

MODELO DE NEGOCIO ESSENTO ESTUDIO

PROYECTO DE CREACIÓN DE LINEA DE DISEÑO INTERIOR INFANTIL

LINA MARIA LÓPEZ ROMERO

Trabajo de grado para optar al título de Diseñadora de espacios y escenarios.

TUTOR

MBA, Esp. Jean René Riveros Rodriguez

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES
PROGRAMA DE DISEÑO DE ESPACIOS Y ESCENARIOS
BOGOTÁ 2022

MODELO DE NEGOCIO ESSENTO ESTUDIO

PROYECTO DE CREACIÓN DE LINEA DE DISEÑO INTERIOR INFANTIL

LINA MARIA LÓPEZ ROMERO

JURADO

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

AGRADECIMIENTOS

A Dios por brindarme el propósito en mi vida, a mi misma por siempre encontrar la manera, la disciplina y el coraje para continuar en los momentos que no han sido fáciles, , a mi esposo que ha sido incondicional, que se ha multiplicado para abrir espacio a cumplir este sueño que es de los dos, a mis hijos que me motivan a ser una mejor persona cada día y por quienes siempre me siento inspirada a trabajar para brindar Diseños que revolucionen la vida de los demás, a mis papás que siempre han creído en mí, que han sido soporte, apoyo, amor y empuje para ser profesional; a mis suegros y mis cuñadas que nunca dudaron en brindarme su ayuda con amor hacia nuestra familia, a mis hermanos por poner su granito de arena en este proceso, a mis profesores por brindarme todos sus conocimientos que hoy en día me permiten crecer como profesional, a mis amigas que me acompañaron por varios años y de las que aprendí no solo como estudiante sino como persona.

No me cabe la emoción en el pecho por lo agradecida que me siento con cada una de las personas que me aportó en este camino, que creyó en mí, me inspiró y me empujó a culminar este proceso.

¡Vamos por más!

ABSTRACT - ESPAÑOL

Este trabajo tiene como fin evidenciar el desarrollo de un modelo de negocio enfocado hacia la línea de diseño interior infantil de la empresa Essento estudio, que brinde soluciones a las necesidades evaluadas en la realidad de los usuarios que la empresa ha identificado a lo largo de su trayectoria; A través de la implementación de diferentes metodologías y herramientas de gestión de proyectos es posible visualizar la ruta de acción hacia la creación de un Servicio que responda a dichas necesidades y cumpla los objetivos de la empresa en el mercado.

No se encuentran entradas de índice.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción.....	8
-----------------------------	----------

2.	Contexto del Modelo Emprendedor.....	9
2.1.	Sector al que pertenece el emprendimiento.....	9
2.2.	Modelo de Negocio.....	9
2.3.	Oportunidad de Intervención.....	13
3.	Objetivos del Proyecto.....	14
3.1.	Reto del Proyecto.....	14
3.2.	Objetivo S.M.A.R.T.....	14
4.	Desarrollo del Modelo de Negocio.....	15
4.1.	Sistema de Desglose de trabajo – EDT.....	15
4.2.	Tiempos del Proyecto – PERT.....	16
4.3.	Calendario de Ejecución – GANTT.....	17
5.	Segmentación del Mercado.....	18
5.1.	Universo, Segmento y Nicho.....	18
5.2.	User Persona.....	19
5.3.	Stakeholders.....	21
6.	Propuesta de Valor.....	24
6.1.	Alegrías del Cliente.....	25
6.2.	Trabajos del Cliente.....	25
6.3.	Frustraciones del Cliente.....	26
6.4.	Generadores de Alegrías.....	26
6.5.	Aliviadores de Dolor.....	27
6.6.	Productos y Servicios.....	27
7.	Nueva Mirada del Modelo de Negocio.....	27
7.1.	Cuadro Estratégico.....	27
7.2.	Esquema de Cuatro acciones.....	29
7.3.	Matriz ERIC.....	30
8.	Modelo Financiero.....	30
8.1.	Recursos.....	31
8.2.	Costos del proyecto.....	31
8.3.	Gastos del proyecto.....	31
8.4.	Presupuesto.....	32

9. Conclusiones Generales.....	32
9.1.Conclusiones del Proyecto.....	32
9.2.Conclusiones sobre el Seminario.....	33
9.3.Reflexiones Disciplinarias.....	33

1. Introducción

A lo largo de la trayectoria de Essento se logra identificar que los espacios infantiles con frecuencia suelen ser pensados más para los adultos que acompañan al niño, carecen de pertenencia hacia el usuario y limita el desarrollo cognitivo y social del mismo, los espacios infantiles como las habitaciones e incluso las zonas comunes de la casa deberían enriquecer al niño en las diferentes áreas que lo componen como individuo.

A través del desarrollo de este modelo de negocio del proyecto el objetivo es brindar a los niños espacios que sean un foco de inspiración donde puedan crecer; enfocado hacia la importancia del Orden, las rutinas y el correcto acompañamiento del adulto en los espacios, Todo esto en torno a las necesidades que se identifiquen como familia.

Por medio de la estructura de Gestión de proyectos se desarrollará el estudio del contexto, la promesa de valor, los objetivos, el nicho de mercado, el producto o servicio que se va a ofrecer y en que tiempos es posible desarrollarlos para brindar respuesta a las necesidades del usuario. Teniendo en cuenta que Essento es una empresa que pretende brindar herramientas de educación y de mejoramiento de los entornos hacia el éxito del ser desde niño como punto de partida hacia un mundo mejor.

2. Contexto del Modelo Emprendedor

2.1 Sector al que pertenece el emprendimiento

El sector económico al que pertenece la empresa Essento Estudio en general es el sector terciario o de bienes y servicios más específicamente a la industrial de actividades especializadas de diseño.

2.2 Modelo de Negocio

El IKIGAI empresarial es una metodología japonesa implementada para descubrir el propósito en la vida a través del análisis de 4 diferentes áreas del individuo o empresa, esta metodología nos permite acercarnos al modelo de negocio.

