto, Teepeekids es una

gran opción para ellas, pues en este espacio los niños tendrán la oportunidad de aprender y a su vez explotar al máximo su creatividad.

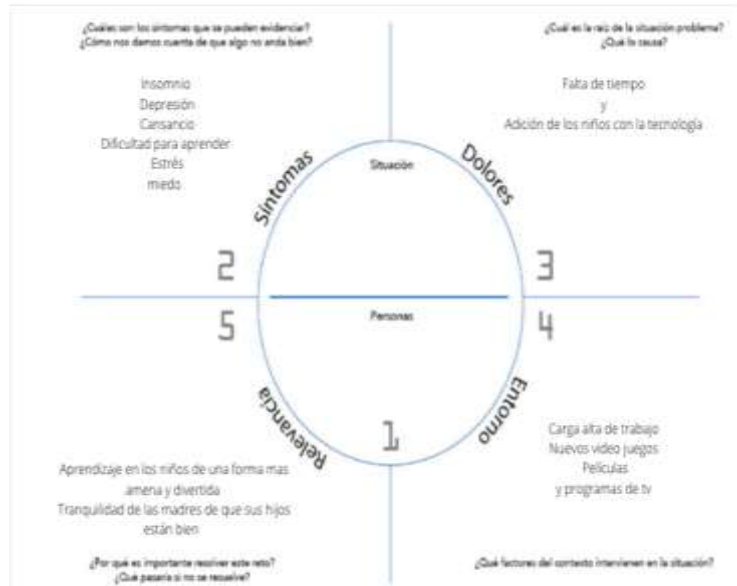


Figura 1. Mapa de dolor
Fuente: Hypercubus (2018)

HOJA DE DECISIÓN

Descripción de la Idea
Decida por componentes clave de la idea y descríbelos lo mejor posible

NOMBRE DE LA IDEA: TEPEPEKIDS

COMPONENTES DE LA IDEA	DESCRIPCIÓN	COMPONENTES DE LA IDEA	DESCRIPCIÓN
Resumen de la idea	Teepokeids es ideas principalmente para niñas y niños entre 2 y 7 años. Espacios donde los niños van a aprender y explotar su imaginación.	Descripción del producto	Carpa india con materiales de alta calidad y de larga durabilidad. Tela de algodón con 3 polos de bambú, cachemira y colores a la elección.
Cuenta de la idea	espacios para niños donde pueden explorar la imaginación por medio de carpas movibles	Fuentes de ingresos	Queremos poner precios que sean asequibles para personas de estrato 4 en adelante.
Necesidades que va a satisfacer la idea	<ul style="list-style-type: none"> • aprendizaje mediante un forma divertida • dar certeza a las madres que sus hijos van a estar seguros • evitar miles de enfermedades a cause de: 	Costos e inversiones	Planeamos que todo sea negocio en línea, con canales de ventas en folleto y pepegang.
Grupos de clientes y mercados	<ul style="list-style-type: none"> • mamá entre 27 y 40 años • estrato 4 en adelante • que les guste comprar por internet 	Disponibilidad de la producción	La materia prima es muy fácil de conseguir en el centro de la ciudad. Ya tenemos contactos.
Competidores y sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> • teapee • emulú • tigi-wei 		
Oportunidades de negocio	queremos implementar tecnología por medio de canales de nacimiento, donde las madres pueden tener la tranquilidad de que sus niños están seguros		

LISTA DE REVISIÓN: COMPONENTES ADICIONALES

- Ambiciones personales
- Conexión a la idea
- Necesidades de competidores
- Perfil de competidores
- Potencial del mercado
- Distribución y logística
- Tiempo de entrega
- Conexión tecnológica de
- Ambiciones personales

Producción por: GrowthWheel

Licencia otorgada a Margarita Martínez Bakhin, Universidad del Rosario. Bajado el 4 de marzo 2022.

Figura 2 Descripción de la idea
Fuente: GrowthWheel (2021). Caja de herramientas visuales y plataforma en línea para la toma de decisiones y la planificación de acciones.
<https://es.scribd.com/document/461602689/GrowthWheel-Brochure-in-Spanish-V1-2-2>

1.4. Validación del problema y usuario con hipótesis y hallazgos

El plan que se llevó a cabo para validar el problema fue entrevistar a 12 madres, de estratos 4 a 6, ubicadas en la ciudad de Bogotá. El objetivo de la entrevista fue conocer el pensamiento de las madres hacia sus hijos en factores como diversión, seguridad, creatividad y aprendizaje. Durante las entrevistas pudimos concretar que en definitiva las madres se sienten más seguras sabiendo que sus hijos estaban en casa. También el hecho de mostrar interés en el producto de TeepeeKids, les gusta la idea que sus hijos pueden ser creativos y explorar su imaginación al máximo. Además, que les parece importante estar en ese proceso pues consideran que así los lazos de unión y confianza con sus hijos se fortalecen.

Las entrevistas se centraron en 7 preguntas, y una duración promedio de 8 minutos a 10 minutos; las preguntas que se formularon fueron:

1. ¿Con que implementos su hijo(a) se distrae o juega mientras está en su hogar?
2. ¿Considera que su hijo(a) puede aprender nuevas cosas, mediante su misma creatividad?
3. ¿Su hijo(a) alguna vez ha hecho "carpas"- "techos" con la sábana para jugar adentro?
4. ¿Qué tanto apoya el uso de equipos tecnológicos durante el crecimiento de su hijo(a)?
5. ¿Sabe qué es y cómo funciona un Teepee?, ¿alguna vez ha visto un Teepee?
6. ¿Compraría un teepee?, ¿Cuánto sería el valor máximo que pagaría por uno?
7. ¿Le parece atractivo adquirir uno si pudiese monitorear la actividad dentro del teepee, además de tener recordatorios o notificaciones?

Preguntas orientadoras: ¿A quiénes necesitamos entender?, ¿qué necesitamos entender?, ¿cuáles son las hipótesis?, ¿qué preguntas y observaciones se llevarán a cabo?, ¿a cuántas personas se observarán y se entrevistaron? ¿Dónde y cuándo se desarrolló la investigación?

Los hallazgos que encontramos fueron los siguientes:

- De las 12 madres entrevistadas, 9 dijeron que sí lo compraría, las otras 3 nos dijeron que sus hijos ya estaban "grandes" y se interesarían en otras cosas, pero de haberlo conocido antes, sí lo hubieran comprado.
- Les llamó mucho la atención del tema de monitoreo y nos recomendaron implementarlo con una aplicación que tenga un contenido didáctico.
- Su relación con la seguridad es débil, no confían en el sistema de protección del gobierno. Quieren tener el mayor control y/o conocimiento del estado de sus hijos(a)s.
- Quieren brindarles las mejores oportunidades de crecimiento a sus hijos, no quieren que sean de pensamiento cuadrado y automático a causa de sistema educativo y herramientas tecnológicas.

Validación Usuario

¿A cuántas entrevistas? 12 madres con hijos de 3 a 10 años Fecha: 22/02-04/03-2022

Subject: CREA EMPREMIENTO

Topic: Validación ideas de negocio MVP

¿QUÉ LE PREGUNTE?

1. ¿Con qué frecuencia su hijo(a) se distrae o juega mientras está en su hogar?
2. ¿Con qué frecuencia su hijo(a) puede aprender nuevas cosas, mediante su misma curiosidad?
3. ¿Su hijo(a) alguna vez ha hecho "cargas" "descargas" con la cámara para jugar adentro?
4. ¿Qué tanto época el uso de equipos tecnológicos durante el crecimiento de su hijo(a)?
5. ¿Sabe qué es y cómo funciona un "Tempo"? ¿Alguna vez ha visto un Tempo?
6. ¿Compraría un Tempo? ¿Cuánto sería el valor máximo que pagaría por uno?
7. ¿Le parece atractivo adquirir uno si pudiese monitorear la actividad dentro del Tempo, además de tener características o notificaciones?

¿QUÉ MÁS APRENDÍ?

- Las madres no se sienten cómodas dejando todo el tiempo con personas fuera de su núcleo familiar directo.
- Su relación con la seguridad es débil, no confían en el sistema de protección del gobierno. Quieren tener el mayor control y/o conocimiento del estado de sus hijos(a)s.
- Les preocupa no estar presente durante el crecimiento de sus hijos por temas profesionales.
- Quieren brindarles las mejores oportunidades de crecimiento a sus hijos, no quieren que sean de pensamiento cuadrado y automático a causa de sistema educativo y herramientas tecnológicas.

Validación Usuario

¿A cuántas entrevistas? 12 madres con hijos de 3 a 10 años Fecha: 22/02-04/03-2022

Subject: CREA EMPREMIENTO

Topic: Validación ideas de negocio MVP

HALLAZGOS

1. De las 12 madres entrevistadas, 9 dijeron que sí lo compraría, las otras 3 nos dijeron que sus hijos ya estaban "grandes" y se interesarían en otras cosas, pero de haberlo conocido antes, sí lo hubieran comprado.
2. Les llamó mucho la atención del tema de monitoreo y nos recomendaron implementarlo con una app que tenga un contenido didáctico.
3. Le llamaron mucho la atención del tema de monitoreo y nos recomendaron implementarlo con una app que tenga un contenido didáctico.
4. Quieren brindarles las mejores oportunidades de crecimiento a sus hijos, no quieren que sean de pensamiento cuadrado y automático a causa de sistema educativo y herramientas tecnológicas.

HIPÓTESIS

- Las madres no se sienten cómodas dejando todo el tiempo con personas fuera de su núcleo familiar directo.
- Su relación con la seguridad es débil, no confían en el sistema de protección del gobierno. Quieren tener el mayor control y/o conocimiento del estado de sus hijos(a)s.
- Les preocupa no estar presente durante el crecimiento de sus hijos por temas profesionales.
- Quieren brindarles las mejores oportunidades de crecimiento a sus hijos, no quieren que sean de pensamiento cuadrado y automático a causa de sistema educativo y herramientas tecnológicas.

Figura 3 Tarjeta de validación

Fuente: Elaboración propia guiada por formato de StartFactory- UR Emprende (2021)

1.5. Buyer Persona

Nuestro perfil ideal es Tatiana, tiene 31 años, es abogada y madre, trabaja en una firma privada de abogados, es casada, su esposo también trabaja fuera del hogar, actualmente estudia un doctorado en administración pública, estrato 5, vive en la zona norte de Bogotá. Debido a su profesión no tiene el tiempo suficiente para estar con su hijo, pero desea que durante ese tiempo su hijo se encuentre sano y adquiriendo nuevos conocimientos, no confía plenamente en la seguridad de la ciudad y tampoco está de acuerdo en dejar a su hijo en sus instituciones educativas la mayoría del día, por eso prefiere que su hijo se quede en casa.

Mientras ella no está hay una “nana” que lo cuida, sin embargo, la “nana” también tiene otras tareas que realizar en el hogar. Por eso ella considera que nuestro producto encaja perfectamente con sus necesidades y la de su hijo, pues bien, ella se siente tranquila mientras su hijo aprende y se divierte al tiempo. Además cree dejar fluir la creatividad de su hijo es algo fundamental en su crianza y crecimiento, considera que la tecnología es una gran herramienta sin embargo no quiere que su hijo crezca con un pensamiento cuadrado, no quiere que su hijo sea dependiente de un equipo tecnológico, una razón más por la que considera adquirir nuestro producto y que además piensa que el teepee será la guarida de su hijo, donde él se sienta cómodo para jugar, divertirse con sus padres y amigos si así lo sea, y que también es un espacio donde él puede ser lo que quiera sin límites.

