



**El desarrollo de un juego que sea una alternativa de entretenimiento saludable durante la
pandemia**

Karen Meliza Caro Cantillo

Maritza Arias Hernández

Opción de grado

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior -CUN

Nota de autor

Karen Meliza Caro Cantillo, Estudiante de Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior Sede Bogotá, La correspondencia con este tema debe ser dirigida a Karen M. Caro, Universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior Sede Bogotá, Cl. 12b # 4-79 Bogotá, Colombia.

Contacto: Karen.Caroca@cun.edu.co

Contenido

Compromiso de autor	5
Resumen ejecutivo	6
Introducción	7
Objetivos	7
General.....	7
Específicos.....	7
Claves para el éxito	7
Análisis del entorno.....	8
Objetivos de desarrollo sostenible	8
Trabajo decente y crecimiento económico.....	8
Industria, innovación e infraestructura.....	9
Producción y consumo responsable.....	9
Teoría del valor compartido	9
Tecnologías disruptivas	9
Análisis del sector económico.....	10
Análisis PESTEL.....	10
Político.....	10
Económico.....	13
Social	14
Tecnológico	15
Orígenes de los juegos de mesa.....	15
Introducción de los tableros.....	15
Ecológico	17
Legal.....	18
Identificación del problema reto u oportunidad	19
Elección del reto	20
Árboles de problemas y objetivos	22
Alternativas de innovación.....	24
Interpretación de resultados	25
Variables	25
Descripción de la idea de negocio	26
Innovación	26
Contextualización de la empresa	27

Análisis de la demanda	28
Análisis de la oferta	28
Análisis de la comercialización y de los proveedores	28
Segmentación del mercado	30
Descripción del cliente	30
Clientes y usuarios	30
Metas	35
A corto plazo	35
Mediano plazo	35
Largo plazo	35
Propuesta de valor	35
Mapa de valor	35
Perfil del cliente	36
Diseño del producto	37
Materiales y maquinaria	37
Diagrama de bloques	40
Cadena de Valor	41
Descripción.	42
Precio de venta	42
Costos de producción	42
Indicadores de calidad	42
Empaque y etiqueta.	43
Ficha técnica	45
Ciclo de vida del producto	47
Prototipo	48
Características del producto	48
Características del prototipo	48
Tablero.	48
Cartas.	48
Fichas.	48
Dados.	48
Interacción con el prototipo	49
Maqueta	49
Modelo Running Lean	50

El juego como alternativa saludable durante la pandemia

4

Validación de la idea de negocio	50
Tabulación y análisis de la información.....	51
Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	65
Anexos	65
Referencias bibliográficas	67

Compromiso de autor

Yo Karen Meliza Caro Cantillo identificada con C.C. 1001204933 estudiante del programa Administración de Empresas declaro que: El contenido presente del documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Karen Caro

Firma.

Resumen ejecutivo

Las personas han desarrollado alternativas de entretenimiento poco saludables debido al aislamiento preventivo ya que este les ha generado un gran estrés, el cual puede llegar a afectar su salud, para eso nuestro negocio desarrollo una idea que consiste en la creación de un juego que sea una alternativa saludable de entretenimiento durante la pandemia y las reuniones familiares o de amigos, los cuales podrán pasar un rato agradable mientras juegan, comparten y se desestresan.

Por otro lado, el negocio estará ubicado en la ciudad de Bogotá, en la localidad de suba, en el barrio la campiña, en donde se efectuará la presentación y distribución del producto el cual será vendido dentro de un paquete el cual vendrá totalmente sellado para la seguridad del vendedor, se realizarán ofertas las cuales estarán en la parte superior del producto en colores llamativos. Para el desarrollo, de lo mencionado anteriormente mencionado se necesita la inversión de \$60.000.000, para la creación del negocio en donde nosotros pondremos el 60% y el 40% restante los pondrán los inversores que estén interesados en la promoción del producto.

El juego llegará a su punto de equilibrio alrededor de 1 año, ya que es un producto que necesita poco tiempo para llegar a su punto de equilibrio, porque las persona suelen comprar mucho este tipo de productos para la distracción y entretenimiento.

El juego está desarrollado por un equipo de profesional el cual está capacitado para el desarrollo y distribución de juegos de calidad, con una alta experiencia en el desarrollo de los mismos.

Porque es un juego innovador el cual ayuda a mejorar las habilidades de estrategia no solo de los niños sino también de los adultos y ayuda a la interacción entre seres queridos.

Introducción

A continuación, se presentará el desarrollo del proyecto que consiste en la creación de un producto el cual se desarrolla, plasmará la ideación de un proyecto y una propuesta de negocio innovadora, la cual va dirigida al desarrollo de un juego el cual tiene como objetivo ser una alternativa saludable durante la pandemia, este proyecto se divide en diferentes etapas iniciando por la identificación de un problema, después el análisis del mismo, la formulación de una pregunta problema la cual llevara a la investigación desarrollo de la alternativa saludable para la pandemia.

Objetivos

General

Crear una alternativa de entretenimiento saludable para la distracción de las personas durante la pandemia mediante el desarrollo de un juego.

Específicos

- Crear un juego como alternativa saludable durante la pandemia.
- Producir satisfacción en los clientes.
- Generar entretenimiento.

Claves para el éxito

Innovación, investigación, juegos, diversión y entretenimiento.

Análisis del entorno

A partir de una investigación hecha a mi entorno, en la cual descubrí que a raíz de la situación que se ha generado a partir de la pandemia, las familias han tenido que refugiarse en sus casas, asimismo, esto genera un impacto en la salud de las personas debido a que pueden presentar problemas de salud con los que pueden desarrollar padecimientos que afecten tanto su salud física como mental como lo son el sobrepeso, la obesidad, la angustia, tristeza, el insomnio, la irritabilidad el aburrimiento, el nerviosismo entre otros factores (Ministerio de Salud, 2020); según un informe de la Asociación Profamilia a partir, de una encuesta de muestra no probabilística a 3549 personas demostraron que el 75% de las persona se han sentido cansada sin motivo aparente, el 76% de las personas se han sentido nerviosos, el 75% se han sentido inquietos , el 58% ha sentido rabia, el 52% ha sentido desesperación y un 40% ha sentido una tristeza que no podían calmar (Asociación Profamilia, 2020) lo que nos lleva a la conclusión de que tanto los niños como los adultos están llegando a adquirir padecimientos que no son completamente sanos.

A pesar de eso las personas han buscado alternativas como ver series de televisión 67%, usar redes sociales 60%, comunicarse con sus familiares o amigos 56%, desarrollar nuevos hábitos como cocinar 52%, hacer actividad física en casa 47%, comer saludable 42%, según la encuesta realizada por (Asociación Profamilia, 2020), por otro lado, el 77% atribuyo aspectos positivos al aislamiento ya que está previniendo el contagio del coronavirus, el 62% afirmó que pasa más tiempo con su familia y el 57% reflexiono sobre la situación global e individual.

Objetivos de desarrollo sostenible

Trabajo decente y crecimiento económico. Mediante el proyecto se busca desarrollar más fuentes de empleo.

Industria, innovación e infraestructura. Se busca crear un producto innovador que reduzca el impacto ambiental, mientras genera un crecimiento de empleo.

Producción y consumo responsable. Se busca reciclar y transformar los recursos mediante la producción de juegos que ayuden a fortalecer las habilidades de las personas, incentivar a las personas a regalar juguetes viejos en vez botarlos.

A partir del proyecto se busca generar una nueva alternativa de entretenimiento de forma saludable, en la que familias o amigos puedan compartir, mientras se divierten, pero también se planea junto a los ODS generar una nueva fuente de trabajo que ayude a reducir el desempleo en el país, además se busca disminuir el impacto ambiental con un producto ecológico.

Teoría del valor compartido

Buscamos generar más empleo mediante el desarrollo de un producto que promueva el fortalecimiento de las habilidades y competencias de las personas mientras están en sus casas, mientras utilizamos material reciclable para reducir los efectos de los impactos ambientales por medio de la transformación de residuos reciclables, de igual manera, desarrollaremos la iniciativa de comportamientos solidarios y responsables de recolectar juguetes para las personas con escasos recursos.

Tecnologías disruptivas

El proyecto va a contar con tecnologías disruptivas ya que va a tener mejoras continuas en el desarrollo de los procesos para crear los productos y para hacer las mejoras de dichos productos que se van a ir desarrollando durante la realización del proyecto y los cuales se van a ir mejorando y actualizando para obtener el producto final.

Análisis del sector económico

Mi (Gromé, 2019) “sector económico” es el secundario ya que hace parte de los bienes de capital, ya que vamos a formar parte de la industria juguetera, en la cual nos enfocaremos en la creación y producción de juegos relacionados a mi actividad económica que es la 3024 del código CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) de la Cámara de Comercio de Bogotá, que se dedica a la fabricación de juegos, juguete y rompecabezas la cual comprende la fabricación de muñecas, juegos y juguetes (incluso juegos electrónicos), modelos a escala y vehículos para niños (excepto bicicletas y triciclos de metal). (Cámara de Comercio , 2000).

Análisis PESTEL

Político

De acuerdo con lo previsto en el artículo 78 de la Constitución Política de Colombia, serán responsables, que, de acuerdo a la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El acuerdo Sobre obstáculos técnicos del comercio de la Organización Mundial del Comercio que Colombia adhirió a través de la ley 170 de 1994 y la Decisión 419 de la comisión de la Comunidad Andina, establecen que los países tienen derecho a adoptar las medidas necesarias para asegurar la calidad de sus exportaciones, o para la protección de la salud y la vida de las personas, para la protección del medio ambiente, o para la prevención de prácticas que pueden inducir a error, para lo cual pueden adoptar reglamentos técnicos que incluyan prescripciones en materia de terminología, símbolos, embalaje, marcado o etiquetado aplicable a productos; de acuerdo al numeral 2.2 del artículo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la Organización Mundial del Comercio; en el artículo 14-01 del Tratado de Libre Comercio con los

Estados Unidos Mexicanos y la República de Venezuela; y, en el artículo 26 de la Decisión Andina 376 de 1995, los Reglamentos Técnicos se establecen para garantizar, entre otros, los siguientes objetivos legítimos: los imperativos de la seguridad nacional; la protección de la salud o seguridad humana, de la vida o la salud animal o vegetal, o del medio ambiente y la prevención de prácticas que puedan inducir a error a los consumidores, a partir de la Decisión 506 de 2001 expedida por la Comisión de la Comunidad Andina decidió sobre el reconocimiento y aceptación de certificados de productos a ser comercializados en la Comunidad Andina y que la Decisión 562 de 2003 de la Comisión de la Comunidad Andina, aprobó directrices para la elaboración, adopción y aplicación de Reglamentos Técnicos en los países miembros de la Comunidad Andina y a Nivel Comunitario en el artículo 3° de la Ley 155 de 1959 se establece que le corresponde al Gobierno Nacional intervenir en la fijación de normas sobre calidad de los productos, con miras a defender el interés de los consumidores y de los productores de materias primas; que conforme se dispone en los artículos 7° y 8° del Decreto 2269 de 1993, en correspondencia con el Decreto 300 de 1995, se deberá demostrar la conformidad de un bien o servicio con norma obligatoria o reglamento técnico a que se encuentre sujeto antes de su comercialización, independientemente que se produzcan en Colombia o que se importen, de acuerdo con el procedimiento establecido para el efecto. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 1990).

El comercializador o distribuidor de los juguetes, al momento de adquirir la mercancía para su comercialización o distribución, deberá solicitar al fabricante o importador el certificado que compruebe la conformidad del juguete, expedido por la entidad competente. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 1990)

Diario Oficial 39.153 (enero 22) por la cual se prohíbe la fabricación, importación, distribución, venta y uso de juguetes bélicos en el territorio nacional, se adiciona la Ley 42 de 1985 y se dictan otras disposiciones. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 1990)

Requisitos. Todos los juguetes destinados al uso humano, que se fabriquen e importen para su comercialización en el territorio nacional, además de cumplir con los requisitos señalados en los literales a) y b) del artículo 551 de la Ley 9ª de 1979.