- Lo que se ama hacer:

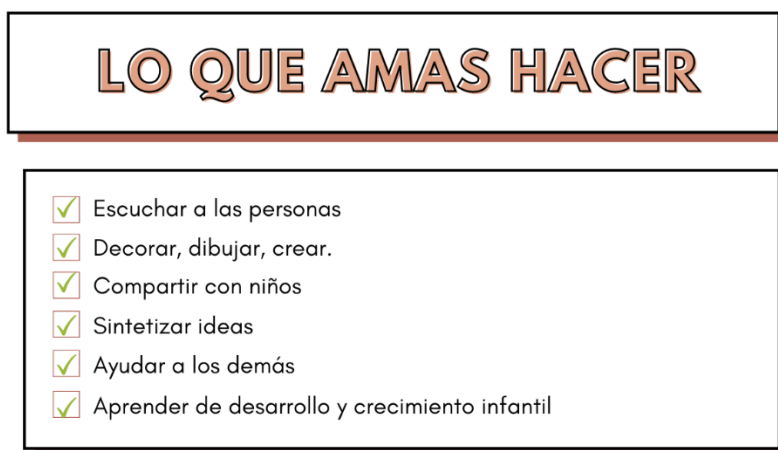


Imagen 1. IKIGAI. Creación propia

Conclusión: Amamos ayudar a los demás, en especial a los niños porque tienen facilidad para ver el mundo siempre desde las mejores perspectivas, son creativos, no piensan en limitaciones y nos enseñan a hacer todo sin ninguna otra intención más que disfrutar; Por eso comprenderlos, escucharlos, acompañarlos y actuar desde la niña interior que llevo dentro a su lado es la mejor manera de enriquecerse.

- En lo que es Bueno:

EN LO QUE SE ES BUENO

- ✓ Comunicar gráfica y verbalmente
- ✓ Comprender a los demás
- ✓ Organizando y Clasificando
- ✓ Diseñando espacios
- ✓ Socializando
- ✓ Identificando armonía y simetría visual.

Imagen 2.. IKIGAI. Creación propia

Conclusión: Logramos brindar proyectos visualmente armoniosos y tenemos una percepción espacial óptima para organizar y clasificar objetos en diferentes espacios a través de la comprensión del cliente y el usuario.

- Por lo que pagan los clientes:

POR LO QUE PAGAN LOS CLIENTES

- ✓ Proyecto de diseño de espacios
- ✓ Aprender acerca del uso del diseño
- ✓ Tener espacios funcionales y agradables
- ✓ Estimular el desarrollo de sus hijos

Imagen 3. IKIGAI. Creación propia

Conclusión: El diseño interior infantil es el principal servicio por el cual podemos trabajar.

- Lo que aporta al mundo:

LO QUE APORTA AL MUNDO

- ✓ Calidad de vida
- ✓ Bienestar
- ✓ Confort
- ✓ Espacios pensados para el desarrollo de niños felices (un mundo mejor).

Imagen 4. IKIGAI. Creación propia

Conclusión: Aportamos a un mundo que quiere mejorar su calidad de vida, estar presentes en el mundo físico a través del bienestar y confort que pueden transmitir los espacios y buscar un mejor futuro a través de la formación de personas autónomas, seguras, responsables y felices desde que son niños.

Partiendo de lo que somos buenos haciendo y lo que amamos hacer, tenemos como resultado nuestra pasión empresarial:

PASIÓN

Entender y ayudar a los niños y sus familias a desarrollarse como individuos a través de diseño de espacios infantiles creativos... su organización, función, actividades y estética visual.

Imagen 5. IKIGAI. Creación propia

Partiendo de lo que somos buenos haciendo y por lo que nos paga un cliente, tenemos como resultado nuestro perfil profesional:

PERFIL PROFESIONAL EMPRESARIAL

Empresa de diseño interior infantil que apoya el proceso educativo desde la experiencia de uso de los usuarios en contexto.

Imagen 5. IKIGAI. Creación propia.

Partiendo de nuestro aporte al mundo y en lo que somos buenos, tenemos como resultado nuestra vocación empresarial:

VOCACIÓN EMPRESARIAL

A través del diseño de espacios y metodologías en los mismos estimular el desarrollo infantil, brindando mejor calidad de vida, confort y bienestar para ofrecer al mundo niños felices con autoconfianza y vínculos afectivos estrechos.

Imagen 6. IKIGAI. Creación propia

Para nuestra visión unimos nuestra pasión empresarial y nuestro perfil:

VISIÓN

Ser una empresa enfocada en contribuir al Crecimiento de niños felices a través del diseño de espacios y actividades que fortalecen su autoconfianza y los vinculos familiares.

Imagen 7. IKIGAI. Creación propia

Para la misión se unieron vocación y perfil profesional:

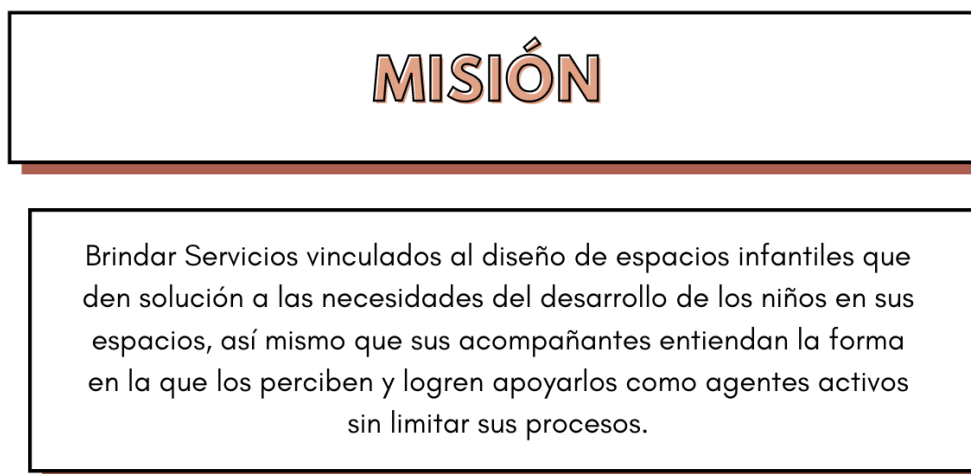


Imagen 8. IKIGAI. Creación propia

Finalmente, de la unión de estos ítems se crea nuestro IKIGAI o propósito empresarial:



Imagen 9.. IKIGAI. Creación propia

2.3 Oportunidad de intervención:

En el mercado donde se brinda el servicio de diseño de espacios infantiles y el desarrollo de la propuesta de diseño, se logró evidenciar que al tener un usuario (niño/hijo) principal distinto al cliente (papá/acompañante) se dan resultados de diseño que responden más a las necesidades del cliente que a las del usuario, esto a causa de la falta de comprensión de la información que brinda el cliente y posiblemente no brinda el usuario para resolver las necesidades de ambas partes.