Cuando tienen tiempo, deciden viajar a las afueras de la ciudad para desconectarse y relajarse, saben que para pasar un momento agradable hay que llevar los juguetes preferidos de su hijo y eso incluye el Teepee pues puede usarlo en cualquier ambiente y disfrutar de grandes

experiencias juntos; también le gusta disfrutar de su vida romántica con su esposo, lo que indica que salen a citas y su hijo vuelve a estar en casa, seguro y divirtiéndose.

PERSONALIDAD DEL CLIENTE
Obtenga un mejor entendimiento de sus clientes al describir sus perfiles típicos

RELACIONES CON LOS CLIENTES
/Mercados
HOJA DE DECISIÓN
v1.0

¿Qué hacer?
Al estudiar cómo son sus clientes y qué quieren, comprar y hacer, podemos descubrir la mejor manera de comunicarnos con ellos.
Una buena comprensión de sus necesidades permite tomar mejores decisiones de negocio, aumentar las ventas y mejorar el servicio.

Cómo hacerlo
Comenzamos haciendo una lista de los atributos que define a los clientes de la personalidad de sus clientes más rentables.
Después, identificamos cuáles de ellos que tienen otros atributos, como ingresos, que profesiones, edad, y luego dividimos en la lista de los clientes.
Reservar es el momento ideal para que la personalidad de sus clientes refleje sus necesidades y deseos, como la personalidad, el comportamiento, las actitudes, las creencias, las aspiraciones y otros atributos que se le ocurren.

Regístrate para

- Saber si es el momento ideal de la personalidad de sus clientes.
- Obtener una lista para cada uno de los atributos de los clientes de su lista de clientes.
- Hacer un plan de acción para mejorar la comunicación con sus clientes.

ELEMENTOS DE LA PERSONALIDAD DEL CLIENTE (EJEMPLO)

Edad	27-40 años
Género	Femenino
Educación	Título Universitario
Profesión	Docente y abogada
Nivel de vida	Jefe superior
Industria	Legal
Lugar de nacimiento	Madrid, E.U.

PERSONALIDAD DEL CLIENTE: QUE PIENSA

Mejor	Viajar, hacer negocios, viajar, leer
Suspechos	
Opiniones	

PERSONALIDAD DEL CLIENTE: QUE SIENTE

Preocupaciones	Tener seguridad de su familia
Intereses	Viajar, leer, salir con su familia
Preferencias	Tener control, manejar situaciones con tranquilidad y sentir seguridad

PERSONALIDAD DEL CLIENTE: QUE HACE

Responsabilidades	Trabaja y atiende en una firma de abogados
Proyectos	Crecimiento laboral y personal
Actividades	Adquirir más conocimientos Ej. Participa en una política

PERSONALIDAD DEL CLIENTE: A DÓNDE VA

Dirección	Nombre de la ciudad
Categoría	
Opportunidades	

SITUACIÓN DE LA PERSONALIDAD DE CLIENTES ACTUALES

Actos	Necesidades	Circunstancias	Actitud	Otros
Seguridad	Saber que su hijo está bien	poco tiempo libre	Amplio pero ocupado	
Trabajo	Aprender, más responsabilidades	disponibilidad y entrega máxima	Reservado de compromisos	
Sueños	Viajar, crecer como familia	Conocer el mundo	Nuevas experiencias	Tener un matrimonio y familia estable

© 2018 GrowthWheel. Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Figura 4. Personalidad del cliente
Fuente: GrowthWheel (2021). Caja de herramientas visuales y plataforma en línea para la toma de decisiones y la planificación de acciones.
<https://es.scribd.com/document/461602689/GrowthWheel-Brochure-in-Spanish-V1-2-2>

TARJETA BUYER

PERFIL
Tatiana, mujer de 31 años, con pregrado en derecho, actualmente estudiando su doctorado en administración pública, tiene dos hijos, una niña de 7 años y un niño de 3 años, casada. Trabajo y socio de una firma de abogados privada. Dos días a la semana tiene trabajo remoto, fines de semana descansa en casa. Estrato 5.

HOBBIES
Le gusta relajarse, compartir en familia, leer, ser saludable, viajar, aprender nuevas cosas tanto personales como profesionales. Salir a citas con su esposo.

HÁBITOS
Salir a caminar con su familia y mascotas, hacer ejercicio, terminar sus actividades, es organizada, cocinar.

MARCAS
Pepe ganga, falabella, marcas americanas, Gap kids, GAP, Apple, EPK, Kipling, Baby fresh

MIEDOS
No disfrutar a sus hijos, que algo malo les pase, inseguridad del país

DESEOS
Educar bien a sus hijos, no convertirse en la mamá perfecta, ser más independiente y creativa. Seguir mejorando como madre, esposa y colega. Que sus niños en familia se hagan realidad.

EDAD 31 **GÉNERO** Femenino

Figura 5 Tarjeta Buyer
Fuente: StartFactory- UR Emprende (2021)

1.6. Mapa de competidores

Los competidores principales que hemos identificado son: Teepee Tent Bogotá, Totto, Mi Kiki y Monkey Market. Analizamos a la competencia y encontramos estas diferencias.

Teepee Tent Bogotá: Tienen un portafolio con varios diseños, en cuanto a precios estamos en el mismo rango, el material del teepee es “sintético”. También cuentan con Teepees para mascotas, su comunicación es mediante redes sociales.

Totto: Al ser marca reconocida y tener historia en los colombianos, tiene mayor reconocimiento por su marca, sin embargo, solo tienen un diseño disponible, no es personalizable, y se encuentra en su línea estándar. Cuentan con tienda física, y canales digitales para ventas.

Mi Kiki: Teepees de diferentes diseños en su portafolio, maneja diferentes materiales que el nuestro, sin embargo, sus precios son más altos que los que manejamos. Cuenta con página web para hacer la compra, no mediante redes sociales.

Monkey Market: También maneja diferentes estilos, sin embargo, sus materiales no son de la misma calidad, deben tener cuidado para que no se rasgue, el de nosotros se puede decir que es de mejor calidad, los palos para armar la estructura son de plástico, y no traen colchoneta; sus precios son considerablemente bajos a comparación de los nuestros. Cuentan con plataforma web para sus compras, no mediante redes sociales.

Identificamos que tenemos dos factores de éxito y es el material y diseño que manejamos, al ser hecho a mano, tenemos la posibilidad y facilidad de personalizar los productos sin que dañe la armonía del diseño. Además, que los diseños que manejamos están enfocados muy a los niños, no que sean diseños muy estándar, lo que queremos lograr es una conexión creativa y de diversión, entre el niño(a) y su teepee.

Consideramos que nuestra competencia directa es Teepee Tent, por el rango de precios y los diseños que maneja, aunque tenemos de nuestra parte el uso de diferentes materiales para la elaboración del teepee y diseños más infantiles. Una vez identificados los competidores se identificó el tipo de relaciones que hay entre competidores y el nivel de influencia. Más información: e-aulas

Posición Competitiva

Encontrar la manera de destacarte entre tus competidores

PLANTEAMIENTO COMPETITIVO	ELEMENTOS COMPETITIVOS	FORMAS DE DESTACARSE	PRIORIDAD
MANERAS DE SER MEJOR QUE SUS COMPETIDORES	Mejor diseño de producto	Adaptarnos a las tendencias del momento, cubrir las necesidades de las madres y familias, ser innovadores.	2
	Mejor experiencia de compra para los clientes	Menos tiempo de espera para entrega o envío del producto	3
	Mejores relaciones con los clientes	Encuesta de calidad, opción de personalizar, tener un canal de dudas, comentarios y preguntas.	2
	Valor de marca más fuerte	Personalización, diseños únicos orientados más a los gustos de los niños, ampliación del portafolio	2
	Mejores puntos de precio	Los precios de nuestros productos se mantienen en el rango de nuestros competidores.	1
MANERAS DE SER DIFERENTE DE SUS COMPETIDORES	Definición más amplia de la industria	Industria con una competencia media, no se encuentra una red amplia sobre los productos.	2
	Concéntrate en nicho especial del cliente	Dar un espacio único, divertido y seguro para sus hijos, genera confianza y tranquilidad a sus padres	3
	Definición del producto más amplia	Un teepee es una cabaña móvil, se puede trasladar de un lugar a otro y no ocupa demasiado espacio	2
		1-bajo 2- medio 3.-alto	

© 2021, GrowthWheel. Todos los derechos reservados. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

Fecha: _____ Nombre: Laura Campos y Laura Rivera Empresa: Teepeetida

Licencia otorgada a: _____ Producción por: GrowthWheel®

Licencia otorgada a Margarita Martínez Beldón, Universidad del Rosario, Bajado el 23 de septiembre 2020.

Figura 6 Posición competitiva

Fuente: GrowthWheel (2021). Caja de herramientas visuales y plataforma en línea para la toma de decisiones y la planificación de acciones.

<https://es.scribd.com/document/461602689/GrowthWheel-Brochure-in-Spanish-V1-2-2>



Figura 7 Mapa de competidores

Fuente: Elaboración propia con guía de formato StartFactory- UR Empeñe (2021)

1.7. Descripción de la idea

Teepeekids es una idea dedicada al diseño y fabricación de accesorios y juegos únicos para niños. Nuestra inspiración está fundamentada en la metodología Montessori, en donde los niños cuentan con espacios limpios y seguros que les permiten desarrollar sus habilidades de manera natural.

Ofrecemos la oportunidad única de vivir la experiencia de la infancia llena de imaginación y aprendizaje sano. Nuestra misión es entregar los espacios necesarios para que los niños experimenten al máximo su capacidad de asombro. Nuestros diseños y modelos están

inspirados en la confianza, el amor y la fraternidad, como motor fundamental en el desarrollo de nuestros niños.

Queremos que los niños se diviertan y a su vez aprendan con todos nuestros productos, y a su vez que la tecnología quede en segundo plano en el momento de divertirse, y a su vez que las madres trabajadoras que no tienen la posibilidad de que alguien cuide a sus hijos, tenga la certeza que nuestros productos tendrán grandes beneficios para la vida de sus niños.

Deseamos que Teepeekids sea reconocido nacionalmente por los colombianos, como productos de excelente calidad y muy funcionales para los niños, que por medio de estos tengan la oportunidad de aprender sobre diferentes temas y lenguajes. Por otro lado, nos gustaría entrar en grandes cadenas de supermercados para vender nuestra marca, tales como Pepeganga y Falabella.

Descripción de la Idea
Decida por componentes clave de la idea y descríbelos lo mejor posible.

HOJA DE DECISIÓN

Nombre de la idea: TEEPEEKIDS

Componentes de la Idea

Componentes de la Idea	Descripción
Resumen de la idea	Teepeekids es ideado principalmente para niños y niñas entre 2 y 7 años. Espacios donde los niños van a aprender y explorar su imaginación.
Cuestión de la idea (¿cómo surgió?)	espacios para niños donde pueden explorar la imaginación por medio de cosas móviles
Necesidades que va a satisfacer la idea (¿qué problemas, oportunidades, problemas, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> aprendizaje mediante un formato divertido dar certezas a las madres que sus hijos son a estar seguros evitar más de enfermedades o cosas de
Grupos de clientes y mercados	<ul style="list-style-type: none"> niños entre 27 y 90 años estados 4 en adelante que les gusta comprar por internet
Competidores y sustitutos (¿quién y por qué?)	<ul style="list-style-type: none"> teapee stoblu tip-art
Oportunidades de patente (¿qué es innovador?)	queremos implementar tecnología por medio de sensores de movimiento, donde las madres puedan tener la tranquilidad de que sus niños están seguros

Lista de Revisión
COMPONENTES ADICIONALES

- Análisis de mercado
- Necesidades de competencias
- Potencial del mercado
- Distribución y logística
- Empaquetado
- Estrategia de precios
- Análisis de rentabilidad

Componentes de la Idea

Componentes de la Idea	Descripción
Descripción del producto (¿cómo se ve, cómo funciona, cómo se usa, tecnología)	Carga infantil con materiales de alta calidad y de larga durabilidad. Tela de algodón con 3 pines de bambú, cachoneta y calera o la elección.
Factores de éxito (¿qué es el punto fuerte de su producto?)	Queremos poner precios que sean accesibles para personas de estrato 4 en adelante.
Costos e inversión (¿cuánto cuesta producirlo?)	Planeamos que todo sea negocio en línea, con canales de ventas en falabella y pepeganga.
Disponibilidad de la producción (¿cómo se produce?)	Le interesa prima es muy fácil de conseguir en el centro de la ciudad. Yo teneré contactos.