Propiedades eléctricas. La tensión eléctrica de los juguetes y de sus piezas, que funcionan con electricidad no podrá exceder de 24 voltios; y las partes del juguete en contacto, o que puedan entrar en contacto con una fuente de electricidad, capaz de provocar una descarga eléctrica, así como los cables u otros conductores por los que se lleve la electricidad a tales partes, deberán estar suficientemente aislados y protegidos mecánicamente para evitar el riesgo de descarga.

Higiene. Los juguetes deberán concebirse y fabricarse de manera que satisfagan las condiciones de higiene y limpieza necesarias a fin de evitar los riesgos de infección, enfermedad y contagio.

Riesgo. El grado de riesgo presente en el uso de un juguete, debe ser proporcional a la capacidad de los usuarios, o de las personas que los cuidan, especialmente para los juguetes que por sus funciones, dimensiones y características se destinen al uso de niños menores de 36 meses.

Los TLC nos benefician ya que nos ayudan a reducir los aranceles y a exportar más fácilmente los productos al extranjero y modernizar la producción. (CVN, 2016)

Las entidades de control y vigilancia en el artículo 11 Antes de la comercialización y al levante aduanero de las mercancías, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, de

acuerdo con lo estipulado en los Decretos 2685 de 1999 y 457 de 2008 y las normas que la modifiquen, adicionen y sustituyan, exigirá el certificado de conformidad o el concepto sobre su validez o equivalencia de requisitos, emitido por la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC.

La Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, en ejercicio de las facultades de vigilancia y control establecidas en los Decretos 3466 de 1982, 2153 de 1992 y 2269 de 1993, es la Entidad competente para inspeccionar la información del etiquetado suministrada por los fabricantes y/o importadores, verificando que esta sea veraz y completa, conforme a los requisitos establecidos en el reglamento técnico que se expide a través de la presente resolución, así como para supervisar y hacer cumplir los demás requisitos aquí contenidos.

Sin perjuicio de las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, corresponde a las Entidades Territoriales de Salud, ejercer las funciones de inspección, vigilancia y control, durante la fabricación, almacenamiento y comercialización de los juguetes en el territorio nacional, conforme a lo dispuesto en la Ley 715 de 2001 y demás disposiciones que la reglamenten, modifiquen, adicionen o sustituyan, en desarrollo de lo cual podrán verificar la documentación que soporte el cumplimiento de los requisitos técnicos, aplicar las medidas sanitarias de seguridad, adelantar los procedimientos e imponer las sanciones correspondientes previstas en la Ley 9ª de 1979.

Económico

Mi sector económico es el sector industrial el cual tuvo 1,7% de crecimiento en 2019 en comparación al año 2018 de acuerdo a la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI, 2019), con un aumento del IPC de 3,80% (La Republica, 2020)

Entidades que podrían ayudar a financiar el proyecto:

Fondo Emprender

Es un fondo de capital semilla creado por el gobierno nacional y que está adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Tiene como objetivo financiar iniciativas empresariales creadas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales.

Sitio web: <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx>

Bancoldex

Bancoldex es el banco para el desarrollo empresarial y el comercio exterior. Financia cualquier necesidad de crédito que tengan las empresas, con destinaciones para capital de trabajo, inversión fija, consolidación de pasivos y capitalización empresarial. Estos financiamientos están disponibles para micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de todos los sectores económicos.

Sitio web: <http://bancoldex.com/>

HubBog

HubBog es un punto de encuentro para emprendedores que integra aceleración, academia, trabajo en equipo e inversión, con el objetivo de impulsar los proyectos innovadores en Tecnologías de la Información. HubBog ha ayudado a impulsar más de 100 emprendimientos colombianos, entre ellos, algunas apps tan exitosas como Tappsi.

Sitio web: hubbog.com (Banco BBVA, 2019)

Social

Los juguetes juegan una parte importante en la vida de los niños y niñas y con frecuencia reflejan los cambios culturales y las tendencias sociales como se puede reflejar en los museos y

bibliotecas de juguetes alrededor del mundo, A pesar de que los juguetes han tenido cambios significativos su propósito es el mismo el cual es llevar alegría, placer y crear oportunidades para aumentar su desarrollo y aprendizaje, ya que, los juguetes añaden magia y emoción a su aprendizaje mientras, amplía su desarrollo cognoscitivo, físico y social formando bases para su aprendizaje. (Mattel, 2012).

Tecnológico

Los **juegos de mesa** son una de las formas tradicionales de divertimento de la historia de la humanidad. Han tenido de hecho una gran trayectoria y, en consecuencia, una gran evolución.

Orígenes de los juegos de mesa. Los primeros juegos de mesa tenían una dinámica sencilla y una dinámica basada de forma casi exclusiva en el azar. De hecho, los primeros juegos de mesa de la historia se practicaban únicamente con dados. Sus diseños no eran iguales que los actuales, sino que estaban fabricados con diferentes piezas de diferentes formas y distintos materiales. Así, trozos de hueso aplanados, piedras con una forma característica o figuras de madera eran los homólogos de la antigüedad para nuestros dados actuales.

Este juego de mesa fue el rey: sin embargo, su única regla era seguir algunos parámetros en función del resultado. No requerían ninguna clase de estrategia, aunque sabemos de buena tinta que la trampa es tan vieja como los juegos mismos. Los primeros juegos de mesa basados en dados se encuentran en la zona del Creciente Fértil, la cuna de la civilización. Sin embargo, dichos juegos pasaron a formar parte importante de sociedades como la romana.

Introducción de los tableros. Fueron los egipcios los primeros que introdujeron el uso de un tablero. Esto implica la introducción de una serie de reglas vinculadas a un espacio y a unas fichas que transitan por él. El juego más popular entre ellos fue el llamado Senet. Sin embargo, fueron de nuevo los romanos quienes ofrecieron un planteamiento distinto: un juego

muy popular entre ellos fue el Ludus latruncularum, un juego de estrategia militar en el que se requería trazar un plan coherente para poder obtener la victoria.

El Backgammon. Es un juego de mesa que atraviesa toda la historia de los mismos desde prácticamente su aparición. Si bien es un juego con 2.000 años de antigüedad, es buena prueba de todo lo que el pasado aún puede aportar: en 1963 fueron recuperadas sus reglas y el juego fue reintroducido en la modernidad convirtiéndolo de hecho en el juego más antiguo al que todavía se juega.

Juego de Talf y el ajedrez. Pero si tenemos que hacer una mención especial para el despegue de los juegos de mesa en la historia es sin duda la Edad Media. En ella hicieron aparición juegos de mesa con estrategias mucho más complejas y en las que se dejaba fuera el azar para introducir de lleno la estrategia. Dos importantes precedentes de los juegos de mesa actuales son el Talf y el ajedrez. De este último no hace falta ni hablar. Del primero hay que decir que es un juego parecido en el que el objetivo es defender al rey que ocupa el centro con diferentes peones alrededor.

Juegos de mesa modernos. Para comprender la evolución de los juegos de mesa de la actualidad debemos ir al siglo XX. En 1904 nació el precedente del Monopoly, uno de los juegos más jugados y populares de la historia donde la codicia es el principal aliciente. Pero más allá de este y otros juegos populares como la Oca, el Trivial o el Risk, debemos hacer especial mención al concepto de juego “Eurogames” que es el que explica en gran parte el auge que experimenta en la actualidad esta forma de entretenimiento.

Los juegos Eurogames toman su nombre de su origen europeo y más concretamente en Alemania. Son juegos en los que la dinámica es compleja, hay un número limitado de turnos, hay una gran variabilidad en las posibilidades y al mismo tiempo un sistema de juego que termina

con partidas interminables a partir de un recuento de puntos. Juegos como el Colonos de Catán cumplen con dichas premisas y son responsables de haber conseguido una difusión espectacular de los juegos de mesa en los últimos tiempos. Su objetivo es colonizar una isla gestionando recursos y tomando nuevas tierras.

En complemento a la importancia del juego Colonos de Catán no podemos pasar por alto la importancia que tuvieron para la historia juegos previos como Dragones y Mazmorras, la figura más destacada de los llamados juegos de mesa y rol o de nuevo volviendo al estilo de los Eurogames sagas como el Carcassone, el 7 Wonders o el Agrícola. Mención especial merecen también los juegos de misterio como el Mysterium o Asesinato en Hong Kong. Una amplia oferta que ha hecho nuestra vida más divertida y que nos conecta con nuestros propios orígenes en algo tan sano, tan enriquecedor para nuestra mente y tan divertido como los juegos de mesa. (Camacho, 2019)

Ecológico

En el mercado hay cada vez más juegos y juguetes que potencian actitudes de respeto ambiental, como kits para fabricar papel reciclado, semilleros de plantas para reforestar bosques, experimentos con energía solar, etc. También son dignos de destacar los juguetes realizados a partir del reciclaje de materiales en desuso o de desecho, o los libros que enseñan a crear a los niños sus propios juegos. (Muerza, 2005)

El consumo de productos y servicios ecológicos es una práctica emergente que está influyendo en los habitantes de la región de Antioquia. El determinar cuáles son las principales tendencias de este tipo de consumos, permitirá al sector empresarial adaptar sus propuestas de valor, productos y servicios a un nuevo consumidor. Los resultados establecen una clasificación de los consumidores con tendencia hacia el consumo verde y se exponen algunos aspectos

propios de situaciones comunes en las empresas con prácticas limpias y sustentables de producción. (ARRUBLA-ZAPATA, 2017)

Legal

RESOLUCIÓN 3388 DE 2008

Por la cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios de los juguetes, sus componentes y accesorios, que se comercialicen en el Territorio Nacional, y se dictan otras disposiciones.

Que la Decisión 562 de la Comunidad Andina señala las directrices para la elaboración, adopción y aplicación de Reglamentos Técnicos en los Países Miembros de la Comunidad Andina y en el nivel comunitario, estableciendo en el artículo 4° que el reglamento técnico, "es un documento adoptado para hacer frente a problemas o amenazas de problemas que pudieran afectar la seguridad, sanidad, protección del medio ambiente o seguridad nacional".

Que de conformidad con lo dispuesto en los artículos 550 y 551 de la Ley 9ª de 1979, los juguetes son considerados artículos de uso doméstico y le corresponde a la autoridad sanitaria, la inspección, vigilancia y control de estos productos, determinados como factores de riesgo del consumo;

Que es competencia de la Superintendencia Nacional de Industria y Comercio, velar por el derecho que tiene el consumidor a que el productor, el proveedor o el expendedor del bien, o quien prestó el servicio, respecto del cual se predica la falla de calidad o de idoneidad, responda por la garantía que tienen todos los bienes y servicios puestos en el mercado, con el fin de que no representen riesgos para la salud de la comunidad.

Que, en consecuencia, se expidió la Resolución número 3158 de 2007 "por la cual se expide el reglamento técnico de emergencia para los juguetes, sus componentes y accesorios, que se comercialicen en Colombia", el cual tiene vigencia hasta el 10 de septiembre de 2008.

Que, al persistir el riesgo, se hace necesario establecer un reglamento técnico que garantice el cumplimiento de los requisitos sanitarios que debe cumplir los juguetes, como una medida necesaria para garantizar la calidad e inocuidad de estos productos de uso doméstico, destinados en su gran mayoría a niños entre los 0 y 14 años, con el fin de proteger la salud humana y prevenir posibles daños a la misma.