Al analizar las dinámicas en los espacios intervenidos por empresas que brindan el servicio de diseño interior infantil exclusivo se llegó a las siguientes conclusiones:

- Los espacios son estéticamente muy armoniosos pero los niños no suelen realizar allí la mayoría de las actividades que los padres quisieran y que pidieron al diseñador incluir.
- Los espacios están muy bien distribuidos, pero no hay lugares adecuados y específicos para los objetos que necesita el niño en su etapa; lo cual genera desorden y limita el crecimiento del niño.
- A falta de orden y comprensión del espacio los tiempos en sus rutinas diarias son mas extensos, lo cual frustra a los papás y a su vez al niño.
- Hay demasiados muebles, objetos e información que saturan el espacio, parecen funcionales y muy estéticos, pero en realidad llevan al niño a hacer uso inadecuado de ellos, los puede dañar y genera emociones no aptas para las actividades.
- Al adquirir muebles exclusivos en cuanto a materiales los padres tienen la intención de cuidar de ellos, limitando el uso de los niños en los mismos y frustrando su desarrollo.
- El diseño no se adapta a la edad del niño, el tamaño de los muebles, el funcionamiento, la distribución y hasta la decoración limitan su desarrollo.

La oportunidad de negocio pretende resolver estas necesidades identificadas en la actualidad, a través de nuestro propósito empresarial generar una estructura de gestión del proyecto que conecte al espacio con el usuario, el cliente y la experiencia de uso; pues es evidente que en esta desarticulación de los agentes del diseño radica el resultado de espacios incompletos.

3.Objetivos del proyecto

3.1 Retos del proyecto:

- Diseñar las actividades y metodologías de organización y aprendizaje en el espacio partiendo de las necesidades y objetivos de la familia para fomentar el desarrollo del niño y estrechar los vínculos padres-hijo en casa campestre a las afueras de Bogotá del 3 de octubre al 29 de noviembre del 2022.
- Diseñar la habitación infantil desde la identificación del esquema de actividades y métodos trabajando en la distribución, el mobiliario y la decoración adecuada para mejorar la calidad de vida de la familia y garantizando el debido desarrollo de las actividades y métodos entre los actores y el espacio.

3.2 Objetivos S.M.A.R.T.

Los objetivos SMART son específicos, mensurables, alcanzables, relevantes y temporales. Son metas concretas que permiten analizar el desempeño de nuestros esfuerzos, ya sea en marketing o en cualquier área de una empresa que requiera ordenar y medir su trabajo de manera sistemática.

SMART es un acrónimo que hace referencia a cada una de las características que debe tener una buena meta. Así, un objetivo SMART es:

Specific (específico)

Masurable (medible)

Achievable (alcanzable)

Relevant (relevante)

Timely (temporal)³

- **Objetivo 1:**

Fomentar el desarrollo del niño a través del uso adecuado del espacio diseñado y el acompañamiento de la familia poniendo en práctica la metodología y las actividades direccionadas a los objetivos de aprendizaje a partir de la entrega del proyecto terminado.

- **Objetivo 2:**

Mejorar la calidad de vida de la familia entregando espacios diseñados para mantener el orden y aprender el hábito, a través de la clasificación de los objetos necesarios en la habitación y como el niño entiende en cada etapa el orden en sus espacios.

- **Objetivo 3:**

Brindar diseños de espacios que inspiren al niño y su familia a habitarlo y apropiarse del mismo a través de la experiencia del método y actividades para generar fortalecimiento en los lazos afectivos.

4. Desarrollo de negocio.

4.1. Sistema de desglose de trabajo - EDT.

Para lograr estructurar el modelo de negocio se desarrolla el EDT – WBS que es una matriz en forma de mapa mental que desglosa los paquetes de trabajo mostrando las actividades y los entregables de cada una para la ejecución del proyecto.

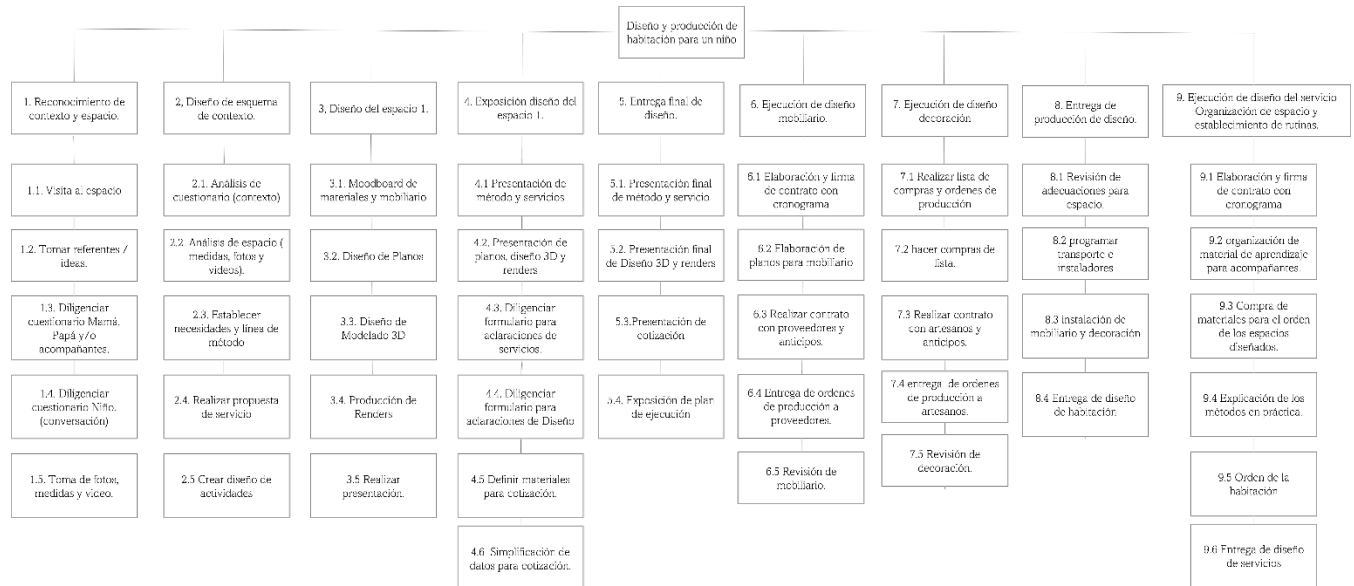


Imagen 10. IKIGAI. Creación propia

4.2. Tiempos del proyecto PERT

El Project Evaluation and Review Techniques (PERT), en español Técnica de Evaluación de proyectos, es una herramienta para generar planes realistas de acuerdo con los objetivos que se tienen en el proyecto.