Licencia otorgada a Margerita Martínez Roldán, Universidad del Pinar: Bajado el 4 de marzo 2022.

Figura 8 Descripción de la idea

Fuente: GrowthWheel (2021). Caja de herramientas visuales y plataforma en línea para la toma de decisiones y la planificación de acciones.

<https://es.scribd.com/document/461602689/GrowthWheel-Brochure-in-Spanish-V1-2-2>

2. Propuesta de valor

2.1. Segmento del cliente

2.1.1. Psicográfico: Consumidores actuales y potenciales, cuyos sueños son tener una familia segura, generar una crianza adecuada, responsable, segura y consciente. Lograr que sus hijos sean excelentes personas con valores y con metas de futuro, generando cambios en la sociedad o aportando desde diferentes áreas según su interés, que su crianza sea una forma de creatividad y exploración de su mente, dónde identifiquen que es bueno y malo para ellos. Aprender del día a día y como el entorno está en constante cambio junto a la tecnología, aprende que la tecnología es una herramienta útil y poderosa si se utiliza de la forma adecuada.

2.1.2. Demográfica: Clientes que se encuentren en un rango de edad de 30 años, idealmente se busca que sean madres y padres, cuya situación económica sea estable, preferiblemente con carrera profesional, sin embargo, también aplica aquellas personas que tienen el músculo financiero para adquirir algún diseño de Tepees, esto para sus hijos, sobrinos, y/o regalos para infantes en un rango de 3 a 10 años. Nuestra meta es aplicar a clientes desde estrato 4, pero inicialmente estamos acercándonos a estratos 5 y 6.

2.1.3. Geográfica: Inicialmente estamos enfocados en tener un mayor porcentaje de clientes en la ciudad de Bogotá, sin embargo, nuestra oferta y cobertura está preparada para atender clientes a nivel nacional.

2.2. Clientes ideales

Tatiana, mujer de 31 años, abogada, estudiando doctorado en administración pública, casada, con dos hijos, Lucía de 7 años y Tomás de 3 años. Trabaja y a la vez es socia de una firma privada de abogados, lleva 8 años trabajando en la firma y hace 3 años es socia. Es feliz en su trabajo, matrimonio y familia; sin embargo, le preocupa la educación de sus hijos cuando su pareja y ella no tienen el tiempo suficiente para estar con ellos. Ama la tecnología, pero la usa de forma moderada, le gusta establecer conexiones reales con su entorno.

Tatiana ama pasar tiempo con su familia, intenta en su mayoría salir los fines de semana con su familia a lugares tranquilos, es una persona activa físicamente, también le gusta tener citas con su esposo, le encanta leer libros de suspenso y comedia-romántica. Le encanta brindarle lo mejor a sus hijos, quiere que crezcan en un entorno sano, respetuoso e integró, creando excelentes bases de valores familiares y personales, donde su creatividad, intereses y curiosidades sean válidas, por eso se preocupa en si sus hijos están recibiendo los pilares que ella considera, teniendo en cuenta la diversidad de pensamientos que se tienen actualmente en la sociedad, no quiere que sus hijos sean unas víctimas más del uso desmedido de la tecnología, quiere que sean personas reales, estudiadas, con ganas de querer cambiar el mundo o aportar algo al cambio, y que sean ejemplos en un futuro para su generación.

Tatiana y su esposo, no tienen límite o queja alguna cuando algún producto llama su atención, y menos cuando es para el bienestar de sus hijos y lo ven reflejado, conocen el método Montessori y saben las ventajas que le traerán a sus hijos, pues quieren que sus hijos no tengan limitaciones en su desarrollo.

2.3. Alternativas de solución y criterios de selección

Elegimos cuatro pilares a evaluar los cuales son:

- **Funcionalidad:** Hasta qué punto el producto cumple con su función de principio a fin.
- **Accesibilidad-precio:** Que tantas personas pueden acceder a los productos de acuerdo con su precio en el mercado y teniendo en cuenta el nivel económico de las personas interesadas en adquirirlos.
- **Resultados:** Si el cliente evidencia los resultados que lo llevó a comprar los productos y si estos fueron satisfactorios o no.
- **Durabilidad:** Tiempo de duración de los productos, ya sean días, meses u años.

Tabla 2

Alternativas de solución y criterios de selección

Alternativa	Teepees	Jardines	Alfombra tablero mágico
Funcionalidad	La funcionalidad en los teepees genera desde el primer momento un espacio único y seguro para el infante, logrando sentirse en confianza para poder hacer las actividades que desee.	Los jardines tendrán el objetivo de cuidar a los niños en el horario que los padres no puedan recogerlos, sin embargo, no sabemos con exactitud qué actividades están programadas.	La funcionalidad del tablero mágica es realizar una serie de actividades, más específicamente, colorear los dibujos que están en el tapete, una vez se haya completado los dibujos por colorear, el tapete queda para decoración.
Accesibilidad-precio	La accesibilidad se considera inicialmente para estratos 4, 5 y 6	La accesibilidad depende de los planes que se adquiera en los jardines, siendo esto precios variables, pues ahí muchos	La accesibilidad se considera para estratos 4, 5 y 6.

	factores que influyen en el precio final.		
Resultados	Los resultados son reflejados en la comodidad y en el aprendizaje de los niños	Los resultados son los temas que enseñen en ese espacio	Los resultados son aprender a colorear, divertirse y estar en el mundo de los animales ya sea terrestre, acuático, etc. mientras colorea todos los dibujos
Durabilidad	Los teepees están diseñados para durar un aproximado de 5 años.	La durabilidad del servicio dependerá del tiempo contratado	La durabilidad de este producto depende del cuidado que se aplique desde que se empiece a colorear, así como el uso que le vayan a dar una vez el tapete esté listo para decoración.

Fuente: Elaboración propia.

2.4. Características de producto o servicio (Lienzo propuesta de valor)

Usando el lienzo de propuesta de valor y basándonos con nuestro cliente ideal encontramos las siguientes conclusiones:

2.4.1. Segmento clientes. Se establecen a partir de los siguientes criterios:

- **Actividades clientes:** Acá identificamos que la mayoría de las actividades de nuestros clientes se basan en tener reuniones con sus clientes, dejar a sus hijos en la escuela, vestir adecuadamente conforme a su profesión, y tener constantes reuniones con equipos de trabajo, socios y mandos superiores.

- **Dolores:** En los dolores se encuentran situaciones que pueden generar estrés en nuestros clientes, tales como, seguridad nacional actual, perder clientes, demora en procesos, rendimiento general profesional y personal y problemas de movilidad en la ciudad.

- **Ganancias:** Las ganancias que obtiene el cliente son, tranquilidad con y por sus hijos, llegar a tiempo a sus citas, optimizar el tiempo en sus tareas y que los trámites que se estén realizando salgan con resultado exitoso.

2.4.2. Propuesta de valor

- **Producto y/o servicio:** Teepees

- **Generadores de ganancia:** Las ganancias que obtienen los clientes con el producto de Teepeekids son: Estimulación creativa generando un entorno divertido, desarrollando sentidos sociales y académicos. Forma de que el infante se sienta seguro en su ambiente de juego y creatividad.

- **Aliviar frustraciones:** Aliviar frustraciones genera que el padre se sienta menos estresado y presionado, logrando ayudar su carga diaria de emociones y más cuando se trata de sus hijos, las frustraciones que se alivian son el temor de no tener una enseñanza segura, así como que su hijo(a) no genere un nivel de creatividad máximo (con la palabra *máximo* nos referimos a que el niño(a) no se sienta limitado, que explore su creatividad hasta donde él quiera y se sienta a gusto) y que el estímulo del desarrollo de habilidades y gustos sea adecuado.

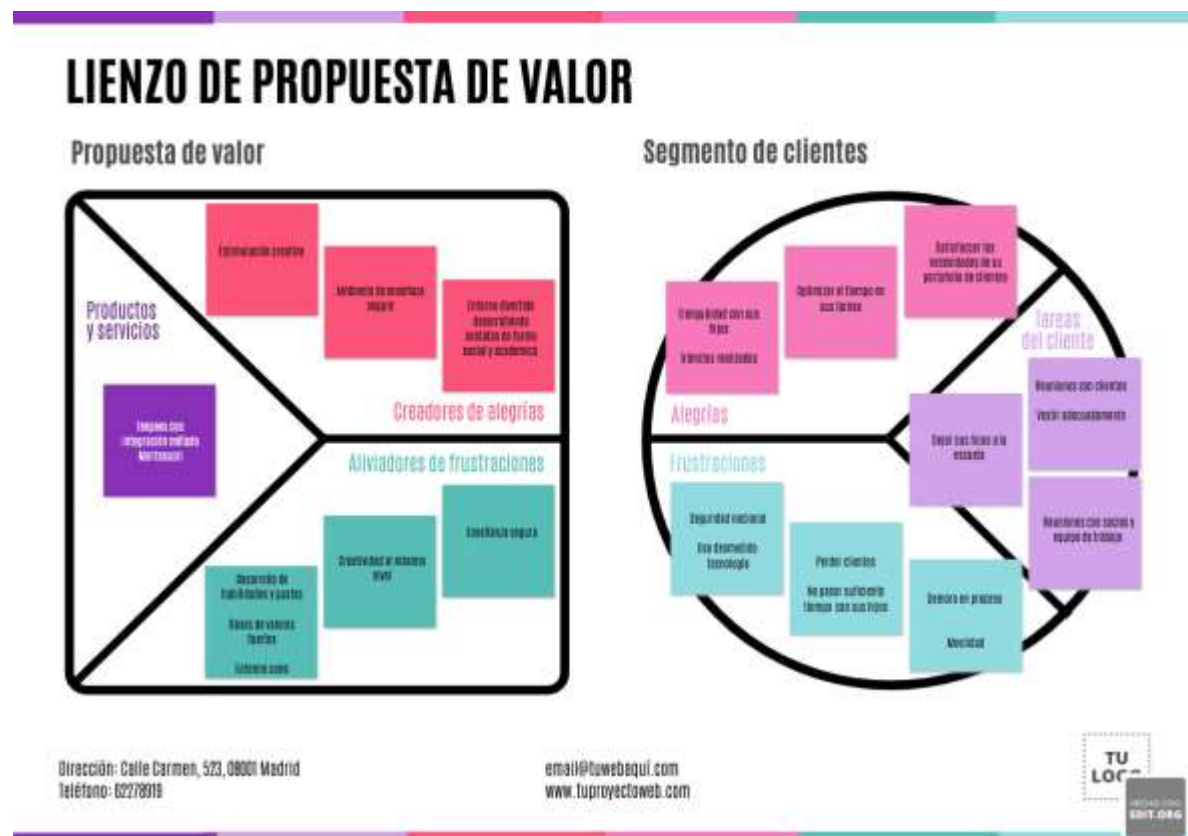


Figura 9 Lienzo de propuesta de valor

Fuente: Design Thinking España (s.f.) Lienzo de propuesta de valor. <https://xn--designthinkingespa-d4b.com/lienzo-de-propuesta-de-valor>

2.5. Diferencial y ventaja competitiva (Curva de valor)

Sabemos que contamos con competencia en el mercado de Teepees y que debemos lograr diferenciarnos y no ser una “copia” de otra marca. Consideramos que Teepeekids se diferencia en dos grandes aspectos que generan valor al proceso.