Que el proyecto de reglamento técnico que se establece con la presente resolución, fue notificado a la Organización Mundial del Comercio mediante los documentos identificados con las Signaturas G/TBT/N/COL/109 del 11 de marzo de 2008, sobre el cual no se presentó ninguna observación por parte de los países miembros de la OMC, CAN y el G3. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 1990)

Identificación del problema reto u oportunidad

La mayoría de las personas han tenido que buscar diferentes alternativas durante la pandemia para mantenerse ocupados, pero esto no ha sido tarea fácil ya que, debido a que las actividades que se pueden realizar son muy reducidas y al mismo tiempo la mayoría no son muy saludables lo que puede traer graves consecuencias de salud problemas según el (Ministerio de Salud, 2020) durante la pandemia, esto lleva a generar un crecimiento en el desarrollo de enfermedades de acuerdo a un estudio publicado The Lancet (Brooks, et. al., 2020) se ha reportado que la cuarentena se asocia con un incremento en niveles de malestar emocional, síntomas de estrés post trauma, depresión y en general con niveles mayores de estrés. En otras revisiones sobre el impacto de la pandemia en la salud mental, se sugieren incrementos en

presencia de síntomas depresivos y ansiosos cercanos al 20% en la población con trastornos mentales previos (Pappa et.al., 2020), (Ministerio de Salud Boletín de Prensa n° 350 de 2020, 2020), por lo que las personas necesitan mantenerse entretenidos en diferentes actividades.

Elección del reto

Tabla 1

Elección del reto

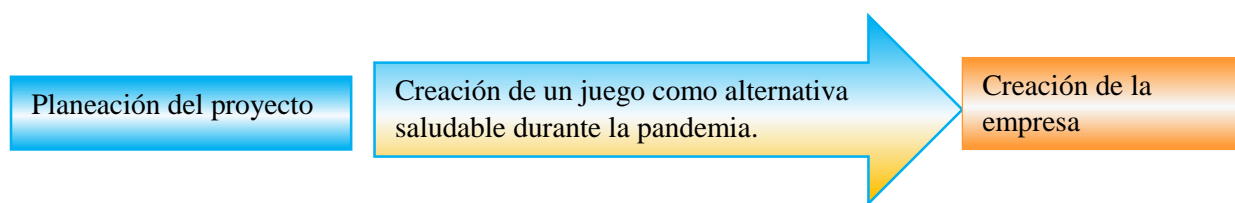
Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Generar nuevas alternativas de entretener a las personas en la pandemia.	Dulces para personas diabéticas.	La mejora de los procesos en los sistemas de salud.
Conocimiento o experiencia	4	3	4
Asesoramiento de un experto (Si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	3	4
Alcance (técnico ¿Tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿Tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿Puedo darle alguna solución?)	5	4	4
Tiempo (posible solución)	5	3	4
Costo (posible solución)	3	4	3

Impacto ¿Es trascendental?, ¿Representa un desafío para ustedes?	5	5	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	4	5
Total	31	26	28

Nota: En esta tabla se plasmaron los tres problemas identificados en el entorno y se plasmaron una serie de criterios en los cuales fueron puntuados para elegir la problemática que se iba desarrollar en el proyecto.

Ilustración 1

Diagnóstico de la situación actual



<p>Análisis de involucrados</p> <p>Ideación de la idea de negocio.</p>	<p>Análisis de objetivos</p> <p>¿A dónde quiero llegar?</p> <p>¿qué voy a hacer para llegar a ese punto?</p>
<p>Análisis de problemas</p> <p>¿Cómo solucionar el problema?</p>	<p>Análisis de alternativas</p> <p>Generar una rutina activa.</p> <p>Crear un juego.</p> <p>Desarrollar alternativas para la diversión</p>

Nota: Aquí se utilizan las herramientas de manera objetiva como el análisis de involucrados y el análisis de problemas y también se utilizan las herramientas de manera deseada como el análisis de objetivos y el análisis de alternativa.

Árboles de problemas y objetivos

Ilustración 2

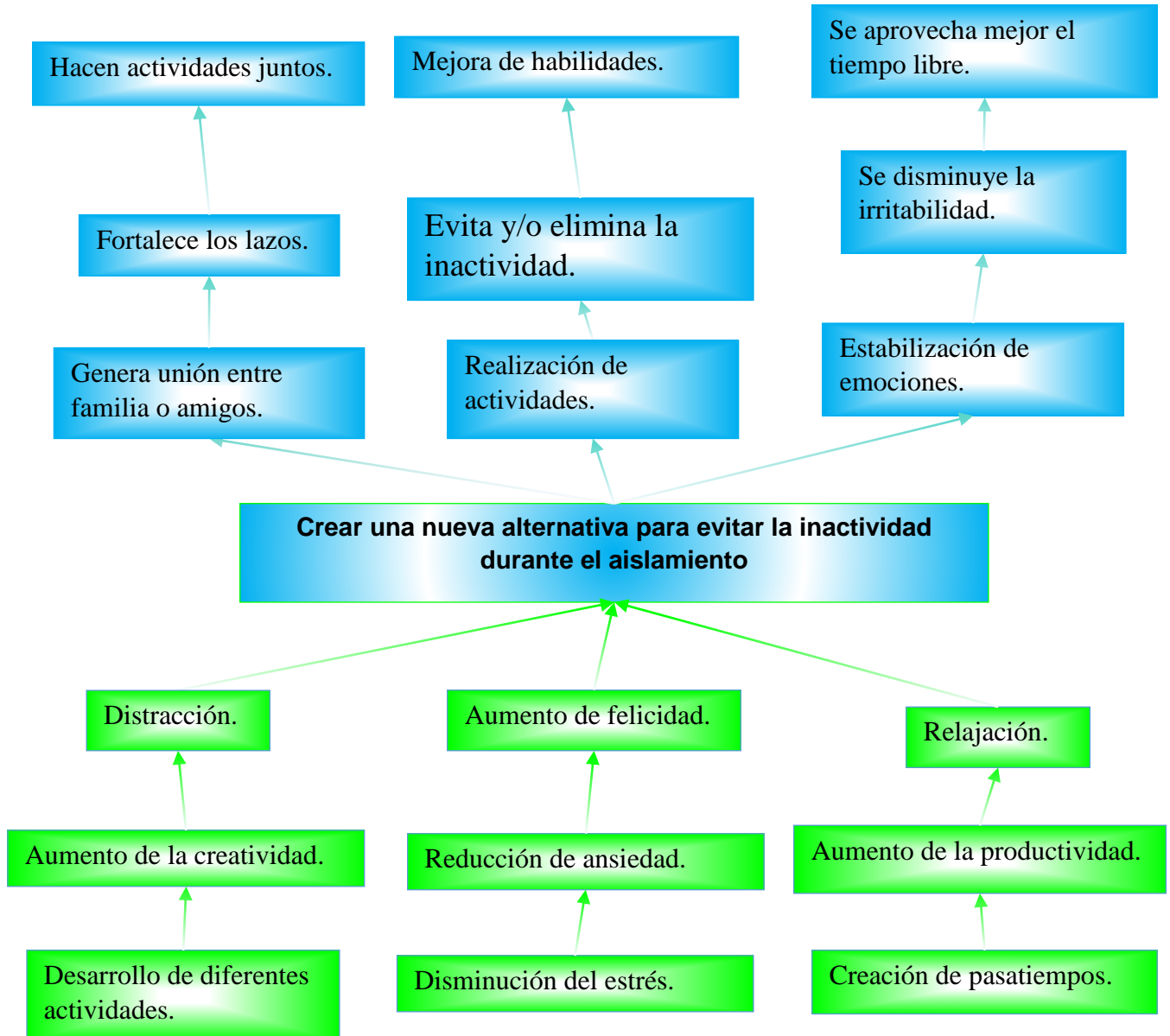
Árbol de problemas



Nota: En el gráfico anterior se plasmó el problema identificado, en donde se definieron sus causas y consecuencias negativas.

Ilustración 3

Árbol de objetivos



Nota: En el gráfico anterior se estableció un objetivo a partir del problema identificado en el árbol de problemas y se desarrollaron los efectos que este puede causar en la problemática identificada.

Alternativas de innovación

Tabla 2

Alternativa de innovación

Interés / disposición afirmaciones	Escala de valoración				
	(F)			(V)	
La idea de negocio se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	5
No me incomodaría decirle a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5
Estoy dispuesta a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	4	5
N° Total de afirmaciones valoradas en	0	0	0	2	2

Nota: Se realizó una evaluación de satisfacción de acuerdo al tema escogido para la realización del proyecto indicando de 1 a 5 que tan dispuesto estamos a realizarlo.

Tabla 3

Tabla de afirmaciones

Tabla de afirmaciones	A	X	B	=	C
Total de afirmaciones valoradas en 1	0	X	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2	0	X	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3	0	X	3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 4	2	X	4	=	8
Total de afirmaciones valoradas en 5	2	X	5	=	10
Puntaje total					18

Nota: En esta tabla se toman los puntos totales de la tabla anterior y se multiplican por las afirmaciones y eso nos da el puntaje total el cual se interpretará, de acuerdo a la interpretación de resultados.

Interpretación de resultados

Menos de 10 puntos = No hay disposición para desarrollar la idea.

De 10 a 15 puntos= La idea no es apropiada para usted, pero sin embargo evalué los atributos para una mejor decisión.

De 15 a 20 puntos= Una idea de negocio que le interesa y debe seguir analizándola.

Variables

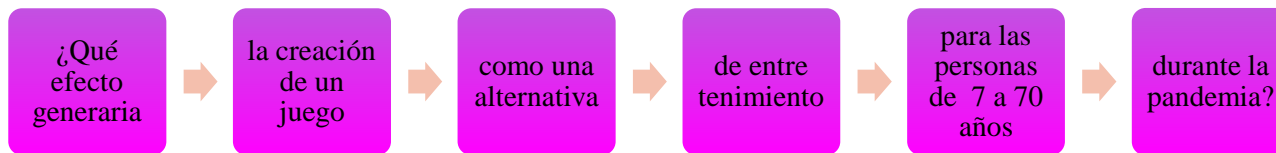
Tabla 4

Variables del producto

Variables del producto	
¿Cuál es el producto o servicio?	Juegos para la diversión de amigos y familias.
¿Quién es el cliente potencial?	Personas de 7 a 70 años.
¿Cuál es la necesidad?	Desarrollar una alternativa saludable para las personas mediante un juego.
¿Cómo?	Desarrollar juegos que aumenten la creatividad para el desarrollo de sus habilidades en el tiempo libre, mientras se divierten en familia u/o amigos.
¿Por qué lo preferirían?	Es un producto innovador que va ayudar a las personas a fortalecer y desarrollar habilidades mediante la interacción con el juego.

Nota: Se define las variables del juego.

Ilustración 4

Pregunta problema

Nota: La pregunta con la que se desarrollara el proyecto.

Descripción de la idea de negocio

Crear un juego biodegradable que entretenga a las personas que vivan con familia y amigos, mientras fortalecen sus habilidades mientras se divierten el cual consiste en un tablero con dados, dos pilas de cartas una con actividades que tienen actividades para desarrollar y la otra tiene mezclados beneficios y castigos, cada vez que tiren los dados tiene que escoger una carta de la pila de actividades, cuando salga un número doble o cuando caigan en la casilla de saca una carta pueden escoger una carta de la pila de beneficios y castigos, pero cuando la ficha caiga en las casillas de perdiste y deberán evitar las casillas con círculos ya que estás los devuelven de dos a tres de casillas y las casillas con estrellas los hacen correr dos a tres casillas más adelante, la ficha se tendrá que devolver al inicio del juego el juego acaba cuando llegan a la casilla final el último que llegue tendrá que hacer una penitencia puesta por los demás jugadores.

Innovación

Tabla 5

Descripción de la innovación

Variable	Descripción de la innovación
-----------------	-------------------------------------

Producto o servicio	Juegos para las personas que viven con familia o amigos.
Mercadeo	¿Se puede comercializar de una forma diferente? Generar juegos a partir de residuos reciclables. Crear diferentes productos que se adapten a las necesidades de los clientes. Generar productos de alta calidad a precios accesibles. Ayuda a desarrollar y estimular la creatividad.
Proceso	El producto va a tener diferentes: Formas: Los tableros vienen cuadrados, redondos, rectangulares. Trae fichas estilo parques. Dados. Cartas. Tamaños: Tiene dos mediano y grande. Colores: Traen todos los colores. Precios: Tiene precios accesibles. Empaques: Cada juego tiene un empaque único.