Por medio de este diagrama observamos los paquetes de trabajo según la EDT y los tiempos por hora de ejecución para cada actividad; El tiempo esperado se halló estableciendo las variables T.O (tiempo optimista) T.E (tiempo esperado) y T.P (tiempo pesimista), con estas variables resolvimos la fórmula para hallar el tiempo esperado.

$$T.E = \left(\frac{T.O + 4(T.M) + T.P}{6} \right)$$

CLAVE	ACTIVIDAD	PREDECESORA	TIEMPO ESPERADO
A	Reconocimiento de contexto y espacio		5h

B	Diseño de esquema de contexto	A	16h
C	Diseño del espacio 1	B	80h
D	Exposición de diseño del espacio 1.	C	6h
E	Entrega Final	D	30.6h
F	Ejecución de diseño Mobiliario	E	160h
G	Ejecución de diseño decoración	E	90h
H	Entrega de producción de diseño	F Y G	32h
I	Ejecución de diseño del servicio Organización de espacio y establecimiento de rutinas	H	24h

Tabla 1. Diagrama PERT. Creación propia

4.3. Calendario de Ejecución – GANTT

El diagrama Gantt es una herramienta que nos permite visualizar en tiempo real la ejecución de cada actividad, cuando inicia y se finaliza además de lograr gestionar el proyecto hacia el éxito en cuanto a tiempos. En el diagrama podemos observar que el proyecto inicia en Octubre y finaliza en Noviembre y hay algunas actividades que pueden realizarse en tiempos alternos lo cual beneficia los tiempos de entrega, las actividades que requieren de más tiempo son las de ejecución del proyecto.

5.Segmentación del mercado:

5.1. Universo, Segmento y Nicho

Para hacer la segmentación de mercado se clasificó en Universo: que pertenece a la población total que tiene acceso a nuestra marca; Segmento: que son las personas interesadas en nuestros productos / servicios del Universo y Nicho: donde se encuentran las personas con preferencias y gustos enfocados a la marca del segmento, generalmente allí se encuentran los clientes potenciales.



Imagen 12. Universo, segmento y nicho de mercado. Creación propia

5.2 User persona

El user persona es un modelo de personaje ficticio que describe en diferentes áreas al cliente potencial para una marca. Nuestro user persona (cliente) es una mujer apasionada por su trabajo y también en su rol de mamá, le encanta aprender y siempre procura encontrar la manera de ser mejor en cada área de su vida, esta casada y tiene 2 hijos una niña de 12 años y un niño de 3 a quienes ama profundamente y quiere lo mejor para ellos, viven en una casa en las afueras de Bogotá pues le encanta conectar con la naturaleza y encontrar en su hogar un lugar de descanso y tranquilidad. Pasa su tiempo libre leyendo acerca de temas como la educación Montessori, novelas de ficción y autorrealización. En su casa tiene ayuda de una niñera para poder organizar su tiempo en todas sus ocupaciones y su familia, le encanta la decoración, vestirse a la moda, ayudar a los demás, hacer yoga y viajar.



Maria Alejandra

Edad

34 años

Sexo

mujer

Ocupación

Especialista en marketing

Estado Civil

casada

Nivel Educativo

Universidad

Biografía

Maria Alejandra es mamá, empresaria en el area de mercadeo, creativa, metódica, apasionada por aprender y viajar, Vive en una casa a las afueras de Bogotá con sus hijos y su esposo, le encanta su casa y sentirse acogida al llegar.

Necesidades

- Herramientas que faciliten su día a día en familia.
- Optimizar tiempos.
- Aprender acerca de educación infantil.
- Sentir tranquilidad y seguridad en los espacios de su casa.
- Que su casa este organizada y muy armoniosa.

Personalidad

Extrovertida

Emocional

Planificadora

Sensible

Motivaciones

- Trabaja por pasión y para brindarle una mejor calidad de vida a su familia.
- Siempre esta aprendiendo algo nuevo, le gusta buscar maneras de mejorar en cada rol de su vida.
- Le gusta el diseño, la decoración y el orden.
- Tener una mejor relación con sus hijos.

Imagen 13. Buyer persona 1. Creación propia

El segundo user persona (usuario) que identificamos es un niño amoroso, muy extrovertido, explorador, inteligente que le encanta jugar la mayoría del día y ve cada actividad que hace como una oportunidad para aprender. Le gusta hacer preguntas, compartir tiempo con sus papás, hacer manualidades, ver videos en youtube y salir a montar en bici y ser feliz. No le gusta ir a dormir ni tampoco que se le pierdan sus juguetes favoritos, piensa siempre en hacer actividades divertidas.



Imagen 14. Buyer persona 2. Creación propia

5.3. Stakeholders

Los Stakeholders son las personas que participan en el proyecto de manera directa o indirecta y se ven afectadas durante el desarrollo del proyecto. A través de la siguiente Matriz es posible identificarlos, analizar sus roles, responsabilidades, saber si son externos o internos, su nivel de interés y poder.

CATEGORIA DEL INTERESADO	INTERESADO (personas - entidades - naturaleza)	ROL EN LA EMPRESA	RESPONSABILIDADES DENTRO DEL PROYECTO	INTERNO / EXTERNO	INTERÉS (A - M - B)	PODER (A - M - B)
PARTICIPACIÓN ACTIVA	Gerente de proyecto	Diseñadora que lo dirige	Dirigir el diseño de los espacios y servicios de acuerdo a contextos. Dirigir el proyecto (ideas, moodboard, medidas, reuniones, contratos, decoración...)	INTERNO	A	A
	Asistente	Apoya la dirección de diseño	Elaborar planimetría y 3D.	INTERNO	M	B
	Diseñador Junior	Renderista	Elaborar Renders	INTERNO	A	M
INFLUENCIA ACTIVA (+ y -)	Acompañante de contexto	Persona que acompaña el aprendizaje de los servicios que se brindan	Aprender la metodología y acompañar la práctica de uso del espacio diseñado.	EXTERNO	A	A
	Niño (Usuario del espacio)	Persona que aprende el uso del diseño y servicios.	Entender y hacer uso correcto del espacio diseñado.	EXTERNO	A	A
	Proveedores	Asiste la producción del diseño	Producción de mobiliario de acuerdo a ordenes de producción del proyecto.	EXTERNO	M	A
	Instalador	Asiste la entrega del diseño	Instala el mobiliario en espacio diseñado.	EXTERNO	B	M
	Transportador	Asiste la entrega del diseño	Recoge y entrega el mobiliario en espacio diseñado.	EXTERNO	B	B
	Diseñador Gráfico	Apoya la producción del diseño	Elaboración de piezas gráficas que requiera para producción de proyecto.	EXTERNO	A	M
AFECTADOS (+ y -)	Mamá	Clientes	Entregar la información necesaria para elaborar el diseño, acompañar al niño y expresar sus expectativas. Recibir a satisfacción	EXTERNO	A	A
	Papá	Clientes	Brindar la información necesaria para elaborar el diseño, acompañar al niño y expresar sus expectativas. Recibir a satisfacción	EXTERNO	A	A
	Niño	Clientes	Ser auténtico y expresar sus ideas y expectativas.	EXTERNO	A	A
	Acompañantes	Clientes	Brindar la información necesaria para elaborar el diseño	EXTERNO	M	M