2.5.1. Modelo Montessori: El modelo Montessori se basa en la necesidad de adaptarse al entorno, se clasifica en grupos específicos de acuerdo con la edad (el rango general de edades es de 0 a 13 años), creando un ambiente personalizado e individual, logrando una mejor sinergia entre aprendizaje, diversión, confianza, seguridad y autonomía. En este modelo no existen las respuestas buenas o malas, no hay un premio o un castigo, un

ambiente donde el infante se puede sentir libre, promueve la concentración, y más que todo, se respeta el ritmo de aprendizaje.

2.5.2. Teepeekids. Hace énfasis en este método, uno de nuestros objetivos es educar, dar a conocer e informar las ventajas que pueden sacar de este modelo usándolo con los teepees, ya que la sensación del infante de poder crear su propio mundo logrará desarrollarse en aspectos personales como sociales. Nuestra meta es que sea un ambiente de diversión, pero así mismo un ambiente de libre aprendizaje. Algo que nuestra competencia no tiene como objetivo, pues nuestra investigación nos dio como conclusión general que la competencia vende es por moda del momento, tanto para infantes como para mascotas, como espacio de diversión también, más no como espacio de aprendizaje autónomo.

2.5.3. Hechos por manos colombianas: La fabricación de los Teepees es 100% hecho a mano y por manos colombianas, impulsando así el trabajo y la calidad de productos nacionales. Ayudando a mejorar la calidad de vida de muchas personas en la ciudad de Bogotá, pero así mismo lograr ayudar a la vida de otras personas a nivel nacional adquiriendo su materia prima e impulsando el comercio colombiano, entre estos, varios emprendimientos.



CONCEPTO DE NEGOCIO
/Posicionamiento en el Mercado

HOJA DE DECISIÓN

Qué hacer
Cuando otros agentes del mercado ofrecen productos o servicios iguales o similares debemos tratar de ser diferentes a ellos.
Al pasar por los elementos competitivos del mercado podemos centrarnos en cómo llegar a ser mejor en áreas seleccionadas.
Cómo hacerlo
Comenzamos por obtener una visión general de los diversos maneras de ser mejores o diferentes de sus competidores.
Continuamos con la creación de ideas específicas sobre cómo diferenciarse de sus competidores dentro de cada área.
Terminamos priorizando las acciones que desea llevar a cabo.
Siguiente paso
• Explora qué otros actores del mercado están haciendo o como las ideas que has tratado.
• Hago un plan de acción para llevar a cabo las acciones con las prioridades más altas.
• Delega tareas a sus empleados.

Producción por: 

Posición Competitiva
Encontrar la manera de destacarte entre tus competidores

PLANTEAMIENTO COMPETITIVO	ELEMENTOS COMPETITIVOS	FORMAS DE DESTACARSE	PRIORIDAD
MANERAS DE SER MEJOR QUE SUS COMPETIDORES	Mejor diseño de producto	Adaptarnos a las tendencias del momento, cubrir las necesidades de las madres y familias, ser innovadores.	2
	Mejor experiencia de compra para los clientes	Menos tiempo de espera para entrega e envío del producto	3
	Mejores relaciones con los clientes	Encuesta de calidad, opción de personalizar, tener un canal de dudas, comentarios y preguntas.	2
	Valor de marca más fuerte	Personalización, diseños únicos orientados más a los gustos de los niños, ampliación del portafolio	2
	Mejores puntos de precio	Los precios de nuestros productos se mantienen en el rango de nuestros competidores.	1
MANERAS DE SER DIFERENTE DE SUS COMPETIDORES	Definición más amplia de la industria	Industria con una competencia media, no se encuentra una red amplia sobre los productos.	2
	Concentrarse en nicho especial del cliente	Dar un espacio único, divertido y seguro para sus hijos, genera confianza y tranquilidad a sus padres	3
	Definición del producto más amplia	Un teepee es una cabaña móvil, se puede trasladar de un lugar a otro y no ocupe demasiado espacio.	2
		1-baja 2- medio 3-alto	

Fuente:  **Autores:** Laura Campos y Laura Rivera **Empresa:** Teepeekids

Licencia otorgada a Margarita Martínez Baldón, Universidad del Rosario. Bajado el 23 de septiembre 2020.

Figura 10 Posición competitiva

Fuente: GrowthWheel (2021). Caja de herramientas visuales y plataforma en línea para la toma de decisiones y la planificación de acciones.

<https://es.scribd.com/document/461602689/GrowthWheel-Brochure-in-Spanish-V1-2-2>

2.6. Relevancia en el contexto

En la actualidad hemos evidenciado cómo las nuevas tecnologías se han apoderado de nuestras vidas por el uso desmedido de estas mismas. Hemos evidenciado como personas de todas las edades de cierta forma quedan enganchadas a estas herramientas tecnológicas, los niños no son la excepción, conocemos historias alrededor del mundo sobre los comportamientos de los niños de esta generación, los cuales no quieren salir de una pantalla, son agresivos, no son personas sociales, suelen aislarse en su mundo, e incluso se lastiman entre ellos mismos; conocemos también que suelen ser groseros, altaneros, y no tienen un

razonamiento más allá de la pantalla, y eso en parte se debe a que desde una edad temprana dejaron que tuvieran manipulación de las nuevas tecnologías, no significa que sean malas en su totalidad, pero en una temprana edad una herramienta de estas puede traer graves consecuencias.

Nuestra meta es generar un cambio en eso, sabemos que hay padres que recurren a estos medios para poder mantener distraídos a sus hijos, pero si no hay un control estricto sobre los tiempos y contenidos que se ven, es un mal lo que se está haciendo. Entonces, creemos que los teepees son una buena forma de generar diversión alejados de la tecnología, es un ambiente sano, de aprendizaje, donde se puede generar una conexión con la creatividad del niño, puede interesarse por más cosas, puede crear su propio mundo, puede generar lazos fuertes en su entorno, puede aprender a compartir de una buena forma, a ser más humano, a tener sentimientos, opiniones, a valorar su familia, amigos y el entorno en el que se encuentra.

2.7. Definición de propuesta de valor

La propuesta de valor que construimos es: Teepeekids, diversión y aprendizaje autónomo en un solo lugar

Elegimos esta propuesta de valor porque en dos palabras que es diversión y aprendizaje, damos a entender lo que queremos lograr para dar a entender que es un teepee que puede generar una forma de aprendizaje de forma divertida para los niños.

3. Prototipo

3.1 Descripción de prototipo

Teepeekids es creado principalmente para niños en edades entre 2 años a 7 años, con la finalidad que estos puedan desarrollar habilidades motoras, de lenguaje, pensamiento, autocontrol mediante la oportunidad de jugar y explorar. Así pues, nuestros diseños están basados en:

- 4 palos de bambú de 1,8 metros café
- Colchoneta espuma calibre 5 cm
- Tela tejido plano a base de algodón

Vamos a tener a la venta 3 tipos de teepees, tanto de 1 metro de base cuadrado, 1,2 metros de base cuadrada y 1.4 metros de base cuadrada, dependiendo de lo que el cliente elija y las dimensiones que estos tengan en el lugar del espacio.

Los diseños y colores serán elegidos por el cliente. Tendremos disponibles: grises, blanco, crema, azul, rosa, morado, azul oscuro, verde.

Como se muestra en las imágenes, ya tenemos los prototipos hechos con diferentes diseños y fueron probados su calidad y seguridad para los niños, teniendo así, la seguridad de que van a hacer uno de los mejores del mercado.



Figura 11 Prototipo Propuesto
Fuente: Elaboración propia.

Herramienta Estructuración del prototipo del Negocio

Buping
PROTOTIPADORA DE NEGOCIOS

Proyecto de Emprendimiento	Teepeekids		
Equipo Emprendedor	Emprendedor 1	Emprendedor 2	Emprendedor 3
	Laura Campos	Laura Rivera	Rol 3

Objetivo del Prototipado					Sketch de su prototipo	
Dar a conocer cuales son los mejores tipo de telas y diseños para los consumidores					 <p>Dibuje la forma de su prototipo</p>	
Tipo de prototipado						
X	Estético - Horizontal	Usabilidad Diagonal	Estrategia - Conceptual			
Nivel de prototipado						
Papel		Baja Fidelidad		X		
Materialización de prototipado						
Método	utilizamos metodo grafico					
Medio	prototipo rela					

Figura 12 Estructuración del Prototipo de Negocio
Fuente: Buping (2018) Prototipadora de Negocios.
<https://comunidad.socialab.com/challenges/miprimeraliado/idea/29713>

3.2. Descripción de portafolio inicial de productos o servicios

3.2.1. Producto: Inicialmente implementaremos teepees de diferentes tamaños y colores dependiendo de los que el cliente elija:

Colores: Azul claro, azul oscuro, gris claro, gris oscuro, morado, rosado y verde.

Tamaños por base cuadrada: 1 metro, 1.2 metros y 1.4 metros

3.2.2. Plaza: Estarán disponibles principalmente por redes sociales (Instagram y Facebook) y página web, donde los clientes tendrán la posibilidad de comprar nuestros productos desde la comodidad de su casa y a solo un clic. En estos canales, estarán disponibles pasarelas de pago la cuales recibirán tarjetas de crédito, débito, pse.

3.2.3. Precios: Los precios varían según el tamaño del teepee, diseño y personalización.

Teepees unicolor:

- Teepee 1 metro de base cuadrada: 300.000
- Teepee 1.2 metro de base cuadrada: 340.000
- Teepee 1.4 metros de base cuadrada: 380.000

Teepees con diseño de espacio y astronauta:

- Teepee 1 metro de base cuadrada: 380.000
- Teepee 1.2 metro de base cuadrada: 420.000
- Teepee 1.4 metros de base cuadrada: 460.000

Teepees con diseño de selva y mono:

- Teepee 1 metro de base cuadrada: 380.000
- Teepee 1.2 metro de base cuadrada: 420.000
- Teepee 1.4 metros de base cuadrada: 460.000

Teepees con diseño de castillo y princesa:

- Teepee 1 metro de base cuadrada: 380.000
- Teepee 1.2 metro de base cuadrada: 420.000
- Teepee 1.4 metros de base cuadrada: 460.000

3.2.4. Promoción: Nos gustaría realizar promociones del producto constantemente a nuestros diferentes grupos focales por medio de las redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp. Para esto, tenemos pensado contratar a una diseñadora para potencializar nuestra marca.

Finalmente, queremos tener un portafolio lo suficientemente amplio para que nuestros clientes puedan elegir de toda nuestra variedad, con precios cómodos y productos de alta calidad.