Nota: Aquí se observan las variables de innovación del juego que se va a realizar.

Contextualización de la empresa

La microempresa Moogle dedicada a la fabricación y comercialización de juegos ecológicos y tecnológicos para personas de 7 a 70 años de edad con el fin de ayudarles a desarrollar nuevas habilidades y fortalecer las que ya tienen mediante el desarrollo de juegos estratégicos que fomenten la diversión e integración de toda la familia o amigos.

Análisis de la demanda

Tabla 6

Competidores

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicios (ventajas competitivas)	Ubicación
Janod (Janod, 2020)	Rompecabezas de conejo Nivel 3	\$86.900	Conocen el negocio Tienen una alta gama de productos.	Bogotá
Didácticos Pinochos S.A	Rompecabezas el sistema solar x30 piezas	\$20.003	Tienen experiencia Manejan distintos productos.	Bogotá

Nota: Se muestra un análisis de los competidores y las ventajas que tienen en el mercado.

Análisis de la oferta

Hoy en día las personas (Tamayo, 2015) se inclinan por los aparatos tecnológicos, según una encuesta del DANE el 18,10% de la población de 12 años y más de 12 jugó con videojuegos en el último mes. (DANE, 2008)

Del total de la población de 12 años y más que jugó con videojuegos en el último mes, el 74,93% corresponde a las personas entre 12 y 25 años, el 20,12% a la población entre 26 y 40 años, el 4,59% al rango de edad entre 41 y 64 años y el 0,36% a las personas de 65 años y más. (DANE, 2008)

Análisis de la comercialización y de los proveedores

Tabla 7

Análisis de comercialización y proveedores

Comercialización y proveedores	
Precio	Bajos
Localización geográfica	Bogotá -Centro
Experiencia	Alta
Posibilidad de alianzas	Papelería la gran 12 y Distribuidora el faro.
Conocimiento del mercado	Amplio
Cumplimiento legal	<p>La norma ISO 9001 2015</p> <p>Es el control de los procesos, productos y servicios subcontratados a otras empresas. Esto supone no sólo verificar que las materias primas recibidas o los trabajos realizados por los proveedores, son correctos. Sino disponer de criterios para la selección de proveedores capaces de cubrir nuestras necesidades, y procedimientos de evaluación periódica de su desempeño. (ISO win, 2015)</p> <p>Requisitos para contratación</p> <p>Materiales de calidad.</p> <p>Cumplimiento de las normas legales.</p> <p>Entregas a tiempo.</p> <p>Entrega de materiales de calidad.</p>

Nota: Se plasma la información investigada para contratar los proveedores.

Segmentación del mercado

Las personas de 7 a 70 años, de estratos 1 a 5, que viven en la ciudad de Bogotá, que vivan en familiares o con amigos, que les gusta compartir con sus seres cercanos, que les gusta jugar entretenerse, pasar tiempo en familia o con amigos.

15 bondades del producto


1. Es amigable con el medio ambiente.
2. Tiene diferentes formas.
3. Tiene diferentes tamaños.
4. Trae una amplia gama de colores.
5. No ocupa mucho espacio.
6. Es fácil de recoger.
7. Lo puede jugar cualquier persona.
8. Reduce el estrés.
9. Pueden jugar los niños y los adultos.
10. Fortalece las relaciones.
11. Ayuda a despegarnos un poco de las redes sociales
12. Hace que compartamos más en familia y/o amigos.
13. Genera diversión.
14. Ayuda mejorar tus habilidades.
15. Te ayuda a crear estrategias.

Descripción del cliente

Clientes y usuarios

Tabla 8

Cliente


Ejercicio de Buyer		
Foto del cliente	Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.	Desea, necesita, anhela y sueña.
<p><i>Ilustración 5 Padres</i></p>  <p>(Serrano1004, 2020)</p>	<p>Que sus hijos estén en peligro.</p> <p>Que sus hijos se lastimen.</p>	<p>Que sus hijos sean felices.</p> <p>Que sus hijos se diviertan.</p> <p>Pasar más tiempo con sus hijos.</p>
Demográficos y geográficos	¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?	¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?
Bogotá, 18- 40	Trabajar	Trabajando
Hombres y Mujeres		Dinero
De todos los estratos.		
Frases que mejor describen sus experiencias	<p>“¿Tú crees que nací ayer?”</p> <p>“Ponte un saco que va a llover”</p> <p>“Llega temprano”</p>	
¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?		

Nota: Descripción de las características del posible cliente potencial.

Tabla 9

Cliente y usuario

Ejercicio de Buyer


Foto del cliente	Describe los miedos,	Desea, necesita, anhela y
<p><i>Ilustración 6 Mayores de edad</i></p> 	<p>frustraciones y ansiedades.</p> <p>Estrés</p>	<p>sueña.</p> <p>Divertirse</p> <p>Relajarse</p>
<p>(Guduru)</p>		
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>18-60</p> <p>Hombres y mujeres</p> <p>De todos los estratos.</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Relajarse</p> <p>Diversión</p> <p>Tranquilidad</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Estudiando y trabajando</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p> <p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>		

Nota: Descripción de las características del posible cliente y usuario potencial.

Tabla 10

Usuario

Ejercicio de Buyer

Foto del cliente	Describe los miedos,	Desea, necesita, anhela y
<p data-bbox="203 348 526 415"><i>Ilustración 7 Menores de edad</i></p>  <p data-bbox="203 646 324 674">(Guduru)</p>	<p data-bbox="594 348 959 380">frustraciones y ansiedades.</p> <p data-bbox="594 422 943 527">No poder jugar, no tener su juguete o juego favorito.</p>	<p data-bbox="1049 348 1382 380">sueña.</p> <p data-bbox="1049 422 1127 453">Jugar.</p> <p data-bbox="1049 495 1187 527">Divertirse.</p>
<p data-bbox="203 720 412 825">Demográficos y geográficos</p> <p data-bbox="203 867 269 894">7-17.</p> <p data-bbox="203 936 412 968">Niños y jóvenes.</p> <p data-bbox="203 1010 477 1041">De todos los estratos.</p>	<p data-bbox="594 720 1019 894">¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p data-bbox="594 936 992 968">Entretenerse, jugar y divertirse.</p>	<p data-bbox="1049 720 1451 894">¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p data-bbox="1049 936 1357 968">Estudiando y trabajando</p>
<p data-bbox="203 1083 561 1188">Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p data-bbox="594 1083 992 1115">Diversión, juego y aprendizaje.</p>	
<p data-bbox="203 1230 537 1409">¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p data-bbox="594 1230 813 1262">Sus preferencias.</p>	

Nota: Descripción de las características del posible usuario potencial.

Tabla 11

Descripción del cliente

Análisis del cliente

¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? En Bogotá

¿Qué valores destacan a su cliente ideal?	El amor, la protección, el respeto y la amistad.
¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a ¿Cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal?	Familiares, amigos y compañeros.
¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?	Diversión, compartir y cuidarse.
Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto	Dima Juguetes, Juguetes AVANT - Avant Plast S.A., Juguetes Damme y Janod.
¿Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo?	Los niños, los adolescentes y los adultos
¿Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo?	80
¿Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto?	90
¿Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto?	60

Nota: Se realiza la descripción del cliente a partir de una serie de preguntas las cuales nos ayudaran a definirlo.

Metas

A corto plazo

Crear un producto innovador y auto sostenible.

Producir satisfacción en los clientes.

Generar una fuente de empleo.

Mediano plazo

Ser una empresa reconocida nivel nacional.

Largo plazo

Posicionarnos como la mejor empresa de juegos a nivel internacional.

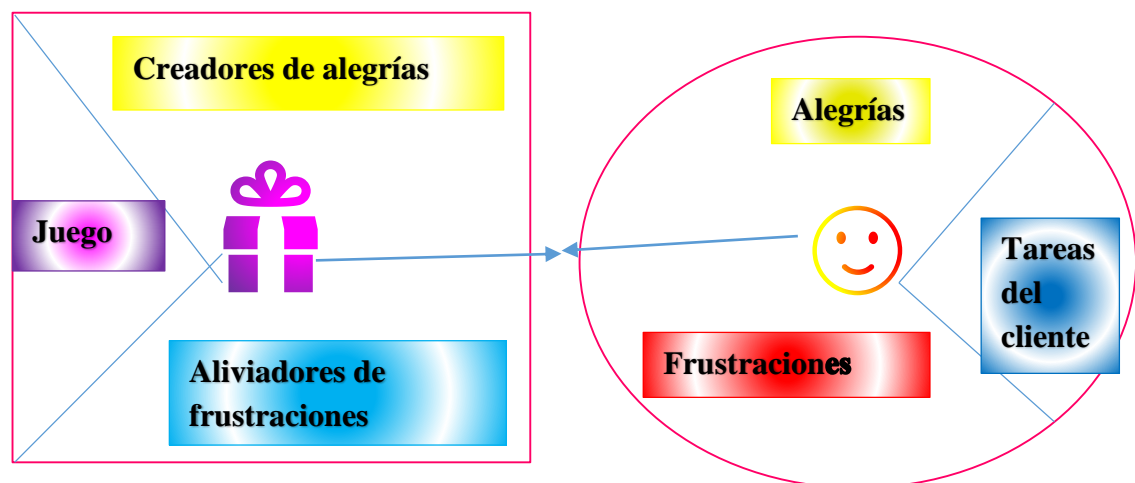
Propuesta de valor

“El mejor momento del día es cuando puedes compartir y disfrutar con los que más quieres”.

Mapa de valor

Ilustración 8

Mapa de valor



Nota: Representación gráfica del mapa de valor y el perfil del cliente el cual nos ayudara a definir la propuesta de valor.

Tabla 12

Mapa de valor

Aliviadores de frustraciones	Creadores de alegrías	Producto
Encontrar promociones del juego.	Ganar el juego.	Juego el reto.
Desestresarse jugando.	Llegar de primeras a la casilla de ganaste.	

Nota: En está tabla se presentan los aliviadores de frustraciones, los creadores de alegrías y el producto para ayudar a definir la propuesta de valor junto a el perfil del cliente.

Perfil del cliente

Tabla 13

Perfil del cliente

Trabajos del cliente	Frustraciones	Alegrías
Mostrar lo que no le gusta del producto.	No poder comprar el producto.	Ganar el juego.
Mostrar lo que les gusta	Producto defectuoso.	Lograr sus metas.
Lo que se puede mejorar.	No encontrar el juego en su tienda favorita.	Divertirse.
Proponer ideas de nuevos productos.	Perder el juego.	Desestresarse.
	No encontrar actualizaciones del juego.	Llegar de primeras a la meta del juego.




Nota: En la tabla anterior se plasma el perfil del cliente donde se desarrollan los trabajos del cliente, las frustraciones y alegrías para ayudar a definir la propuesta de valor junto al mapa de valor.