CATEROGIZACIÓN	
A	ALTO
M	MEDIO
B	BAJO

Tabla 3. Matriz categorización de interesados. Creación propia

IDENTIFICACIÓN DE RESPONSABILIDADES DENTRO DEL PROYECTO													
CATEGORÍAS DE ACTIVIDADES	Gerente de proyecto	Asistente	Diseñador Junior	Acompañante de contexto	Niño (Usuario del espacio)	Proveedores	Instalador	Transportador	Diseñador Gráfico	Mamá	Papá	Acompañantes	Profesor
Reconocimiento de contexto y espacio	R	I	I	R	R	I	I	I	I	R	R	R	C
Diseño de esquema de contexto	R	R	I	C	C	I	I	I	I	C	C	C	C
Diseño del espacio 1	R	R	R	I	I	I	I	I	R	I	I	I	C
Exposición de diseño del espacio 1.	R	R	I	A	A	I	I	I	I	A	A	A	C
Entrega Final	R	R	R	A	A	I	I	I	R	A	A	A	C
Ejecución de diseño Mobiliario	R	R	R	A	A	R	R	R	I	A	A	A	C
Ejecución de diseño decoración	R	R	R	A	A	R	R	R	R	A	A	A	C
Entrega de producción de diseño	R	R	I	I	A	R	R	R	R	A	A	A	C
Ejecución de diseño del servicio Organización de espacio y establecimiento de rutinas	R	R	I	R	R	R	I	I	I	R	R	R	C
CATEROGIZACIÓN RESPONSABILIDAD													
R	RESPONSABLE - OBJETIVOS		RESPONSIBLE										
A	APROBAR - AUTORIDAD		ACCOUNTABLE										
C	CONSEJERO - CONSULTOR		CONSULTED										
I	INFORMADO		INFORMED										

Tabla. Identificación de responsabilidades.. Creación propia

6.Propuesta de Valor

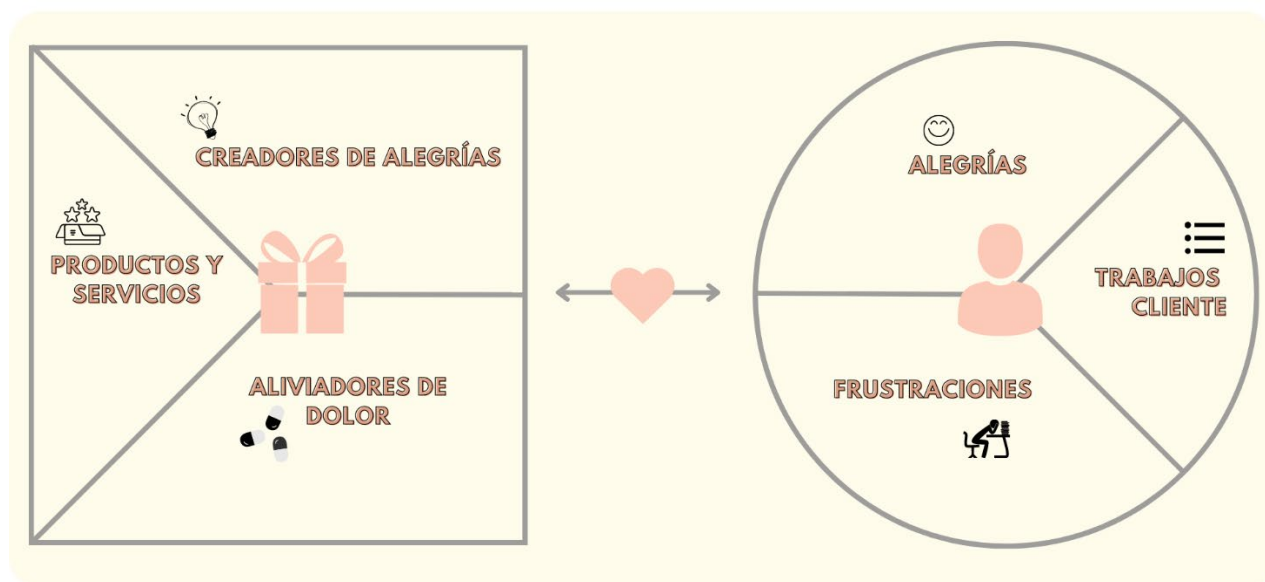


Imagen 17. Propuesta de valor. Creación propia

Teniendo en cuenta el esquema del Jos To Be Done y las variables que como empresa podemos ofrecer según los aspectos sociales, funcionales y emocionales estructuramos la promesa de valor.

PROMESA DE VALOR

Diseñar espacios infantiles basados en el Diseño del desarrollo de actividades de acuerdo a la metodología adecuada para cumplir los objetivos de aprendizaje, crianza, rutinas, relaciones y desarrollo que los papás pretendan fomentar en el niño. Brindar como complemento servicios de aprendizaje de organización de espacios que involucren al niño y a sus acompañantes para entender y dar un mejor uso a los espacios.

Imagen 18. Promesa de Valor. Creación propia.

6.1 Alegría del cliente

ALEGRÍAS

- Que sienta empatía y conexión con la Diseñadora.
- Que se sienta con un diseño exclusivo.
- Que haya cumplimiento en la entrega del proyecto.
- Que a través del diseño encuentre soluciones a su calidad de vida y la del usuario..
- Que experimente reconocimiento y acercamiento con su familia gracias al proyecto.
- Que pueda optimizar tiempo encontrando diseño, aprendizaje y ejecución del proyecto en un solo lugar.
- Que se sienta entendido, acompañado y seguro en la toma de decisiones del proyecto.
- Tener un diseño ideal a sus necesidades espaciales y expectativas.
- Que el diseño se adapte a los gustos del cliente y el usuario

TRABAJOS CLIENTE

Emocionales:

- Mejorar el acompañamiento de aprendizaje de sus hijos
- Mejorar la relación con su hijo al entenderlo a través de la práctica en el espacio.
- Fomentar alta autoestima, independencia y alegría en el proceso de práctica del método en el espacio.

Funcionales:

- Mantener el orden y brindar una estructura de rutinas en el espacio.
- Optimizar los tiempos a través del orden y los métodos en el espacio.

Sociales:

- Sentir reconocimiento en sus roles como mamá y ama de casa.