Herramienta			
Diseño de propuestas de valor sistema			
	Teepeekids		
Proyecto de Emprendimiento	Emprendedor 1	Emprendedor 2	Emprendedor 3
Equipo Emprendedor	Laura Campos	Laura Rivera	Rol 3

Modelo de Negocio			
Defina su modelo de negocio	Teepeekids, es diseñada principalmente para niños y niñas de 3 a 8 años de edad, con la finalidad de que puedan desarrollar habilidades del metodo montesori.		
	Propuesta de valor		
Defina su propuesta de valor y/o diferencial del negocio	Hacer que los niños tengan un espacio divertido y a la vez desarrollen habilidades de aprendizaje, ayudándolos para su futuro adulto.		
	Producto	Servicio	Sistema
	Teepee	capara para que los niños jueguen	Carpas principalmente diseñadas para niños entre 3 a 8 años para que desarrollen habilidades del metodó
Mencione los productos y servicios que haran diferente su negocio de lo actualmente ofertado por la competencia			montesori

Explique como la suma de sus productos y servicios ofrecen una experiencia de consumo y una oferta sistema innovadora al mercado

Figura 13 Diseño de propuesta de valor sistema

Fuente: Buping (2018) Prototipadora de Negocios.

<https://comunidad.socialab.com/challenges/miprimeraliado/idea/29713>

3.3. Nivel de desarrollo y funcionalidad

Teepeekids se va a dedicar al diseño y fabricación de accesorios y juegos únicos para niños. Inspirada fundamentalmente en la metodología Montessori, en donde los niños cuentan con espacios limpios y seguros que les permiten desarrollar sus habilidades de manera natural. Vamos a ofrecer la oportunidad única de vivir la experiencia de la infancia llena de imaginación y aprendizaje sano.

Nuestra misión va a ser entregar los espacios necesarios para que los niños experimenten al máximo su capacidad de asombro. Nuestros diseños y modelos están inspirados en la confianza, el amor y la fraternidad, como motor fundamental en el desarrollo de nuestros niños. Así pues, nuestros teepees son fáciles de armar y su vez de limpiar. Cuentan con telas de excelente calidad 100% algodón y colchonetas cómodas para que los niños puedan

pasar ratos muy agradables y cómodos, dándoles la seguridad a las madres que sus hijos van a pasar largas horas de aprendizaje en lugares seguros.

Ya armado el teepee en el espacio donde el niño se sienta cómodo y seguro, este entra dentro con sus juguetes favoritos y empieza a explotar su imaginación. No existen instrucciones de uso, pues ellos son los encargados de crear su propio mundo.

Los teepees, son muy útiles para aquellos niños que están empezando a ser curiosos e imaginar cosas. Nuestros productos les ayudarán a que no sean dependientes de la tecnología y puedan ver el mundo fuera de ella, creando así en ellos la oportunidad de fortalecer y crear habilidades automotrices, de lenguaje y de independencia que le vas a servir para su vida adulta.

Y2.05

CONCEPTO DE NEGOCIO
/Portfolio de Productos

HOJA DE DECISIÓN
v1.2.1

Qué hacer
Al crear un prototipo, o un "producto mínimo viable", podemos aprender de los comentarios de los clientes antes de gastar tiempo y dinero en el diseño del producto final.
Si tenemos una visión general de todas las características de un producto, es más fácil seleccionar cuáles queremos que prueben los clientes y cómo.
Cómo hacerlo
Empiece por poner el nombre del producto así como la visión que tenga con respecto a él. Luego, enumere todas las características a las que quiere que tenga el producto final.
Siga por seleccionar cuáles características va a incluir en el prototipo. Después, decida cómo incluir las características elegidas en el prototipo. Use la lista de revisión como referencia.
Termine por analizar cómo va a medir la reacción de los clientes al prototipo.

Siguiente paso

- Empiece la producción del prototipo.
- Diseño a probar a clientes potenciales.
- Use los comentarios de los clientes para crear una mejor versión del producto piloto.

Licencia otorgada a: **VELOCITY**

Producido por: **GrowthWheel**

Producto Piloto
Haga un producto mínimo viable que puedan probar los futuros clientes

PRODUCTO: teepee

VISIÓN DEL PRODUCTO: Producto de excelente calidad y de larga durabilidad funcional con capacidad de desarrollar en niños habilidades del método montesori

LISTA DE REVISIÓN: FORMATOS DEL PROTOTIPO

Maqueta	Modelo
Ilustración	Modelo visual
Fotografía	Modelo funcional
Muestra de ensayo	Prototipo
Videos	Producto de ensayo
Animación	Proyecto piloto
Representación	Interacción del usuario
Catálogo de ideas	Descripción del servicio
Diseño de pantalla	Paseo de dispositivos

CATEGORÍA	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FINAL	INCLUYE EN PROTOTIPO		CÓMO INCLUIR LA CARACTERÍSTICA EN EL PROTOTIPO	QUÉ MEDIR AL DÁRSELO A PROBAR A LOS CLIENTES
		Sí	No		
Características visuales	Carpa con tela de algodón, con 4 palos de bambú, con diseños únicos	X		modelo funcional	Teepee que sea funcional De larga durabilidad buenos productos
Características funcionales	teepee con capacidad de desarrollar habilidad del método montesori	X		Muestra de ensayo	¿Los niños aprenden ?
Características técnicas	Es necesario buscar telas, buscar el proveedor de los palos de bambú, colaboradoras que nos ayuden a coser.	X		Muestra de ensayo	¿Cuanto les duro el producto? ¿Fue facil de armar ? ¿Que tan seguro le pareció?
Características de mercados	El producto va a ser vendido por medio de redes sociales y pagina web y será distribuido por medio de interrapiidísimo	X		Muestra de ensayo	¿por medio de que canal se vende mas ? ¿Los clientes confían en la compra on-line? ¿cuanto se demora el teepee en llegar ?

Fecha: 11/05/22 Nombre: Laura Campos, Laura Rivera Empresa: teepeekids

Figura 14 Diseño de propuesta de valor sistema Fuente: GrowthWheel (2021). Caja de herramientas visuales y plataforma en línea para la toma de decisiones y la planificación de acciones. <https://es.scribd.com/document/461602689/GrowthWheel-Brochure-in-Spanish-V1-2-2>

3.4. Método, lógica de ensamblaje y producción del prototipo

Para desarrollar los productos de Teepeekids y que lleguen al consumidor final existen diferentes procesos, tales como:

3.4.1. Materiales:

- 4 palos de bambú de 1,8 metros café, los cuales son comprados en el pasaje Rivas (centro de Bogotá) a un valor de 2.500 pesos colombianos
- Colchoneta espuma calibre 5 cm, las cuales fueron compradas el 7 de agosto (Bogotá), en un almacén llamado Espucol. Tienen un valor de 50.000 con medidas de 1m por 2 m. Las cuales dependiendo de los teepees comprados, pueden alcanzar para dos.
- Tampones para soportar el teepee, tiene un valor de 500 por unidad.
- Tela tejido plano a base de algodón, tiene un valor de 10.000 el metro y son compradas en facol. Por tanto, un teepee de un metro de base cuadrada utiliza 5.42 metros de tela.

3.4.2. Proceso de elaboración:

- Ya teniendo la materia prima lista y lo más importante de toda la tela, se realizan cortes que serán enviados a nuestra satélite.
- Luego de enviarlos a los satélites, se realizan los respectivos cortes y costuras. Aproximadamente, ellas duran haciendo su trabajo 30 minutos por teepee. Además de esto, se hacen los forros de las colchonetas.

- Así pues, son recogidos, y empieza el ensamblaje que es realizado por alguna de las dos. Se ponen los 4 palos de bambú en los respectivos lugares.
- Se corta la espuma de la colchoneta dependiendo de la medida que el consumidor elija.
- Se pone el forro de la colchoneta, para finalmente armar la estructura del teepee.

3.4.3. Proceso de Empaque:

Nuestros teepees, se entregan de una vez armados para que no sea difícil para cliente a la hora de utilizarlos. Por tanto, son envueltos en vinipel resistente el cual protegerá el producto a la hora de ser enviado hasta el destinatario. Adicional, se imprimen guías para las transportadoras las cuales contienen: Nombre de la persona, apellido, ciudad, barrio, dirección, descripción del producto y teléfono.

3.4.4. Proceso de compra.

Nuestros clientes podrán encontrar nuestros productos en diversos canales, como lo son: Instagram, página web y WhatsApp. Queremos manejar todo tipo de pagos por medio de pasarelas de pago como Payu.

3.4.5. Proceso de envío:

Nos gustaría enviar nuestros productos por medio de interrapidísimo, el cual tiene un valor promedio en ciudades principales, como los son Medellín, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Santa Marta, Pereira, Ibagué y entre otras es de un valor de 28.000 y en Bogotá, un

valor de 15.000. De este modo, tan pronto sean enviados, se les informará a los clientes el número de guía del producto para que ellos puedan ver cuando llegara a su destino final.

La transportadora entregará los productos los siguientes 3 días hábiles luego de ser enviados, por tanto, damos claridad a nuestros clientes que los lapsos de entrega van a ser de 5 días hábiles dependiendo de la temporada.



Figura 15 Requerimientos de la propuesta de valor

Fuente: Buping (2018) Prototipadora de Negocios.

<https://comunidad.socialab.com/challenges/miprimeraliado/idea/29713>

3.5. Resultados obtenidos en pruebas del prototipo (hallazgos y conclusiones)

3.5.1. Formulación de hipótesis:

- Sí los niños entre 3 y 8 años utilizan el teepee por tiempos considerables, desarrollarán habilidades motoras, cognitivas, sociales y emocionales, habla y lenguaje.

- Las madres o personas que compren los productos de Teepeekids, sentirán que el costo/ beneficio del producto es inigualable, pues las telas, diseños y materiales son de alta calidad y durabilidad.
- Los tepees serán el espacio preferido de los niños y explotarán al máximo su imaginación.
- Conseguiremos mayores ventas por medio de Instagram

3.5.2 Nuestros principales compradores:

Tabla 3
Compradores

Cliente potencial	Interacción con el producto	Observación positiva	Observación negativa
Madres de 25 a 45 años estrato 4 a 6 que vivan en Colombia y que les guste comprar de manera online.	Le gustó el diseño, la calidad de la tela y que se podía escoger de diferentes tamaños.	Fácil de armar y limpiar.	Quería que le producto fuera entregado de inmediato
Niños entre 3 a 8 años que vivan en Colombia	Desde el momento 1, se sintieron muy a gusto y corrieron a entrar dentro de él, llevaron sus juguetes más preciados y pasaron un largo tiempo jugando.	Paso mucho tiempo jugando e imaginando	Quería dormir toda la noche en el teepee, cosa que ocasionó problemas con los papas
Mujeres (Tías o abuelas) que quieran regalar algo para sus nietos o sobrinos y les guste comprar de manera Online.	Se sintieron con mucha alegría al ver que el niño no paraba de jugar. Lindos diseños.	Muy bien invertido el dinero a precio asequible	Desconfió un poco en la compra por internet

Fuente: Elaboración propia

3.5.3. Conclusiones sobre las hipótesis

- Sí los niños entre 3 y 8 años utilizan el teepee por tiempos considerables, desarrollarán habilidades motoras, cognitivas, sociales y emocionales, habla y lenguaje.

- Los investigadores reconocen que el uso excesivo de la tecnología digital puede contribuir a la depresión y a la ansiedad infantil. Por el contrario, los niños que tienen problemas fuera de línea a veces pueden entablar las amistades y recibir el apoyo social en línea que no están recibiendo en otros lugares.

- El consumo de Internet aumenta con la edad. El veinticinco por ciento de los jóvenes de 9 a 19 años visitan la web varias veces al día, pero este grupo es más del 30 por ciento de los jóvenes de 14 a 17 años.

- Los números aumentan durante el fin de semana. La mitad de los niños pasan 5 horas o más en Internet. Por otro lado, según un estudio reciente de VTR Internet Segura, uno de cada tres niños ha usado un teléfono móvil o una tableta, a los cinco años uno de cada dos ya tiene una tableta y el 40% de las personas tiene celular.