Diseño del producto

Materiales y maquinaria

Tabla 14

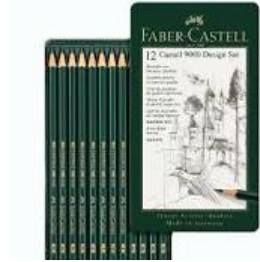
Lista de materiales y maquinaria

Materiales	Descripción	Imagen
Cartulina	Pliegos de cartulina	
Pegantes	20 tarros	
Vinilos	De todos los colores	
		(Mercadolibre, Vinilos)

(CasarsaGuru)

(Panamericana)

Lápices 1 caja



(Faber-Castel)

Colores 10 cajas



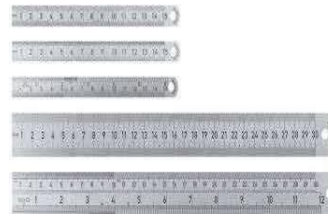
(Faber-Castel)

Cartón paja Pliego



(Mercadolibre, Cartón paja)

Reglas 20 de 60cm



(Red-Librela)

Bisturí 4



(Mercadolibre, Bisturí)

Fichas de parques 100



(ABD)

dados 10

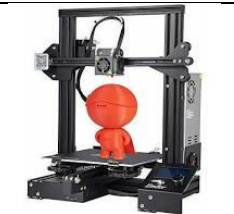


(123RF)

Maquinaria

Máquinas de impresión 3

3D



(Mercadolibre, Impresora 3D)

Máquinas tipográficas Como troqueladoras 2



(Alamy)

Máquina de fabricar Diferentes tamaños 2 por
naipes cada 1



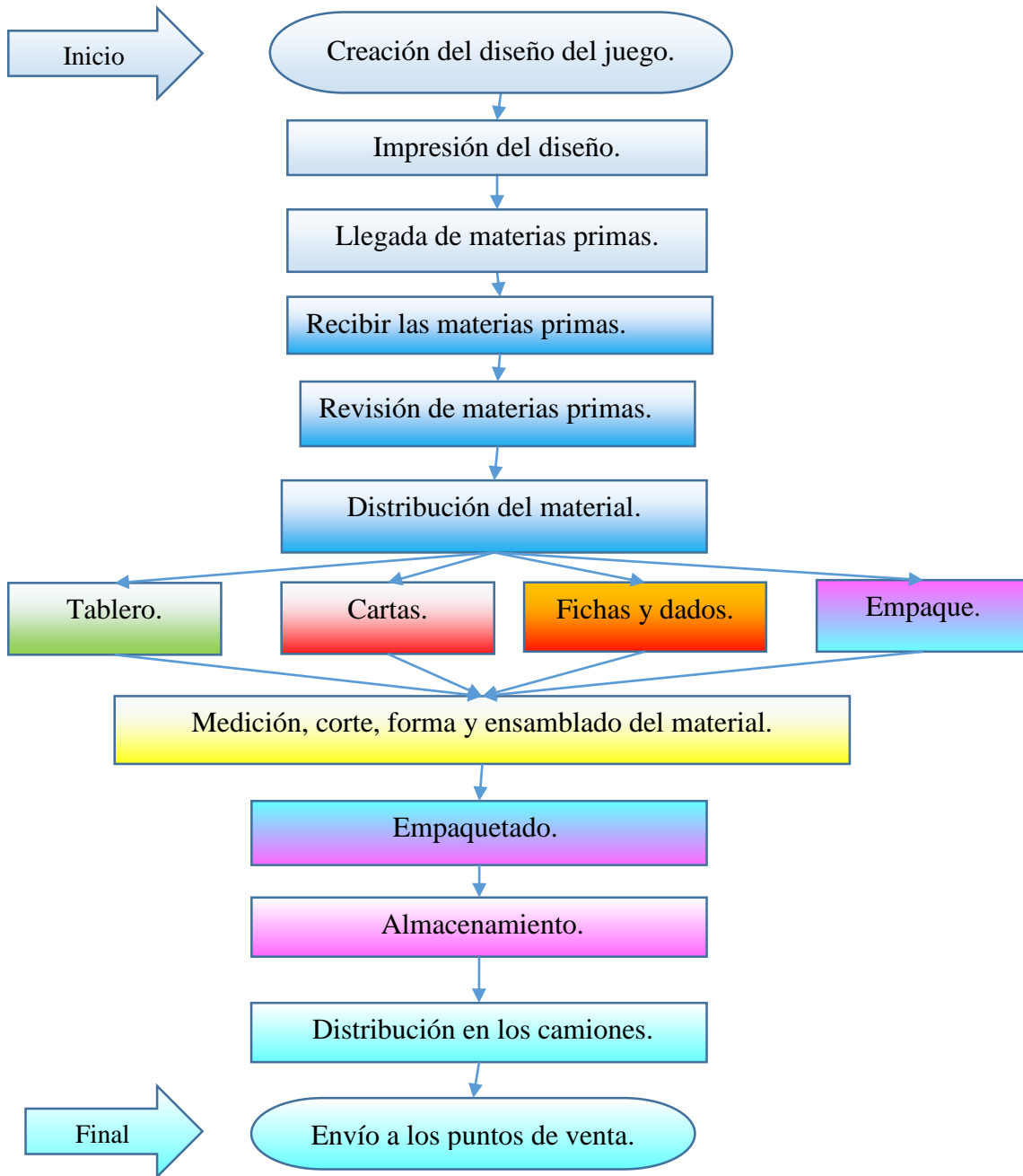
(Códigopoker)

Nota: En esta tabla se evidencia la lista de los recursos de trabajo que se van a utilizar.

Diagrama de bloques

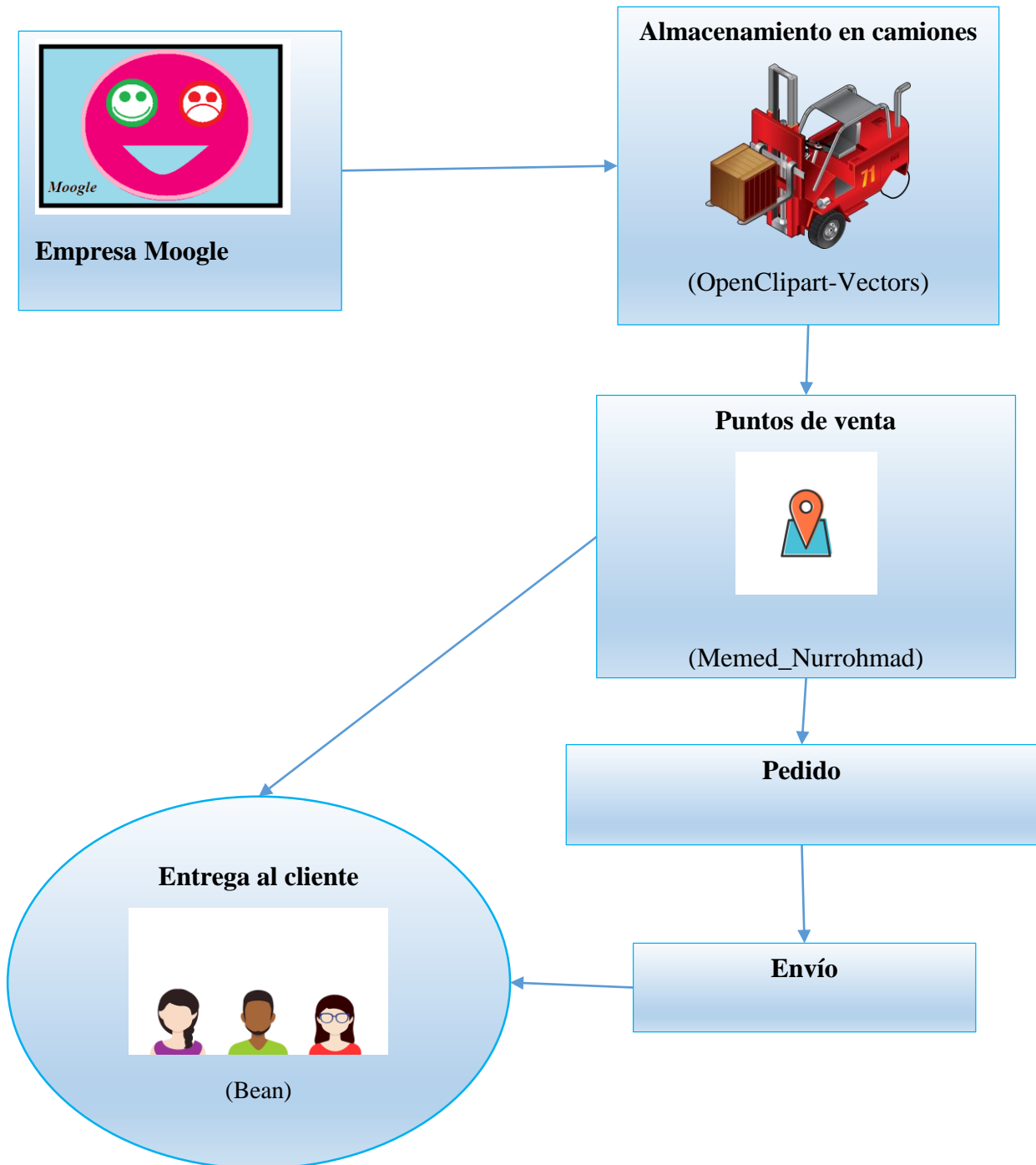
Ilustración 9

Diagrama de bloques



Nota: Aquí se evidencia el proceso de producción del juego.

Cadena de Valor



Nota: Aquí se evidencia del proceso de la entrega del producto.

Descripción. Primero realizamos el producto, luego lo almacenamos y después los distribuimos en los camiones que los llevarán a los puntos de venta en donde se entregarán al cliente directamente o se le harán pedidos desde la página web y serán enviados a la puerta de la casa del cliente.

Precio de venta

Costos de producción

Tabla 15

Costos de producción

Costos de producción	
+	Costo unitario de materiales \$ 117.774
+	Costo unitario de mano de obra \$5.883.942
+	Costo unitario de CIF (Costos indirectos de fabricación) \$758.000
=	Costo total unitario \$12.879.206

Nota: Se plasman de forma cuantitativa los costos de fabricación.

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo total unitario}}{1 - \% \text{ de utilidad}}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\$12.879.206}{1 - 40\%}$$

$$\text{Precio de venta} = 33.023.605$$

Indicadores de calidad

Calidad	Indicador
Empaque	Buen sellado. Materiales de calidad.

Tablero	Material resistente
Fichas	Devolución de fichas defectuosas.
Dados	Dados en buen estado.
Producto sustituto	El juego de serpientes y escaleras.
Características organolépticas	Distintos colores.
Acciones de control	Políticas de devolución.
	Devolución de producto defectuoso por fabrica.
	Garantía de 1 mes para devolver el producto.
	Servicio de calidad.

Nota: Muestran la calidad del producto.

Empaque y etiqueta.

Ilustración 10

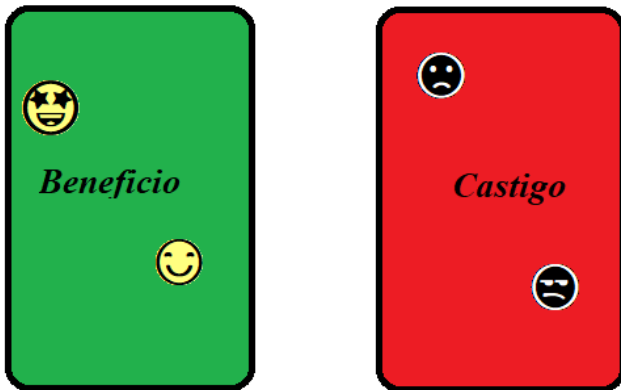
Tablero

		Castigo		Beneficio		7		Ganaste
Beneficio	★		Castigo		6			
		4			★	Castigo		Beneficio
	Beneficio		★	Castigo		5	★	
★		Castigo	2	★		Beneficio		
		Beneficio		Castigo	★	3		
Salida			Castigo		1	Beneficio		★

Nota: Borrador del tablero del juego.

Ilustración 11

Cartas del Juego



Nota: Borrador de las cartas del juego.

Ilustración 12

Fichas del juego

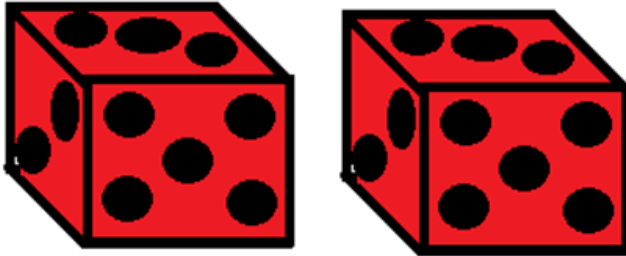


(ABD)

Nota: Fichas del juego.

Ilustración 13

Dados



Nota: Dados del juego.

Ilustración 14

Empaque



Nota: Empaque del juego.