Imagen 20. Alegrías y Trabajos. Creación propia.

FRUSTRACIONES

- Que el diseño sea muy agradable pero no funcione en el día a día del niño.
- Que al niño le guste pero no esté activo en los espacios el tiempo que debería.
- Que sea un diseño exclusivo pero la mayoría del tiempo esté desordenado y sea difícil encontrar las cosas.
- Que los muebles se deterioren a corto plazo por diseño, material o uso inadecuado.
- Que sea funcional solo a corto plazo.
- Que el proceso de diseño sea extenso por falta de comprensión.
- Que el espacio esté diseñado más para los papás o no esté pensado para el tiempo de calidad papás e hijo.

CREADORES DE ALEGRÍA

- Diseñar espacios infantiles según las necesidades de la familia.
- Escuchar atentamente a los papás para comprender sus ideas, necesidades, estilo, gustos y objetivos.
- Prestar atención especial al espacio a diseñar en conjunto con las zonas requeridas según objetivos.
- Que el niño en el día a día del uso de los espacios se sienta feliz.
- Ofrecer diseños que optimizan tiempos, y facilitan la crianza.
- Vincular la relación mamá-papá-hijo como actividad a través del espacio.
- Brindar las herramientas para que el niño logre aprender y desarrollarse en el espacio.
- Que el cliente a través de las reuniones logre aclarar sus objetivos y verlos reflejados en el espacio.

Imagen 21. Frustraciones y creadores de alegría. Creación propia.

ALIVIADORES DE DOLOR

- Brindar espacios agradables al niño a través de las actividades.
- Diseñar muebles versátiles que apoyen el crecimiento del niño.
- Diseñar en conjunto con el espacio las actividades para los actores un manual de uso.
- Brindar diseños que se puedan ordenar a través de metodologías aptas para el usuario.
- A través de cuestionarios y gráficas poder entender mejor al cliente y que la propuesta sea clara .

PRODUCTOS Y SERVICIOS

- Diseños infantiles a medida para la edad.
- Diseños que producen al niño alegría.
- Distribución óptima del espacio.
- Espacios con diseño muy agradables al cliente.
- Mobiliario de calidad que perdura en el tiempo.
- Mobiliario funcional que desarrolla independencia.
- Diseño interior infantil enfocado haci temáticas.

Imagen 22. Aliviadores de dolor/ productos y servicios. Creación propia.

7. Nueva mirada del modelo de negocio

7.1. Cuadro estratégico

El cuadro estratégico es una gráfica que nos permite visualizar y evaluar algunas variables importantes acerca de las empresas que compiten en el nicho de mercado al que pertenecemos.

Para lograr tener una idea mas estructurada de quienes son las competencias se resolvieron las siguientes preguntas:

1. ¿Qué competidores existen y quiénes son?	Babyroom: es una empresa de diseño interior infantil que se enfoca hacia la creación de habitaciones temáticas, su promesa de valor está en ofrecer espacios multisensoriales. Kiki: es una empresa enfocada en la fabricación de mobiliario funcional.
2. ¿Cuál es el tamaño de la empresa competidora más fuerte y su aspecto más valorado?	Babyroom: es una empresa mediana, su aspecto más valorado es la calidad, exclusividad y originalidad de su mobiliario. Kiki: es una empresa mediana, su aspecto mas valorado es la trayectoria y calidad.
3. ¿Cuál es la venta de los competidores?	Babyroom: Venta de diseño y ejecución de los mismos. Kiki: Mobiliario infantil funcional en conjunto. (cama, mesa de noche, escritorio...)
4. ¿Cómo es la calidad del producto o servicio?	Babyroom: Ofrecen Diseños con cumplimiento y a gusto estético del cliente, el mobiliario y la decoración es de alta calidad. Kiki: alta calidad, precio alto, diseño común.
5. ¿Quién es mi competencia directa e indirecta?	Competencia directa: Babyroom Competencia indirecta: Kiki diseño interior
6. ¿Qué servicios ofrece la competencia?	Babyroom: Diseño interior exclusivo, temático, creativo; Mobiliario de calidad y con diseños poco convencionales a precios altos. Kiki: Mobiliario infantil funcional
7. ¿Qué tipos de promociones y acciones de marketing se realizan?	Babyroom: Voz a voz y redes sociales, En las fechas especiales lanzan promociones. Kiki: google ads, redes sociales, punto de venta directo, paquetes de mobiliario.

Tabla 4. Cuadro estratégico. Creación propia.

Analizando esta información acerca de la competencia logramos identificar que Babyroom es una empresa mediana enfocada en publico que busca exclusividad estética, esta constantemente renovando el mobiliario que ofrece, pero tiene ya un catalogo establecido del cual eligen el mobiliario para complementarlo con la decoración temática. Kiki se enfoca mucho más hacia el cliente que busca lo funcional y lograr fácilmente amoblar los espacios de los niños, comprando excelente calidad a precios justos.

Por lo anterior se lograron identificar 7 variables relacionadas con entregas y servicios y una variable que no manejan ninguna de las empresas anteriormente mencionadas, en la siguiente grafica se califica se 1 a 10 cada variable, siendo 1 la valoración mínima y 10 la valoración máxima.

	Precio	Calidad	Exclusividad	Productos o Servicios complementarios	innovación	Venta de mobiliario	Reconocimiento
Babyroom	8	7	10	2	7	7	8
Kiki	6	9	7	2	4	10	9

Tabla 5. Variables de valor. Creación propia.

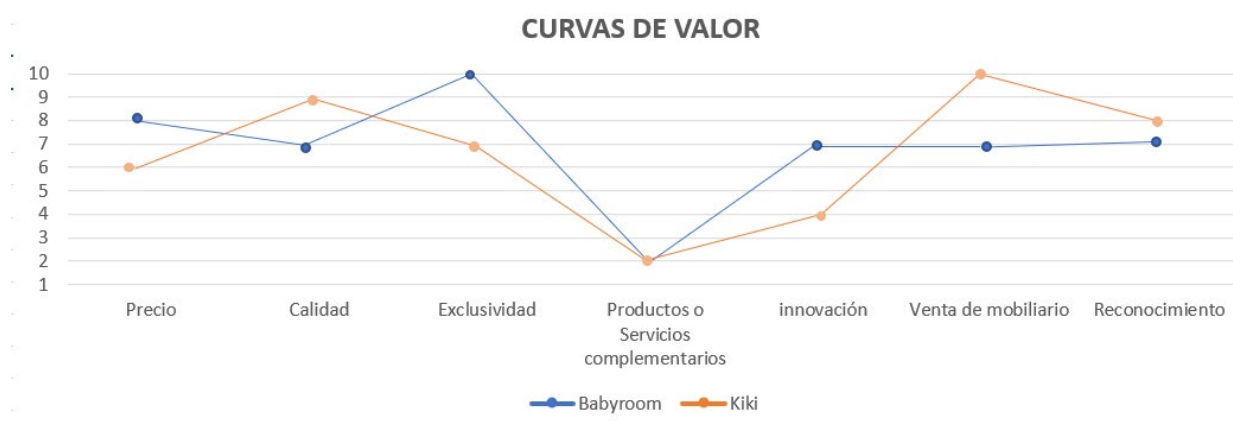


Imagen 22. Análisis curva de valor. Creación propia.