- Problemas causados por el uso excesivo de la tecnología por parte de los niños:
Déficit de atención: En niños menores de 2 años puede darse porque su única atención está en la pantalla. Problemas de estudio: es fácil distraerse mientras se estudia.

- Aumento de las rabietas: especialmente en los niños pequeños, esto se debe a la sobreestimulación y, a veces, al contenido de video que ven.
- Un estilo de vida sedentario: Sentarse frente a una computadora o jugar con un teléfono o tableta durante largos períodos de tiempo, combinado con una dieta deficiente y poco ejercicio, puede contribuir a la obesidad infantil, y posiblemente la primera infancia traiga otras enfermedades.
- Adicción: el uso de estos dispositivos atrae al niño al ciclo de recompensa al producir dopamina, conocida como la hormona de la felicidad. El problema es que a edades tempranas no existe una herramienta como la moderación, que crea una obsesión que se convierte en adicción.
- Disminución de la capacidad para interactuar: Esto limita su capacidad para formar nuevas relaciones e interacciones con otros niños, así como su capacidad para interactuar físicamente.
- Las madres o personas que compran los productos de Teepeekids, sentirán que el costo/ beneficio del producto es inigualable, pues las telas, diseños y materiales son de alta calidad y durabilidad.
- Manejamos productos de alta calidad, con telas 100% para que los niños no sufran de ningún tipo de alergias. Además, son muy seguros y los niños pueden pasar horas y horas jugando. Nuestros materiales son de larga durabilidad y de fácil lavado.

- Las mamás deberían comprarles estos productos a sus hijos pues: Fomentan el juego libre y el descubrimiento, son una alternativa de juego a las pantallas, están fabricados en materiales de larga durabilidad y alta calidad, son ideales para jugar en solitario o en grupo, se pueden utilizar como lugar de juego o descanso, son fáciles de transportar, se adapta para todas las edades y tenemos diseños únicos e innovadores

- Los tepees serán el espacio preferido de los niños y explotarán al máximo su imaginación. Los teepees tienen las siguientes ventajas para los niños: son escenarios versátiles para el juego libre donde los niños pueden usar su imaginación al máximo; este es un espacio único para socializar con otros niños; las carpas se pueden utilizar para divertirse en grupo a través del juego simbólico y desestructurado, o para compartir espacios para actividades más relajadas como: leer cuentos, pintar, descansar, etc.

- El teepee se convierte en un santuario para los niños, donde pueden sentirse como ellos mismos, brindándoles una sensación de seguridad única; este espacio se convierte en un lugar para guardar y proteger tu tesoro, guardando en su interior tus objetos más valiosos y el lugar perfecto para una aventura en el exterior y finalmente, usándolo como una actividad real, dormir en nuestra tienda será una experiencia única.

- Conseguiremos mayores ventas por medio de Instagram. En los últimos años, hemos visto un aumento del 200% en la tendencia hacia las compras en línea. La


gente prefiere su comodidad y conveniencia de tener miles de productos con solo ir a sitios web, Instagram, Facebook y TikTok. Este sistema de compra se convirtió en la norma luego de las restricciones durante la pandemia, con los consumidores cambiando su comportamiento de compra y prefiriendo realizar sus compras de manera práctica, descubriendo así nuevos productos y servicios en tiempos difíciles y manteniéndose así fieles a muchas marcas.

- La pandemia ha puesto de relieve cómo los consumidores pueden destacarse al disfrutar de un tiempo de calidad en casa. Las reformas e inversiones en forma de vivienda indican la intención del usuario de renovar y mejorar la vivienda para disfrutar mejor de la misma. Además, la integración de modelos híbridos de teletrabajo aumenta el tiempo que pasan en casa, todo lo cual afecta la forma en que los consumidores compran y gastan cuando están cerca.
- En los últimos años, las redes sociales se han vuelto fundamentales para el ser humano y cada vez son más utilizadas para realizar compras, ya que son canales a través de los cuales los consumidores perciben un mayor grado de cercanía a las tiendas y personalización de los servicios, que, a su vez, las tiendas y marcas las utilizan para realizar sus compras. Comunicación y marketing, permitiéndoles optimizar el proceso de compra.
- Por último, los datos de registros de ventas no garantizan que el consumo en línea siga siendo una preferencia para los consumidores más allá del regreso a la rutina y las compras de proximidad. Los grandes sectores y pioneros del comercio

electrónico como el turismo, el ocio, la moda y la moda infantil mantendrán el nivel más alto.

Herramienta

Hipotesis para prototipado



Proyecto de Emprendimiento	Teepeekids		
Equipo Emprendedor	Laura campos Ventas y mercadeo	Laura rivera Distrucion y calidad	Emprendedor 3 Rol 3

Hipotesis del prototipado			
1	Si los niños entre 3 y 8 años utilizan los <u>teepees</u> desarrollaran habilidades <u>motoras</u> , sociales, etc.	Descriptivos	Si los niños juegan con su imaginación es muy probable que al no utilizar constantemente sus aparatos aleccionados desarrollen habilidades que les van a servir en su etapa adulta.
2	Los productos de <u>teepeekids</u> serán visto de buena calidad y costo	Explicativa	Manejamos excelentes materiales, de larga durabilidad y con telas especialmente para que los niños no desarrollen ningún tipo de alergias. Son cómodos y con diseños únicos.
3	Los <u>teepees</u> serán el espacio preferido para los niños	Inductivas	Los niños verán a los <u>teepees</u> con su lugar seguro donde puedan pasar muchas horas de diversión y felicidad. Además, al tener diseños únicos con los que más les guste, existirá una conexión inigualable.
4	Mayores ventas por medio de canales como Instagram	Predictivas	Queremos que nuestro canal principal en ventas sea por medio de Instagram, lo cual nos permitirá estar <u>mas</u> cerca al cliente y creando relaciones

Figura 16 Hipótesis prototipado

Fuente: Buping (2018) Prototipadora de Negocios.

<https://comunidad.socialab.com/challenges/miprimeraliado/idea/29713>

**Herramienta
Prueba de prototipado**

Buping
PROTOTIPADORA DE NEGOCIOS

Proyecto de Emprendimiento	Teepeekids		
Equipo Emprendedor	Laura Campos Ventas y mercadeo	Laura Rivera Distribución	Emprendedor 3 Rol 3

Nombre de la Prueba	Teepeekids	Tiempo de prueba	10 días	Cantidad participantes	6
----------------------------	------------	-------------------------	---------	-------------------------------	---

Descripción del problema	Hipótesis para prototipado
Muchos niños en edades tempranas son adictos a la tecnología, provocando así muchos problemas de temas psicológicos y matriciales.	
Objetivos	
Dar a conocer a los padres sobre el problema de poner pantallas a sus hijos desde edades tan tempranas y enseñar la importancia de nuestros productos para impulsar habilidades Montessori.	
Hitos positivos	Los niños se divierten en los teepees, pueden pasar mucho tiempo en ellos y explotar su imaginación. Las telas son excelente y productos de larga durabilidad.
Hitos Negativos	Queríamos implementar un tipo de tela polyester para que los productos sean <u>mas</u> económicos, pero las personas prefieren calidad.

Figura 17 Prueba prototipado

Fuente: Buping (2018) Prototipadora de Negocios.

<https://comunidad.socialab.com/challenges/miprimeraliado/idea/29713>

3.5.4. Elementos que funcionaron

Los principales elementos que funcionaron en la hipótesis fueron que los niños entre 3 y 8 años utilizaron los tepees por tiempos considerables, provocando así que los niños no dependieran de la tecnología en etapas tan tempranas. Esto trae consigo muchos beneficios como lo son que los niños de estas edades desarrollen habilidades que en un futuro y en su vida adulta les sirva para tener muchas capacidades, entre ellas está la concentración, comunicación, capacidad para crear relaciones y autoconocimiento.

Por otro lado, otra hipótesis que pudimos validar es que las madres que compran los productos de teepeekids, sentirán una relación muy buena costo/ beneficio, pues sienten que el producto es demasiado bueno a un precio excelente y, además, beneficiaría mucho a sus hijos en el ámbito psicológico y psicotécnico. Muchos nos mencionaron, que los productos son de alta calidad, con telas en algodón, lo cual ayuda a que si sus hijos tienen problemas en la piel, no les provoque ningún tipo de problema y, además, sentirse a gusto en ambientes con temperaturas muy agradables.

También, nos pudieron mencionar que los teepees al ser fabricados de diferentes tamaños, permite que sean adaptables en las habitaciones o lugares de juego de una manera fácil y correspondiente. Así pues, al ser escogido el diseño y colores de estos, puede hacer que su imagen sea homogénea dentro del cuarto, dado así un aspecto limpio y lindo dentro de este.

Finalmente, otra de las hipótesis validadas fue las compras on-line por medio de la red social Instagram, pues al subir 2 fotos de los teepees que tenemos diseñados, muchas personas nos empezaron a preguntar sobre el precio y tamaños. De este modo, pudimos concluir que queremos que Instagram sea nuestro principal canal de venta, pues al ser una red social de imágenes y videos podemos hacer post constantes, creativos los cuales pueden impulsar el proceso de compra y confiabilidad de los clientes.

3.5.5. Elementos que no funcionaron

Hicimos pruebas con otro tipo de telas, como lo es el polyester, pero vimos que esta era muy transparente y los niños que tienen piel sensible no podían estar un largo tiempo jugando

dentro de ellos. Con respecto a los costos, estos sí hacían que el teepee tuviera un valor más económico y tal vez implementándolo es posible llegar a más tipos de grupo objetivo.

Por otro lado, el tema de definir los tamaños se nos dificultó, pues no teníamos claro muy bien las medidas que debería tener, pero gracias a dos tipos de estudios que realizamos con personas diferentes y espacios, pudimos definir que lo mejor era de 1 metro y 1.5 metros. Finalmente, encontrar proveedores y colaboradores es muy complicado, pues en la actualidad las personas no tienen una buena actitud y disposición de trabajo. De este modo, planeamos realizar esquemas con especificación de cargo, donde vamos a definir cuál es la labor de cada persona y cuánto tiempo es el estimado para realizar cada acción, provocado así que tengamos procesos eficaces.

4. Finanzas

4.1. Margen de contribución por producto o servicios

4.1.1. Productos. En nuestra tienda, vamos a tener disponibilidad de 6 productos de los cuales cambian sus dimensiones y diseño. A Continuación, presentaremos los productos y precios:

Teepees unicolor

- Teepee 1 metro de base cuadrada: 300.000
- Teepee 1.2 metro de base cuadrada: 340.000
- Teepee 1.4 metros de base cuadrada: 380.000

Teepees diseños

- Teepee 1 metro de base cuadrada: 380.000
- Teepee 1.2 metro de base cuadrada: 420.000
- Teepee 1.4 metros de base cuadrada: 460.000

4.1.2. Costos variables Unitarios. En los costos variables unitarios de los productos, encontramos que para fabricarlos es necesario 4 palos de bambú, tela de algodón, colchonetas y tapones para los palos, dando un valor total de 97.000 la elaboración del teepee.

Tabla 4*Costos variables unitarios*

Costos Variables Unitarios	
Rubro	Valor (\$)
Palos de bambú	\$10.000
Tela	\$60.000
Colchonetas	\$25.000
Tapones	\$2.000
Total	\$97.000

Fuente: Elaboración propia

4.1.3. Costos fijos. Al ser un negocio on-line, no está en nuestros planes tener tienda física por tanto no existe en nuestros costos fijo un arriendo, pero al estar hacer los envíos en la propiedad familiar, Teepeekids va a aportar el 15% en los servicios públicos. Por otro lado, se incluye la cuota de manejo del banco Bancolombia, donde será guardado y ahorrado el dinero ganado.