Ficha técnica

Tabla 16

Ficha técnica

Ficha técnica del producto

Nombre del juego

El reto

Edad	+6 años familiar
N° de personas que pueden jugar	2-10
Materiales	Tablero de mesa, Fichas de parques, dados y cartas.
Desarrollo del juego	<p>El juego está compuesto por 4 elementos que son el tablero, las cartas, las fichas, los dados y el empaque.</p> <p>Reglas:</p> <p>En el juego participan mínimo 2 jugadores.</p> <p>Se inicia tirando los dados.</p> <p>El número mayor inicia.</p> <p>El último en llegar a la casilla de ganaste pierde.</p> <p>Indicaciones del juego. Cada vez que caigas en la casilla de:</p> <p>Estrellas: Avanzan a la casilla donde está la estrella del mismo color.</p> <p>Beneficio: Tiene que sacar una carta de la baraja de beneficio y ejecutarlo.</p> <p>Números: Tiene que retroceder el número que se indica.</p> <p>Castigo: Tiene que sacar una carta de la barajas de castigo y ejecutarlo.</p>
Capacidades que desarrolla el juego	Desarrollo de estrategias, competencia, desarrollo de comunicación con otras personas.

Variantes	Se puede iniciar por el número menor en vez del número mayor.
Observaciones	Mantener en un lugar seco

Nota: Se plasman las características del producto y el empaque.

Ciclo de vida del producto

Tabla 17

Ciclo de vida

Ciclo de vida del producto



(Caro, 2020)

15 Introducción



(Brasileiro)

16 Crecimiento



(Augustin)

17 Maduración



(BLAKE)

18 Declive



(veeterzy, 2020)

Nota: Se reflejan las diferentes etapas de un producto.

Mi producto está en **introducción** en el cual las posibilidades de comercialización (Gódas, 2006) son importantes los esfuerzos en publicidad y distribución, ya que no se tiene un gran volumen de ventas y beneficios. Desde un punto de vista estratégico necesitamos poner como el objetivo principal la expansión el mercado.

Prototipo

Características del producto

- Catálogos.
- Página web.

Características del prototipo

Tablero.

- Casillas color azul.
- Casillas color rojo.
- Casillas color verde.
- Un tablero 49cm x 45cm
- **Cartas.**
- 2 pilas de cartas la primera de beneficio (30) y la segunda de castigos (30).

Fichas.

- 10 fichas de distintos colores.

Dados.

- Dos dados

Lista de productos utilizados

- 2 pliegos de cartulina.
- Cartón paja.
- Tijeras.
- Cinta.
- Pinturas.

- Marcadores.
- 1 lápiz.
- Regla de 60 cm.
- Dados.
- Fichas de parques.

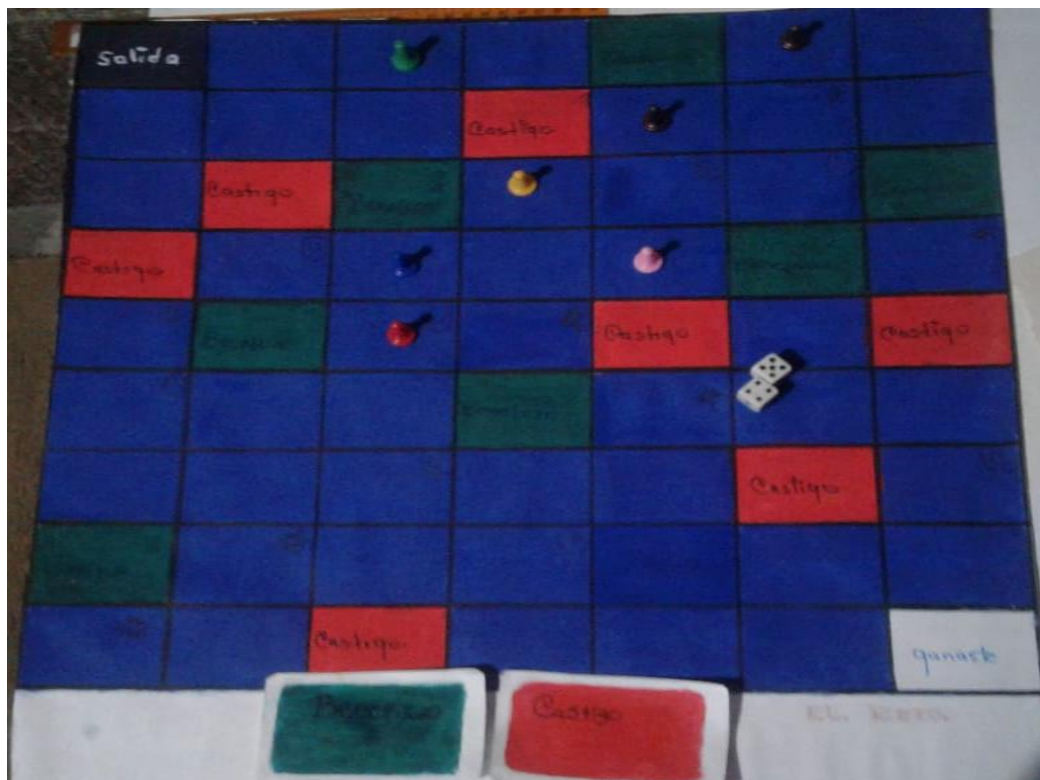
Interacción con el prototipo

La interacción será de forma física en donde los jugadores podrán interactuar con el juego, mediante el contacto con el tablero, las fichas, los dados mientras están jugando y divirtiéndose en una competencia por evitar caer en las casillas con números y en las casillas de castigo.

Maqueta

Ilustración 19

Evidencia del juego



Nota: Es la representación física del producto.

Modelo Running Lean

Tabla 18

Modelo Running Lean de la empresa Moogle

Problema Las personas están desarrollando alternativas de entretenimiento poco saludables durante la pandemia.	Solución La creación de un juego el cual sea una alternativa saludable para Desestresarse, compartir y disfrutar en casa.	Propuesta de Valor única “El mejor momento del día es cuando puedes compartir y disfrutar con los que más quieres”.	Ventaja injusta La opinión directa del cliente.	Segmento de clientes Persona que sean mayores de edad que vivan con familiares y/o amigos.
	Métricas Clave La opinión de los clientes. El desarrollo de nuevos productos.		Canales Envíos por pedidos en la página web. Nuestros puntos de venta.	
Estructura de costos Local. Materiales. Maquinaria.		Fuentes de ingresos La venta del producto. La creación de ofertas para el producto.		

Nota: Representa la idea de negocio de una forma más simple y rápida de entender.

Validación de la idea de negocio

El objetivo de la investigación será buscar la opinión de los consumidores frente a nuestro producto.

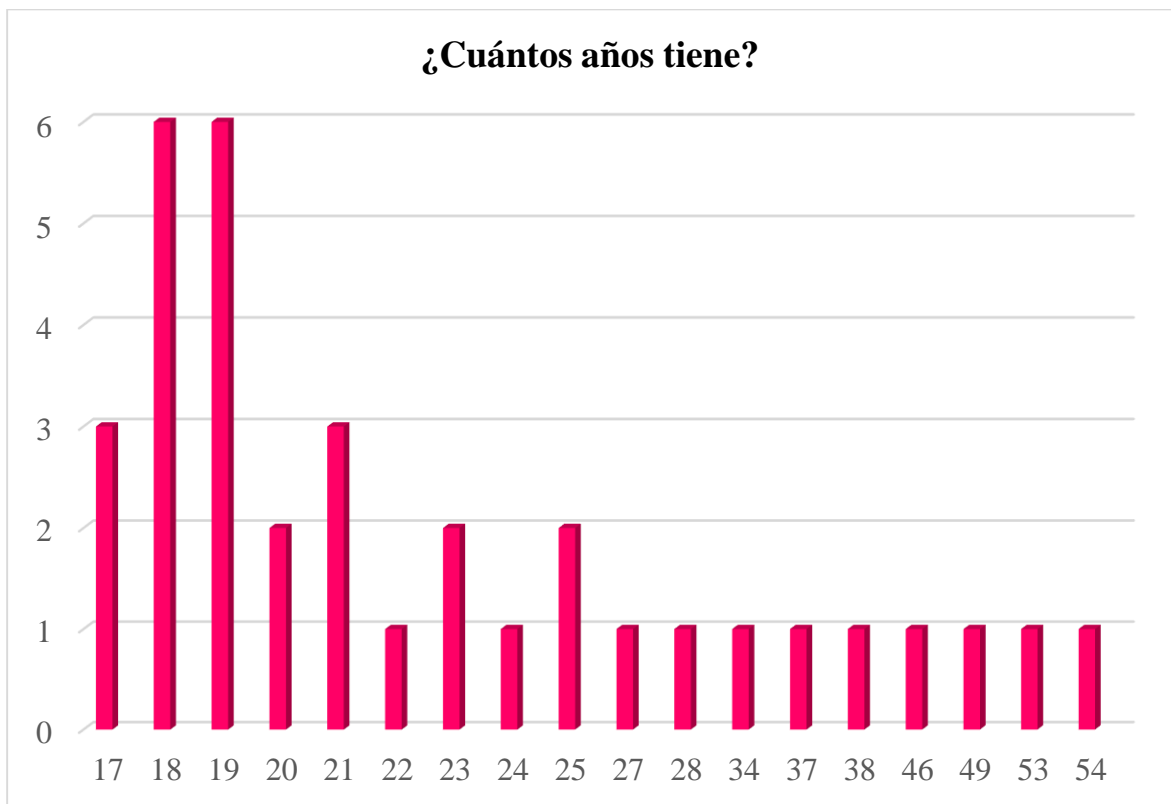
Se realizará una encuesta de tipo investigativa mixta (cuantitativa y cualitativa), que se le aplicará a un grupo de 35 personas después se le aplicará un método de análisis de datos y finalmente se tabulará.

Formulario:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScmvVg8PTb713Yu8PbEcYbTDA0wtfUmsuq0SgR_P83WT9yUCQ/viewform?usp=sf_link

Tabulación y análisis de la información

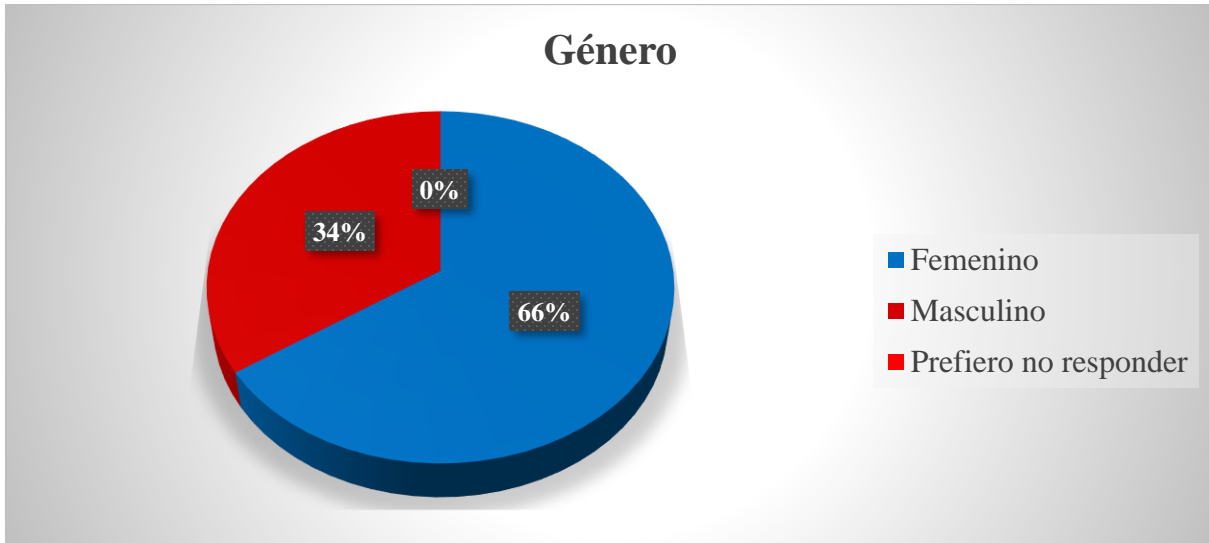
Gráfico 1



Autoría propia

El 74% de las personas encuestadas tiene menos de 25 años de edad. el otro 26% tiene más de 26 años de edad, lo que significa que la mayoría de las personas que contestaron nuestra encuesta son persona jóvenes adultas o cercanas a ser adultas.