7.2. Esquema de cuatro acciones

Tomando como referencia la curva de valor con las variables respectivas en cada empresa realizamos el análisis para eliminar, reducir, incrementar o crear variables que nos permitan brindar una mejor propuesta a nuestro nicho de mercado y crear una nueva curva de valor que proyecte los océanos azules es decir las oportunidades en el mercado.

ELIMINAR

- Venta de mobiliario fuera del diseño.

REDUCIR

- Publico Objetivo.

CREAR

- Diseño de experiencia de uso.

INCREMENTAR

- Exclusividad.
- Servicios complementarios.
- Mejor atención al cliente.

7.3 Matriz ERIC

A continuación, podemos visualizar la curva de valor con las modificaciones de las 4 variables en comparación con nuestra marca donde se abarcan los océanos azules.

	Precio	Calidad	Exclusividad	Productos o Servicios complementarios	innovación	Venta de mobiliario	Reconocimiento	Diseño de experiencia de uso
Babyroom	8	7	10	2	7	7	6	1
Kiki	6	9	7	2	4	10	7	1
Essento Kids	8	9	10	9	9	1	8	10

Tabla 6. Variables de valor 2. Creación propia.

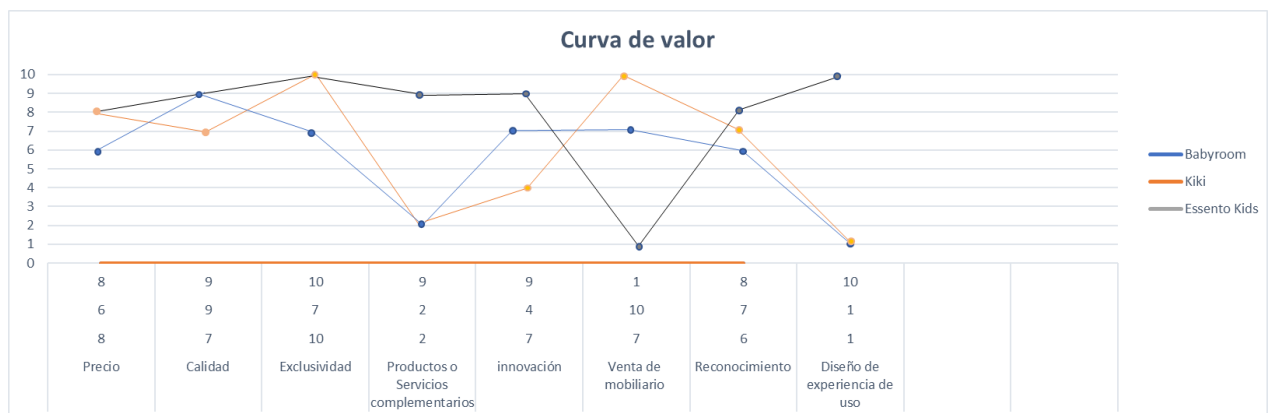


Imagen 22. Análisis curva de valor2. Creación propia

8. Modelo Financiero

item	Actividad	Duración	Inicio	Fin	Recursos					
					Materiales	Humanos	Tecnológicos	Requerimiento	cantidad y/o medida	Presupuesto
1	Reconocimiento de contexto y espacio	5h	3-oct	3-oct						
1,1	Visita al espacio	1/2h	3-oct	3-oct	PC	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	N/A	0,5	COP 18.880,21
1,2	Tomar referentes / ideas	1/2h	3-oct	3-oct	Ipad	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Apuntes	0,5	COP 18.880,21
1,3	Diligenciar cuestionario Mamá, papá y/o acompañantes	2h	3-oct	3-oct	Ipad	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Cuestionario	2	COP 75.520,83
1,4	Diligenciar cuestionario Niño (conversación)	1h	3-oct	3-oct	Ipad	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Cuestionario	1	COP 37.760,42
1,5	Toma de fotos medidas y video	1h	3-oct	3-oct	CELULAR	DISEÑADOR SENIOR	CAMARA	Carpeta con registros	1	COP 37.760,42
2	Diseño de esquema de contexto		4-oct	5-oct						
2,1	Análisis de cuestionario (contexto)	2h	4-oct	4-oct	Ipad, cuaderno y esfero	DISEÑADOR SENIOR	DATOS EN LA NUBE	Cuestionario	2	COP 75.520,83
2,2	Análisis de espacio (medidas, fotos y videos)	2h	4-oct	4-oct	Ipad, cuaderno y esfero	DISEÑADOR SENIOR	DATOS EN LA NUBE	Cuestionario	2	COP 75.520,83
2,3	Establecer necesidades y línea de método	3h	4-oct	4-oct	PC	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Datos	3	COP 113.281,25
2,4	Realizar propuesta de servicio	3h	4-oct	4-oct	PC	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Documento PDF	3	COP 113.281,25
2,5	Crear diseño de actividades	6h	4-oct	5-oct	PC	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Documento PDF	6	COP 226.562,50
3	Diseño del espacio 1		6-oct	20-oct						
3,1	Moodboard de materiales y mobiliario	4h	6-oct	7-oct	PC	DISEÑADOR + ASISTENTE	SOFTWARE	Análisis de cuestionarios	4	COP 213.020,83
3,2	Diseño de planos	16h	7-oct	7-oct	PC	ASISTENTE	SOFTWARE	Mood board	16	COP 247.916,67
3,3	Diseño de modelado 3D	24h	7-oct	13-oct	PC	DISEÑADOR JUNIOR	SOFTWARE	Planimetría y Moodboard	24	COP 500.000,00
3,4	Producción de Renders	28h	13-oct	19-oct	PC	DISEÑADOR JUNIOR	SOFTWARE	Modelado 3D y Moodboard	28	COP 583.333,33
3,5	Realizar presentación de Diseño	8h	20-oct	20-oct	PC	DISEÑADOR + ASISTENTE	SOFTWARE	Paquete completo de Diseño de los espacios	8	COP 426.041,67
4	Exposición de diseño del espacio 1.		21-oct	21-oct						
4,1	Presentación de método y servicios.	1h	21-oct	21-oct	PC	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Reunion en la oficina	1	COP 37.760,42
4,2	Presentación de planos, diseño 3D y renders.	1,5h	21-oct	21-oct	PC	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Presentación del diseño completo	1,5	COP 56.640,63
4,3	Diligenciar formulario para aclaraciones de servicios.	0,5h	21-oct	21-oct	IPAD	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Cuestionario	0,5	COP 18.880,21
4,4	Diligenciar formulario para aclaraciones de diseño.	0,5h	21-oct	21-oct	IPAD	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Cuestionario	0,5	COP 18.880,21
4,5	Definir materiales para cotización	2h	21-oct	21-oct	IPAD	DISEÑADOR + ASISTENTE	SOFTWARE	Muestras de materiales	2	COP 106.510,42
4,6	Simplificación de datos para cotización.	0,5h	21-oct	21-oct	IPAD	DISEÑADOR + ASISTENTE	SOFTWARE	Documento pre cotización	0,5	COP 26.627,60
5	Entrega Final		24-oct	26-oct						
5,1	presentación final de metodo y servicios.	2	24-oct		PC	DISEÑADOR+ASISTENTE	SOFTWARE	Presentación con ajustes de diseño1	2	COP 72.656,25
5,2	presentación final de Diseño 3D y renders.	4	24-oct	25-oct	PC	DISEÑADOR +ASISTENTE	SOFTWARE	preentacion con ajustes de diseño1	4	COP 145.312,50
5,3	presentación de cotización.	19	25-oct	26-oct	PC	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Documento pdf de cotización	19	COP 717.447,92
5,4	Exposición de plan de ejecución.	3	26-oct	26-oct	PC	DISEÑADOR SENIOR	SOFTWARE	Brochure	3	COP 113.281,25
									COSTOS VARIABLES	COP 4.077.278,65