Tabla 5*Costos fijos por mes*

Costos Fijos (Mes)	
Rubros	Valor (\$)
15% Servicios	25.000
Cuota de manejo Bancolombia	\$10.000
Total	\$35.000

Fuente: elaboración propia

4.1.4. Gastos fijos. En los gastos fijos tenemos claro que vamos a invertir 300.000 pesos colombianos en publicidad en las redes sociales, pues creemos que esta va a ser nuestro principal canal de venta. Además, se incluyeron los salarios de la costurera pues en temporadas bajas solo se contratará 1 persona y los salarios de los emprendedores donde tendremos un salario mensual de 1.000.000 de pesos colombianos.

Tabla 6*Gastos fijos por mes*

Gastos Fijos (Mes)	
Rubros	Valor (\$)
Publicidad en RS	\$300.000
Salario emprendedores	\$1.000.000
Salario costurera	\$1.000.000
Total	\$2.300.000

Fuente: elaboración propia

Tabla 7*Margen de contribución Teepee 1 metro de base cuadrada unicolor*

Teepee 1 metro de base cuadrada Unicolor	
Valor	\$300.000
Margen de contribución (\$)	\$203.000
Margen de contribución (%)	67,67%

Fuente: elaboración propia

Tabla 8*Margen de contribución Teepee 1 metro de base cuadrada Diseño*

Teepee 1 metro de base cuadrada Diseño	
Valor	\$380.000
Margen de contribución (\$)	\$283.000
Margen de contribución (%)	74,47%

Fuente: elaboración propia

Tabla 9*Margen de contribución Teepee 1.2 metro de base cuadrado*

Teepee 1.2 metro de base cuadrado Unicolor	
Valor	\$340.000
Margen de contribución (\$)	\$243.000
Margen de contribución (%)	71,47%

Fuente: elaboración propia

Tabla 10*Margen de contribución Teepee 1.2 metro de base cuadrada Diseño*

Teepee 1.2 metro de base cuadrada Diseño	
Valor	\$420.000
Margen de contribución (\$)	\$323.000
Margen de contribución (%)	76,90%

Fuente: elaboración propia

Tabla 11*Margen de contribución Teepee 1.4 metro de base cuadrada*

Teepee 1.4 metro de base cuadrado Unicolor	
Valor	\$380.000
Margen de contribución (\$)	\$279.200
Margen de contribución (%)	93,07%

Fuente: elaboración propia

Tabla 12*Margen de contribución Teepee 1.4 metro de base cuadrada Diseño*

Teepee 1.2 metro de base cuadrada Diseño	
Valor	\$420.000
Margen de contribución (\$)	\$323.000
Margen de contribución (%)	76,90%

Fuente: elaboración propia

4.2. Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto

En Teepeekids, obtuvimos el punto de equilibrio de todos nuestros 6 productos que vamos a manejar, los cuales se diferencian por el diseño y el tamaño de cada uno de ellos aumentando o disminuyendo su valor.

El producto que más se tiene que vender para llegar al punto de equilibrio es el Teepee de 1 metro de base cuadrada unicolor, pues se tienen que vender aproximadamente 12 unidades

dando así un valor de 3.267.078 pesos, ya que es el producto más económico que tenemos en la tienda con un valor de 300.000 pesos colombianos. Así pues, creemos que va a ser uno de los productos más vendidos por su tamaño y precio.

Tabla 13

Punto de equilibrio del producto en pesos y unidades

Punto de equilibrio del producto		
Producto	Punto de equilibrio en pesos	Punto de equilibrio en unidades
Teepee 1 metro de base cuadrada unicolor	\$3.267.078	12
Teepee 1.2 metro de base cuadrada unicolor	\$3.267.078	10
Teepee 1.4 metro de base cuadrada unicolor	\$2.401.504	8
Teepee 1. metro de base cuadrada Diseño	\$3.135.336	8
Teepee 1.2 metro de base cuadrada Diseño	\$3.036.223	7
Teepee 1.4 metro de base cuadrada Diseño	\$2.958.953	6

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el Teepee que menos tenemos que vender para llegar al punto de equilibrio es el Teepee 1.4 metros de base cuadrada con diseño, pues nuestros clientes tienen que comprar solo 6 unidades de este, teniendo ganancias de 2.958.953 pesos colombianos.

5. Modelo de negocio

En el modelo de negocio pudimos observar que nuestros socios claves son los proveedores de las telas, colchonetas, palos de bambú, tampones y las empresas de envío (Interrapidísimo), quienes entregan los pedidos en 3 días hábiles. En las actividades claves observamos que son la promoción y publicidad por las redes sociales, donde creemos que la principal fuente de ventas es por medio de Instagram.

Nuestra propuesta de valor es ofrecer teepees de excelente calidad con diseños únicos y funcionales para que los niños desarrollen habilidades motoras y exploten al máximo su imaginación. Los clientes potenciales de nuestro negocio son niños entre 3 y 8 años. Además, mamá de 25 y 40 años de estrato 4 en adelante, que quieran un espacio divertido para sus hijos con diseños lindos y únicos. Finalmente, tías y abuelas que quieran obsequiar un regalo robusto para sus nietos o sobrinos.

En cuanto a relaciones con los clientes es directa por medio del canal de WhatsApp para empresas con única línea de atención. Siendo nuestro porcentaje de ganancia cada teepee vendido.

5.1. Modelo de negocio económico

El Business Model Canvas, herramienta esencial para crear modelos de negocios, nos permitió describir los diferentes aspectos de nuestra idea de negocio como se especifica a continuación.



Figura 18 Business Model Canvas

Fuente: Business Model Canvas: la Herramienta definitiva para crear modelos de negocio. <https://www.emprenderalia.com/aprende-a-crear-modelos-de-negocio-con-business-model-canvas/>

5.2. Stakeholder map

En los Stakeholder pudimos encontrar que los principales o más importantes de nuestro negocio son los clientes potenciales, nuestras trabajadoras como lo son las costureras y nosotras las propietarias, quienes somos las que generamos nuevas ideas y somos la cabeza del negocio. Por otro lado, analizamos que los Stakeholder secundarios son nuestros proveedores, quienes se componen por Espucol quienes no ayudan con el tema de las espumas, Facol encargados de las telas y señoras del pasaje Rivas con los palos de bambú. Por otro lado, tenemos la competencia, quienes actualmente existen 3 con productos similares en el mercado, gracias a ellos nos fuerzan a estar innovando constantemente y en mejora.

Finalmente, los bancos son fundamentales, pues son quienes nos dan liquidez y nos ayudan a que el negocio pueda crecer sin límites.

Stakeholders primarios:

- Accionistas
- Trabajadores (Costureras)
- Clientes

Stakeholders Secundarios:

- Instituciones financieras: Dan solvencias a la empresa
- Proveedores de palo bambú pasaje Rivas
- Proveedores de tela Facol
- Proveedores de espuma Espucol
- Tipiland (Competencia)

STAKEHOLDER MAP

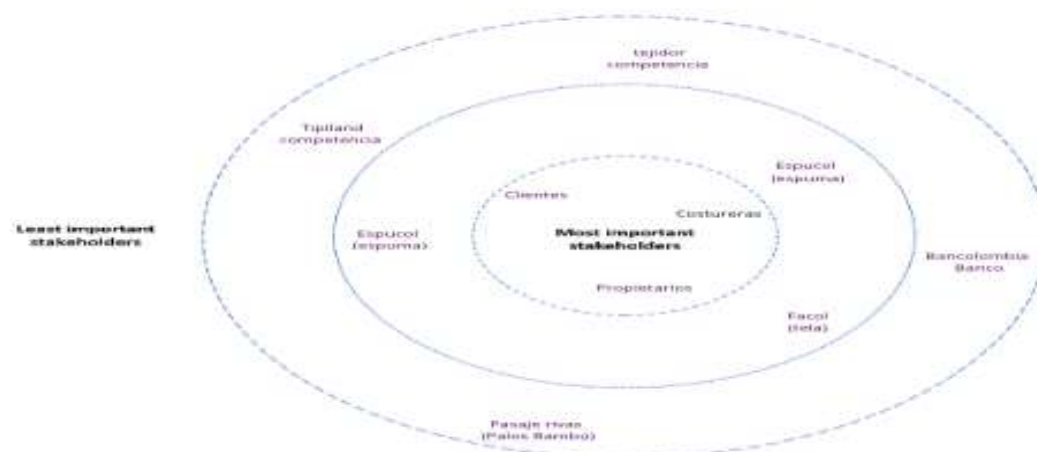


Figura 19 Stakeholder Map

Fuente: Mapa de Stakeholder: ¡elige a tus aliados estratégicos y fortalece tu idea de negocio!
<https://www.crehana.com/blog/negocios/mapa-de-stakeholders/>

5.3. Análisis PESTLE

En la figura 20 sobre el análisis PESTLE, encontramos varias situaciones que pueden afectar la toma de decisiones dentro de Teepeekids, así como su rendimiento actual y evolución futura en los 6 factores que se analizan a continuación.



Figura 20 Análisis PESTLE

Fuente: Elaboración propia

5.3.1. Factores Políticos. Las variables que elegimos son:

- **Acuerdos internacionales:** Esta variable la tomamos en cuenta ya que puede permitir en un futuro poder llevar los productos a nuevos territorios, sin embargo, también tenemos en cuenta, que posibles competencias entren al país.

- **Políticas de gobierno hacia el sector comercio:** Esto con el propósito de estar atentos a los cambios que el gobierno pueda generar hacia el sector y poder tener estrategias de cambio oportunas.
- **Conflictos externos e internos-guerras:** Esto puede dificultar el sistema operacional de TeepeeKids, pues no se sabe qué impacto ya sea directo o indirecto genere.

5.3.2. Factores Económicos. Entre los factores encontramos:

- **Inflación:** Estar en inflación puede generar un impacto negativo en la economía, ya que los precios por inercia tienden a subir, generando que la renta de las personas se vea afectada y se priorice otro tipo de gastos.
- **Tasa de cambio:** Esto influye también y dependiendo si la moneda nacional se aprecia o deprecia, se ve afectada el flujo de ventas e incluso los mismos precios.
- **Financiación-Estabilidad:** Contar con un capital monetario (inversión) que sostiene el funcionamiento de Teepeekids durante sus primeros años de creación y lograr que el negocio sea rentable o estable por sí mismo, es decir, por sus ingresos netos.
- **Índice de confianza:** Contar con un buen índice de confianza entre los consumidores, nos ayuda a generar mayores ventas y una mejor reputación de marca. Los clientes ponen su confianza en nosotros al adquirir los productos y es nuestra obligación cumplir con nuestra propuesta de valor, pues respetamos y agradecemos que elijan nuestros servicios.
- **Empleo:** Poder contribuir a la empleabilidad del país, pero así mismo poder cubrir con capital humano todas las áreas que sean necesarias en el funcionamiento del día a día de la empresa.

5.3.3. Factores Sociales. Los ingresos puesto que al tener una oferta para las personas desde el estrato cuatro hacia adelante, buscamos que el nivel de ingresos de las personas esté en una buena situación, ya que el precio de mercado promedio del producto está alrededor de los \$300.000 COP

5.3.4. Factores Tecnológicos. Encontramos los siguientes:

- **Internet:** Forma de conexión entre el sitio web, cliente y empresa. De esta forma muchas empresas a nivel mundial pueden ofrecer sus productos mediante la conexión que brinda el internet y su uso en plataformas, aplicaciones y/o redes sociales.
- **Plataforma digital:** Una forma de estar más cerca del cliente, además de contar con un diseño que genera armonía, confianza e información clara sobre los productos, su uso, y su garantía.