Gráfico 2



Autoría propia

El 66% de las personas encuestadas fueron mujeres frente a un 34% que fueron hombres y ninguna persona ocultó su género.

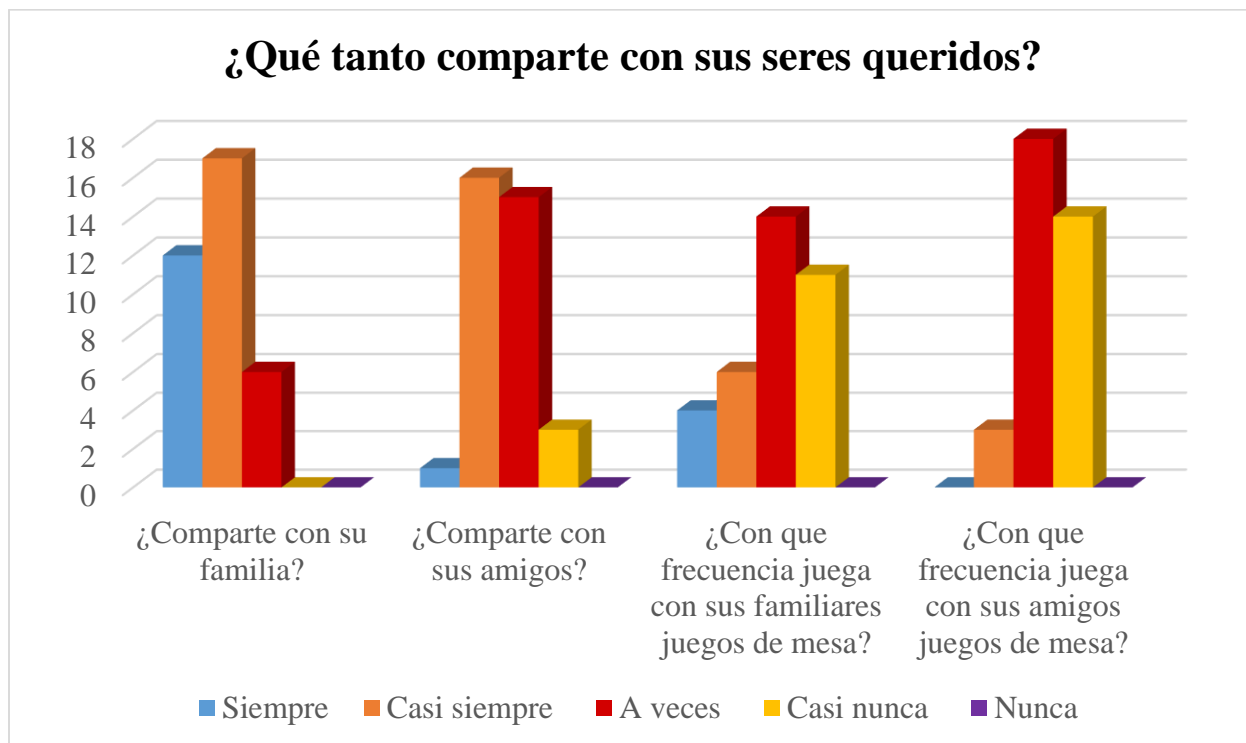
Gráfico 3



Autoría propia

El 32% (12) de las personas encuestadas viven con 3 personas, seguidos por un 29% (11) que viven con 4 personas, un 13% (5) viven con 5 personas, un 10% (4) viven con 6 personas y un 16% (6) viven con entre 1 y 2 personas.

Gráfico 4



Autoría propia

¿Con que frecuencia comparte con su familia?

12 personas siempre comparten con su familia.

17 personas casi siempre comparten con su familia.

6 personas comparten a veces con su familia.

Ninguno de los encuestados no comparte casi nunca con su familia.

Ninguno de los encuestados no comparte con su familia.

¿Con que frecuencia comparte con sus amigos?

Solamente 1 persona comparte siempre con sus amigos.

16 personas comparten casi siempre con sus amigos.

15 personas comparten a veces con sus amigos.

3 personas casi nunca comparten con sus amigos.

Ninguna de las personas encuestadas respondió que nunca compartía con sus amigos.

¿Con que frecuencia juega con sus familiares juegos de mesa?

4 personas siempre.

6 personas casi siempre.

14 personas a veces.

11 personas casi nunca.

0 personas nunca.

¿Con que frecuencia juega con sus amigos juegos de mesa?

0 personas siempre.

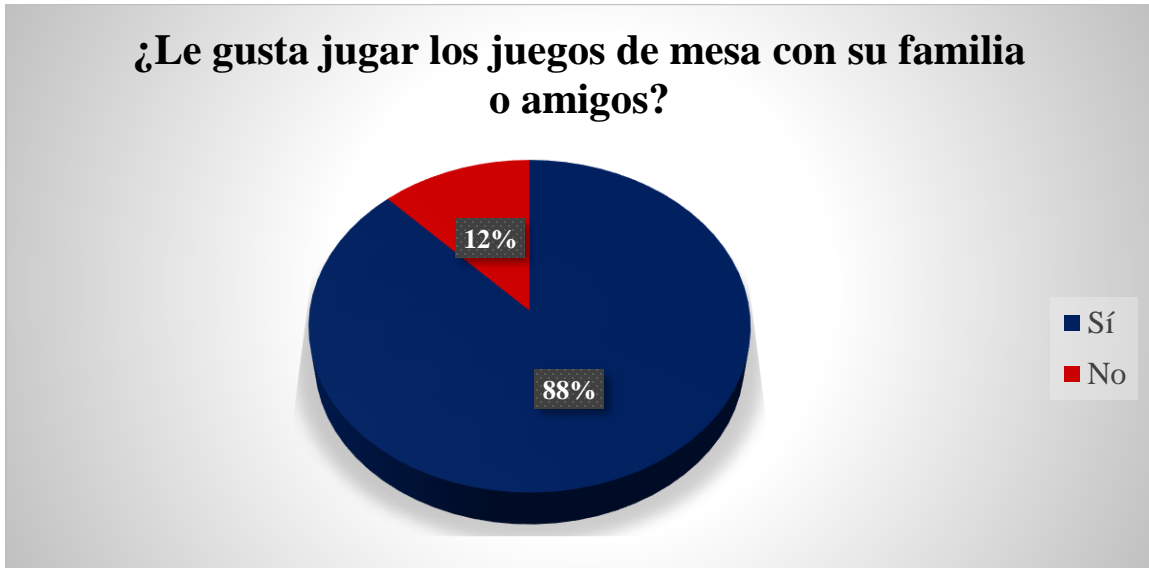
3 personas casi siempre.

18 personas a veces.

14 personas casi nunca.

0 personas nunca.

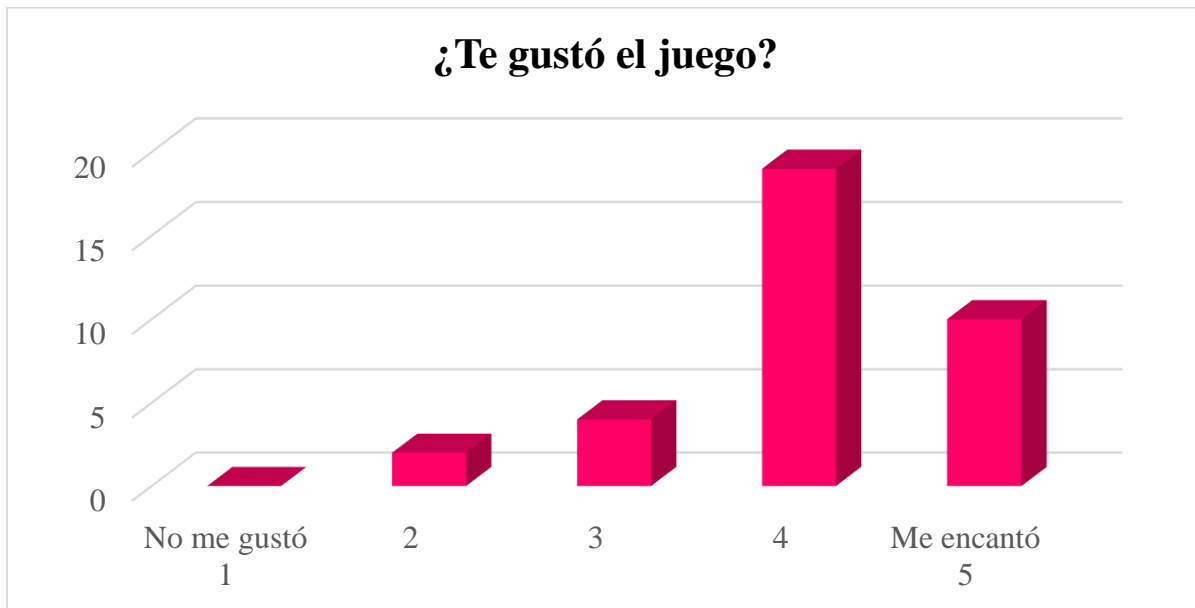
Gráfico 5



Autoría propia

Al 88% (29) de las personas les gusta jugar juegos de mesa con su familia o amigos frente a un 12% (4) que no le gusta jugarlos con ellos.

Gráfico 6



Autoría propia

El 54% (19) de las personas entrevistadas les gustó el juego, seguida por un 29% (10) que les encanto, un 11% (4) no les gusto, pero tampoco les desagrado el juego y por último un 6% (2) que no les gusto el juego.

Gráfico 7



Autoría propia

El 60% (21) de las personas si compraría el juego, seguido de un 34% (12) que tal vez lo compraría y finalmente con un 6% (2) que definitivamente no lo compraría.

¿Qué le gustó del juego?

¿Qué le gustó del juego?

38 respuestas

- Todo
 - que es de analisis
 - La diversión
 - Que no lo conocía
 - Q es nuevo
 - Es muy genérico, una primicia no destacable debido a la cantidad de productos en el mercado semejantes. Lo bueno es la simplicidad, pero no incluye la información de los retos ni la cantidad de cartas.
 - Es divertido
 - La tematica
 - Es muy innovador y saca de la monotonía
-
- Que es didáctico y fácil de jugar
 - Que tenga actividades de beneficio o castigo
 - Todo. Muy dinámico
 - No me da la opción de jugar
 - Es muy dinámico y no se aburre
 - En general por esta bien diseñado me parece divertido se ve la dinámica del juego me gusta que toca ser rápido para ganar o si no pierdes es de velocidad de inteligencia
 - Originalidad
 - La posibilidad de compartir con otros una actividad
 - El tablero

Te hace concentrar mucho en los movimientos propios y de los demás
Interesante
Se ve que es práctico
Sencillez, es fácil de entender para los niños
No se
Los castigos
Que muy chevere y te aprendez mas
Los retos, lo de que hay que sacar cartas, y que el que gana pierde, así que insentiva a hacer lo posible por no llegar al objetivo
Nada
La facilidad lo dinamico
La dinamica
Realmente que es entretenido
Toco pensar de forma lógica que hacer y donde mover
Pues no me gusta mucho, pero la idea es buena.
Que es muy estratégico
Que es un juego diferente y se ve entretenido
La posibilidad de generar un espacio diferente

A la mayoría de los encuestados les gusto que el juego es muy entretenido, dinámico, estratégico, que es diferente e innovador.

¿Qué le añadiría

¿Qué le añadiría?

38 respuestas

Nada

nada

Una apuesta

Un componente sorpresa, que destaque por un tipo de originalidad. Por ejemplo, el diseño de los productos y el estilo de retos. Las fichas tener una forma que identifique la marca, o añadir una guía de ideas para los retos (no todos sabes cómo pedir algo sin molestar al otro).