Tabla 7. Matriz de presupuesto. Creación propia.

8.1 Recursos

Para ejecutar el proyecto en la fase del servicio de diseño interior y de experiencia del usuario se necesitan diferentes recursos; 3 personas con diferentes niveles de conocimiento, Diseñador Senior, Junior y asistente en diseño. Adicional algunos recursos materiales como, computadores, tablets, cuadernos, esferos, etc... y algunos recursos tecnológicos como cámaras y programas de diseño.

8.2 Costos del proyecto

Para determinar los costos del proyecto en la fase del servicio de diseño interior y de experiencia del usuario se le dio un valor determinado real a cada recurso por horas de la siguiente manera.

Item	CARGO	Contrato	Salario	Adicionales	Gasto Total				
					Parafiscales	Prestaciones		Total Mensual	Total Horas
1	ADMINISTRATIVO								
1,1	GERENTE	Fijo	\$ 4.000.000		\$ 1.000.000,00	2000000		COP 7.000.000,00	COP 36.458
2	OPERARIOS								
2,1	DISEÑADORA SENIOR	Fijo	\$ 3.000.000		\$ 750.000,00	\$ 1.500.000,00		COP 5.250.000,00	COP 27.344
2,2	ASISTENTE DE DISEÑO	Fijo	\$ 1.700.000		\$ 425.000,00	\$ 850.000,00		COP 2.975.000,00	COP 15.495
2,3	DISEÑADOR JUNIOR	Fijo	\$ 2.000.000,00		\$ 500.000,00	\$ 1.000.000,00		COP 3.500.000,00	COP 18.229

Tabla 8. Matriz de costos. Creación propia.

8.3 Gastos del proyecto

Los gastos del proyecto están asociados a los recursos necesarios para la administración del proyecto.

GASTOS (INSUMOS)	VALOR
PAPELERÍA	\$ 10.000
MANTENIMIENTO DEL VEHICULO	\$ 100.000
OFICINA	\$ 1.687.500
MUESTRAS DE MATERIALES	\$ 200.000
TOTAL	\$ 1.997.500

Tabla 9. Matriz de Gastos. Creación propia.

8.4 Presupuesto

El presupuesto que se requiere para el diseño interior y de experiencia del usuario es de \$5.288.320.

PRESUPUESTO	
COSTOS	GASTOS
COP 3.290.820,31	\$ 1.997.500
TOTAL	COP 5.288.320,31

Tabla 10. Presupuesto. Creación propia.

9. Conclusiones Generales

La línea de diseño interior infantil creada a partir del diseño de experiencia de uso en complemento con el servicio de organización de espacios infantiles es la respuesta a la necesidad de muchas familias que no solo buscan calidad, efectividad y autenticidad en el diseño sino funcionalidad y herramientas para mejorar la calidad de vida de los niños y de ellos como padres.

A través del proceso de gestión del proyecto se logró identificar la desarticulación entre los usuarios y el espacio, un aspecto que dejamos de lado frente a los proyectos por darle prioridad a la estética e innovación en cuanto a forma; esto me recuerda que como lo aprendí durante el trayecto de la carrera y ahora durante el proceso de estructura del proyecto el centro del diseño es el usuario de allí se puede crear infinidad de posibilidades que brinden soluciones y herramientas a cada uno.

Los niños, así como los adultos son usuarios que también deben ser entendidos, escuchados y analizados alrededor de los procesos de diseño de cada proyecto; Adicional a esto logré comprender los roles de algunos agentes activos dentro de las dinámicas del mercado, el cliente, el usuario, cliente - usuario y la marca.

9.4.Conclusiones sobre el Seminario

Gracias al Seminario de Gestiona ágil del emprendimiento creativo logre estructurar el modelo de negocio que tenía en mente desde mi emprendimiento, esto quiere decir que me pondré a la tarea de aplicar como proyecto de vida lo aprendido durante el seminario. Comprendí algunas falencias por mejorar en mi día a día como emprendedora y la importancia de aplicar la organización de los procesos en cada área para minimizar el riesgo de fracaso, los problemas financieros y el estrés de los que somos responsables. Tengo claro que quiero escalar mi emprendimiento para convertirlo en una empresa aplicando las bases de lo que la hará crecer y mantenerse en el tiempo.

9.5.Reflexiones Disciplinarias

Como diseñadora poder fusionar las estrategias proyectuales y la capacidad de crear espacios para las personas a través de ellas me empodera porque puedo brindar mejores soluciones como profesional y tener éxito en ello. Pienso que en algunos casos las ideas son tan extensas que es complicado llevarlas a la realidad, por medio de lo aprendido en el seminario es posible desarrollarlas de manera adecuada y realista llegando a la innovación como característica diferencial de nuestra profesión.