5.3.5. Factores Ambientales. Se destacan los siguientes

- **Materiales amigables con el medio ambiente:** Uno de nuestros objetivos no solo con el cliente, sino como empresa es poder generar el impacto negativo más mínimo al medio ambiente, por eso buscamos que nuestra materia prima cumpla con eso, además de tener una mayor durabilidad con el paso del tiempo.
- **Programa de reciclaje:** Manejamos un convenio con unos recicladores de la zona, esto con el fin de darle un segundo a aquellas partes o materiales que no usamos.

5.3.6. Factores Legales Se tuvieron en cuenta las siguientes:

- **Leyes sobre protección al consumidor:** Respetando la normatividad por parte del gobierno en aspectos en pro del cliente sin dañar su integridad.
- **Protección de datos:** Al manejar una página digital, tenemos que estar al tanto de proteger la información de nuestros clientes, ya que han brindado su confianza en nosotros, así como darle el uso adecuado, esto junto a un software de protección de datos y que ninguna parte se vea perjudicada.
- **Derechos de autor y propiedad intelectual:** Nuestra marca se basa en la originalidad, por eso siempre buscamos ser crear nuestros propios diseños y nuestras propias ideas de empresa, sin embargo, respetamos y esperamos ser respetados por nuestra competencia en cuanto a decisiones que incumplan o vulnere los derechos de propiedad intelectual y derechos de autor

5.4. Modelo de negocio sostenible

Usamos este modelo de negocio sostenible brindado por el área de emprendimiento de la Universidad del Rosario, teniendo en cuenta los aspectos económicos, ambientales y sociales para identificar la ruta o pasos a seguir en la actualidad y en el futuro para la buena ejecución y planeación del proyecto TeepeeKids.

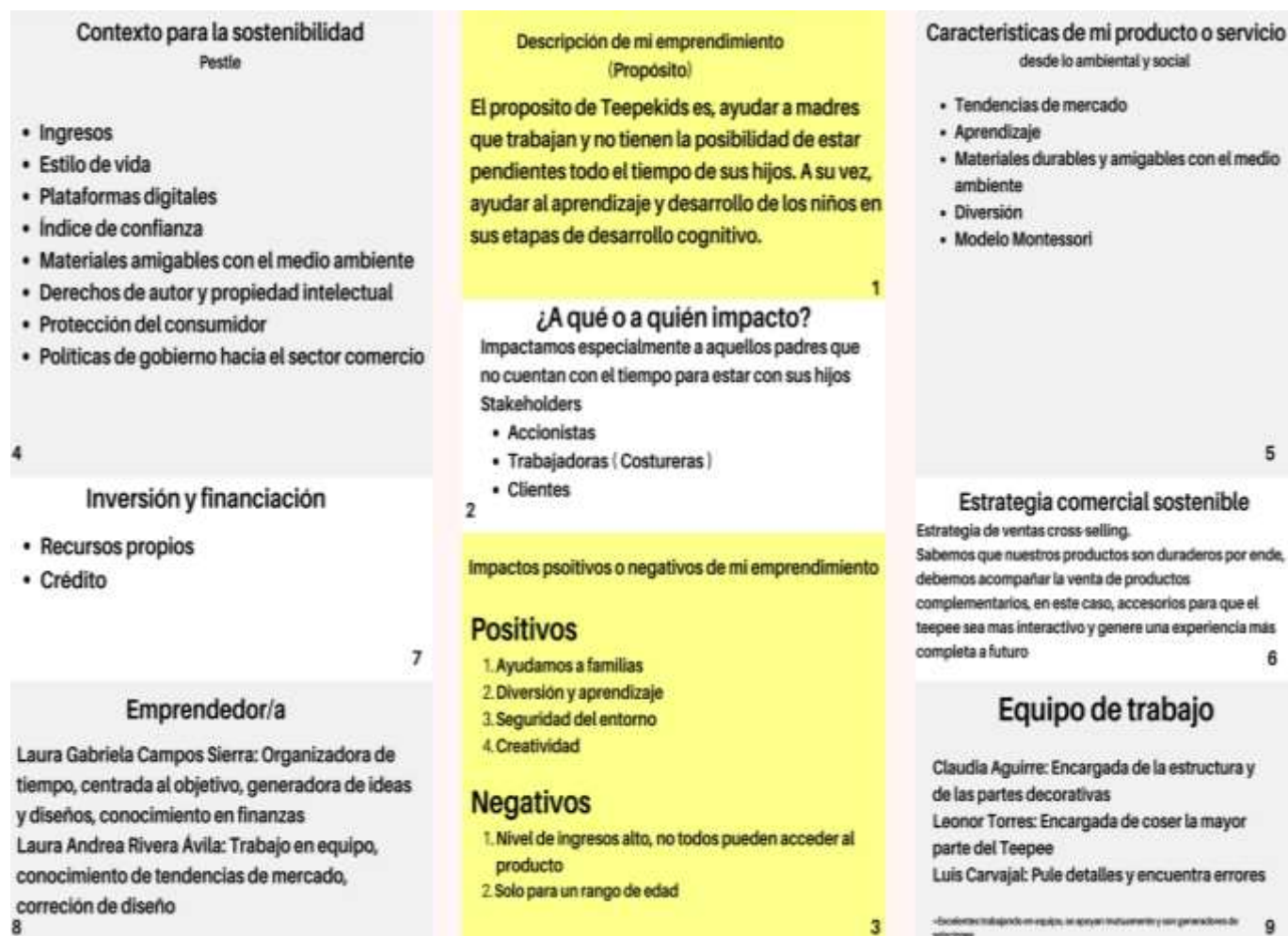


Figura 21 Canvas de sostenibilidad

Fuente: Elaboración propia

5.5. Definición de un plan de acción sostenible

Con este análisis de modelo de negocio sostenible, sabemos que debemos implementar varias rutas estratégicas en función de mitigar los impactos negativos que generará el proyecto, e incluso estar preparados para situaciones que se presenten a lo largo del proyecto. Deseamos generar una experiencia completa, por eso uno de nuestros objetivos es poder aliarnos con otros emprendimientos que estén en línea con lo que ofrecemos; claramente pensamos en un futuro poder crear ciertos accesorios complementarios a los teepees para que sea una compra más completa en el sentido del aprendizaje y diversión, pero sabemos que hay sin fin de ideas y

productos que pueden unirse a nuestro objetivo y lograr que los emprendimientos o alianzas crezcan juntas.



Figura 22 Plan de acción sostenible

Fuente: Elaboración propia

También sabemos que, en área del personal, mediante la empresa evoluciona, nosotros también; cada integrante humano que conforme TeepeeKids, por eso estamos atentos y dispuestos en agrandar nuestro aprendizaje, ya sea mediante cursos, diplomados, especializaciones u otras herramientas que generen conocimiento aplicable a Teepeekids.

En cuanto a la financiación, actualmente se cuenta con recursos propios, y un crédito por parte de la entidad financiera Bancolombia, para el desarrollo previo de los productos de Teepeekids, a futuro esperamos poder generar una estabilidad financiera que permita que el negocio puede ser capaz de costear aquellas implementaciones de mejora, sin embargo, a futuro esperamos poder seguir contando con créditos e inversionistas si fuese necesario

Todas estas implementaciones, se hacen con el propósito de ser mejores cada día y completar las expectativas de nuestros clientes de inicio a fin.

6. Conclusiones

El uso y abuso de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación (celulares, TV, videojuegos, etc.), sumado al confinamiento originado por el Covid 19 y la ausencia de padres o adultos en los hogares (por trabajo), genero graves problemas de salud tanto física (déficit de atención, obesidad infantil, diabetes, sedentarismo como mental (depresión, ansiedad, agresividad, trastornos alimenticios, etc.), especialmente en niños en etapa infantil (4 a 8 años). Adicionalmente, pasar horas frente a la computadora o sentado jugando en el celular o la Tablet vuelve vulnerables a los infantes al tener acceso a contenidos indeseables para su edad, así como el riesgo de sufrir cyberbullying, que sería incluso más grave que cualquier otro tipo de acoso escolar por la expansión inmediata y sin control que supone la red.

Como respuesta a esta problemática se plantea un emprendimiento “Teepeekids” que es una idea dedicada al diseño y fabricación de accesorios y juegos únicos para niños. Una fortaleza de nuestro producto es el material y diseño que manejamos, al ser hecho a mano, tenemos la posibilidad y facilidad de personalizar los productos sin que dañe la armonía del diseño, con el fin de lograr una conexión creativa y de diversión, entre el niño(a) y su teepee.

Nuestra inspiración está fundamentada en la metodología Montessori, en donde los niños cuentan con espacios limpios y seguros que les permiten desarrollar sus habilidades de manera natural, viviendo la experiencia llena de imaginación y aprendizaje sano. Es decir, queremos que los niños se diviertan y a su vez aprendan con todos nuestros productos pasando a un segundo plano la tecnología y para la clientela (padres, tíos y abuelos), la certeza que nuestros productos tendrán grandes beneficios para la vida de sus niños.

Después de realizar distintos estudios del mercado, la competencia, los productos, precios y clientes, se evidencio que el emprendimiento tiene competitividad con respecto a la competencia, nuestros productos se mantienen a un buen nivel en cuanto a la calidad, y asimismo, los precios son menores que los de la competencia.

El uso de estrategias de marketing es indispensables en la actualidad para la promoción y venta de bienes y servicios. En nuestro emprendimiento utilizaremos principalmente las redes sociales (Instagram y Facebook) y página web, donde los clientes tendrán la posibilidad de comprar nuestros productos desde la comodidad de su casa y a solo un clic.

7. Referencias Bibliográfica

Baeza, M. (8 de julio de 2019). Adicción a las nuevas tecnologías en los niños. *En Familia AEP* <https://enfamilia.aeped.es/vida-sana/adiccion-nuevas-tecnologias-en-ninos>

Educaconmontessori.com (s.f.). Tipis para niños. <https://www.educaconmontessori.com/tipis-para-ninos/>

Educaconmontessori.com (1 de julio de 2022). Tipi para niños: La mejor elección de compra para el 2021. <https://www.recursosmontessori.com/tipis-infantiles/comprar-tipi>

Me pica la etiqueta. (s.f.). Tipi para niños, ¿qué tipi infantil compro? <https://mepicalaetiqueta.com/tipi-para-ninos-cual-compro/>.

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (24 de abril de 2019). Recomiendan que los niños no usen pantallas hasta los dos años. <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454801>

¿Por qué jugar con tipis y cabañas gusta tanto a los niños y niñas? (22 de septiembre de 2021) *Jugaia*. <https://www.jugaia.com/es/blog/juego-tipi-tent-cabana-ninos-n49>

Stevens, M. [La Huertita del Pequeño Gran Matth']. (s.f.). Beneficios del tipi o teepee para niños. Ventajas jugar-imaginación. Cabaña carpa india estilo sioux [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vrYeNtD713I>

Terrés S. (5 de diciembre de 2019) Un tipi para jugar, soñar e imaginar. *Mamapsicologainfantil*. <https://www.mamapsicologainfantil.com/un-tipi-para-jugar-sonar-e-imaginar/>

Teepee Tent (s.f.) página web.

Totto (s.f.) Teepee Charlie - Color: Gris <https://co.totto.com/teepee-charlie-pdchte1005-222-3>