Mas obstaculos

Unos cuantos comodines

Nada

Creo que está bien

Más participantes

El empaque

Mas retos de juego

Le mejoraría el color al tablero

Otro tipo de dados

Mas dinamismo, estrategias, trampas

Nada

...

no se

mas castigos

Nada la verdad

No veo que se pueda añadir otra cosa

Para más personas y más colores

Nada está perfecto

Un sistema de estrategia y un poco más de innovación.

Colores

De pronto para más participantes

La agregarían más retos, trampas, comodines, diferentes diseños de colores del tablero.

¿Por qué?

¿Por qué?

38 respuestas

0

Para mantener el juego

Esta completo

Así está bien

Esta bien

Cómo está, es aburrido y poco destacable.

Es perfecto

Llamaria mas la atencion

Da más ventajas

No le añadiría algo

Porque creo que está bien formado

Me gustó

Para jugar entre más personas

No es llamativo para el público

Paraque los jugadores se entretengan mas y se puedan divertir mas

Es muy oscuro

Existen muchas variables para seguir con los tradicionales

Se mira muy sencillo

Na

..

Creo que así está bien

...

no se

puede ser mas comico

Por que todo esta bien

Cómo está siento que está bien

Se vería mejor

- Está bien así
- Nada
- Me entretuvo mucho
- Ayudaría al desarrollo del juego y sería más interesante y más atractivo al público.
- .
- Porque solo pueden jugar mínimo 2 personas
- No es necesario
- Porque tiene un nivel interesante

Los encuestados dijeron que porque necesita más cosas que lo destaquen.

¿Qué le quitaría?

¿Qué le quitaría?

38 respuestas

- Nada
- Nada
- nada
- Sería añadir, le falta.
- Algunos colores
- Nada están bien las reglas y la distribución
- Beneficio y castigo lo pondría pos retos con amigos y familiares
- Los colores del tablero y las cartas.
- Las fichas son muy conocidas, sería muy innovar en esa parte.

...
no se
N.A
Nada.
No nada.

Los encuestados no le quitarían nada, pero le modificarían las fichas y el color del tablero.

¿Por qué?

¿Por qué?

38 respuestas

Nada
0
No veo la necesidad
Así está bien
Me gusta
Necesita variedad para atraer al consumidor.
Es bueno
No tienen los mismos colores que el logo.
No le quitaría nada

Está bien completo y no hay necesidad de cambiar

Me gustó

Por que estamos completó como fue diseñado

Repito pa mayor entretension de los jugadores

Así esta bien

No es agradable

Porque esas fichas las tiene el juego del parques, y las mire como que ash, pensé Es otro juego copiado, si innovan otras fichas se miraría más atractivo y curiosidad, mucha suerte con el juego, bendiciones 🙏

Na

..

Creo que así está bien

...

no se

N.A

Por que haci me gusto

Como dije antes, como está el juego está bien

No es necesario

Está bien así

Está bien



Los encuestados dijeron que estaba bien, pero que cambiara las fichas y los colores cosas para llamar más la atención de los clientes.

Lecciones aprendidas y recomendaciones

Desarrollar un proyecto empresarial lleva mucho tiempo y dedicación.

Anexos

Citas	Citas textuales	Nombres
Un autor	(ABD)	Banco BBVA
	(Banco BBVA, 2019)	Profamilia
	(Asociación Profamilia, 2020)	
	(Superintendencia de Industria y Comercio, 2012)	
	(123RF) (ANDI, 2019)	

(ARRUBLA-ZAPATA, 2017) (Alamy) (Augustin) (Asociación Profamilia, 2020) (BLAKE) (Banco BBVA, 2019) (Bean) (Brasileiro) (CVN, 2016) (Camacho, 2019) (CasarsaGuru) (Constitución Política de Colombia [CONS 1], 1991) (Cámara de Comercio , 2000) (Códigopoker) (DANE, 2008) (EFE, 2017) (Faber-Castel) (Gestiopolis, 2002) (ISO win, 2015) (La Republica, 2020)
--

Dos autores o más	(Mattel, 2012) (Leidy Marloth Barrera Cardozo, 2015) (Gromé, 2019) (Guduru) (Gódas, 2006) (Janod, 2020)	
-------------------	---	--

Referencias bibliográficas

123RF. (s.f.). Datos. *Ilustración de datos*. 123RF.

ABD, D. (s.f.). Fichas de parques. *Foto*. ABD, Distribuciones.

Alamy. (s.f.). Impresora tipográfica. *Foto*. Alamy.

ANDI. (Octubre de 2019). *ANDI*. Obtenido de ANDI: <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%202019%20y%20Perspectivas%202020%20-%20VF.pdf>

ARRUBLA-ZAPATA, J. P. (29 de Octubre de 2017). *Revista Espacio*. Obtenido de Revista Espacio: revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p25.pdf

Asociación Profamilia. (11 de Mayo de 2020). *Estudio Solidario*. Obtenido de Estudio Solidario: <https://profamilia.org.co/wp-content/uploads/2020/05/Informe-3-Ansiedad-depresion-y-miedo-impulsores-mala-salud-mental-durante-pandemia-Estudio-Solidaridad-Profamilia.pdf>

Augustin, C. (s.f.). Creimiento. *Foto*. Pexels.

Banco BBVA. (2019). *BBVA*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/25-entidades-te-ayudaran-carrera-emprendedor-colombia/>

Bean, C. (s.f.). Cliente. *Imagen* . Pixabay .

BLAKE, W. (s.f.). Maduración. *Maduración*. Pexels.

Brasileiro, R. (s.f.). Introducción. *Foto*. en Pexels. Obtenido de <https://www.pexels.com/es-es/buscar/%C3%A1rboles/>

- Camacho, M. (19 de Marzo de 2019). *DeVuego*. Obtenido de DeVuego: <https://www.devuego.es/blog/2019/03/19/la-evolucion-de-los-juegos-de-mesa-desde-su-origen-hasta-la-actualidad/>
- Cámara de Comercio . (2000). *Cámara de Comercio de Bogotá código CIIU*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá código CIIU: <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- Caro, K. (2020). La línea del ciclo de vida. *Imagen*. Bogotá.
- CasarsaGuru. (s.f.). Cartulinas. *Foto*.
- Códigopoker. (s.f.). Troqueladora de naipes. *Foto*. Códigopoker.
- Constitución Política de Colombia [CONS 1]. (1991). Constitución Política de Colombia Asamblea Nacional Constituyente. *De los derechos colectivos y del ambiente*. Bogotá, Colombia, Colombia: Atenea.
- CVN. (24 de Octubre de 2016). *CVN*. Obtenido de CVN: <https://www.cvn.com.co/tratados-de-libre-comercio-vigentes-en-colombia/> (<http://www.tlc.gov.co/>)
- EFE. (2 de Agosto de 2017). *Vanguardia*. Obtenido de Vanguardia: <https://www.vanguardia.com/tecnologia/juguetes-innovadores-que-estimulan-la-imaginacion-AFVL405432>
- Faber-Castel. (s.f.). Colores. *Foto*. Faber Castel.
- Gestiopolis. (18 de Enero de 2002). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/normas-de-calidad/>
- Gódas, L. (2006). *El Sievier*. Obtenido de El Sievier: <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-el-ciclo-vida-del-producto-13094134>
- Gromé, M. G. (26 de Junio de 2019). *Un profesor*. Obtenido de Un profesor: <https://www.unprofesor.com/ciencias-sociales/sector-primario-secundario-y-terciario-ejemplos-2445.html#:~:text=Por%20ejemplo%2C%20son%20actividades%20de,materias%20primas%20n%20productos%20elaborados.>
- Guduru, A. B. (s.f.). Niños y adolescentes. *Foto*. Pexels.
- ISO win. (2015). *Iso Win*. Obtenido de Iso Win: <https://isowin.org/blog/proveedores-ISO-9001/>
- Janod, L. (2020). *Eureka*. Obtenido de Eureka: <https://happyeureka.com/>
- La Republica. (4 de Enero de 2020). *La Republica*. Obtenido de La Republica: <https://www.larepublica.co/economia/dato-de-inflacion-en-colombia-durante-2019-aumento-a-380-segun-dane-2948404#:~:text=El%20Departamento%20Administrativo%20Nacional%20de,18%25%20que%20registr%C3%B3%20en%202019.>
- Leidy Marloth Barrera Cardozo, B. C. (22 de Mayo de 2015). *Revistas um*. Obtenido de Revistas um: <http://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/plumillaeducativa/article/view/849/2702>

- Mattel. (2012). *fisher-price*. Obtenido de fisher-price: www.fisher-price.com/es_MX/playtime/parenting/articlesandadvice/articledetail.html?article=tcm:214-34910-16
- Memed_Nurrohmadi. (s.f.). Puntos de distribución. *Imagen*. Pixabay .
- Mercadolibre. (s.f.). Bisturí. *Foto*. Mercado libre.
- Mercadolibre. (s.f.). Cartón paja. *Foto*. Mercado libre.
- Mercadolibre. (s.f.). Impresora 3D. *Imagen*. Mercado libre.
- Mercadolibre. (s.f.). Vinilos. *Foto*. Mercado libre.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Ley-1868). (2017). *Informe de los acuerdos comerciales vigentes en Colombia*. Obtenido de Informe de los acuerdos comerciales vigentes en Colombia: <https://www.mincit.gov.co/normatividad/docs/ley-1868-informe-2019.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (22 de Enero de 1990). *EL ABEDUL*. Obtenido de EL ABEDUL: <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-misionales/facilitacion-del-comercio-y-defensa-comercial/leyes/ley-18-de-1990.aspx>
- Ministerio de Protección Social. (10 de Septiembre de 2008). *Sistema Único de información Normativa Juriscol*. Obtenido de Sistema Único de información Normativa Juriscol: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Resolucion/30033835>
- Ministerio de Salud. (Mayo de 2020). *Orientaciones para las niñas, niños y adolescentes durante la pandemia*. Obtenido de Orientaciones para las niñas, niños y adolescentes durante la pandemia: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/orientaciones-nna-covid-19.pdf>
- Ministerio de Salud Boletín de Prensa n° 350 de 2020. (11 de Junio de 2020). *Minsalud*. Obtenido de Minsalud: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Problemas-y-trastornos-mentales-previos-a-la-cuarentena-estarian-exacerbandose.aspx>
- Muerza, A. F. (16 de Diciembre de 2005). *Consumer*. Obtenido de Consumer: <https://www.consumer.es/medio-ambiente/juguetes-responsables-con-el-medio-ambiente.html>
- OpenClipart-Vectors. (s.f.). Distribución. *Imagen*. Pixabay .
- Panamericana. (s.f.). Colbón. *Foto*. Panamericana.
- Red-Librela. (s.f.). Reglas. *Foto*. Red-Librela.
- Serrano1004. (2020). Pixabay. *Family*. en Pixabay. Recuperado el 15 de Octubre de 2020, de Pixabay: <https://pixabay.com/es/photos/familia-beb%C3%A9-rastreo-madre-1237701/>
- Sistema de inteligencia Comercial. (Mayo de 2017). *Legiscomex*. Obtenido de Legiscomex: <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-sector-jugueteria-colombia-2017-descripcion-rci318.pdf>
- Sistema de inteligencia Comercial. (Mayo de 2017). *Legiscomex*. Obtenido de Legiscomex: <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-sector-jugueteria-colombia-2017-descripcion-rci318.pdf>

Superintendencia de Industria y Comercio. (2012). *SIC*. Obtenido de SIC: <https://www.sic.gov.co/guia-de-juguetes>

Tamayo, N. H. (2015). *Tendencias y Factores de influencia en el consumo de juegos y juguetes tecnológicos*. Obtenido de Tendencias y Factores de influencia en el consumo de juegos y juguetes tecnológicos: https://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/1783/1/HerreraNatalia_2015_TendenciasFactoresInfluencia.pdf

veeterzy, F. d. (2020). *Foto*. Declive.