



Marco Teórico Proyecto Opción de Grado II – Aprende 123

Carolayn Callejas Castaño

Camila Díaz

Trabajo presentado al Docente

Andrés Mauricio Acosta López

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior – Cun

Dirección Nacional De Emprendimiento Y Liderazgo

Opción De Grado II

Bogotá D.C.

2017

Contenido

1	Unidad I Contexto	6
1.1	Aspectos históricos de los juguetes en Colombia.	6
1.2	Marco Legal del Negocio	7
1.2.1	Objeto Social	7
1.2.2	Administración y Representación Legal.....	8
1.2.3	Aspectos Legales.....	8
1.3	Aspectos Ecológicos	8
1.4	Aspectos Políticos y Económicos	9
1.5	La Tecnología y el Negocio.....	9
1.6	Aspectos Sociales del Negocio	10
2	Unidad II Mercado.....	11
2.1	Estudio y cifras generales del sector de la economía y actividad del negocio dentro del Sector	11
2.2	Estudio de competidores directos e indirectos.....	12
2.2.1	Directos.....	12
2.2.2	Indirecta	12
2.3	Segmentación Geográfica Del Grupo Objetivo B2C (TAM, SAM y SOM).....	13
2.4	Economía e ingresos grupo objetivo.....	14
2.5	Psicografía del Grupo Objetivo	14
2.5.1	Personalidad y Estilo de vida.....	14
2.6	Edad, género y ciclo de vida.....	15
2.6.1	Cliente.....	15
2.6.2	Consumidor Final	15
2.7	Diseño de Instrumento y Aplicación en Campo.	16
2.7.1	Instrumento.....	16
2.7.2	Aplicación.....	19
2.8	Conclusiones y Recomendaciones.....	21
3	Unidad III Marketing.....	24
3.1	Producto	24
3.2	Imagen Corporativa	24

3.3	Colores Institucionales.....	24
3.4	Identificación Visual.....	25
3.4.1	Isotipo	25
3.4.2	Logotipo	25
3.5	Distribución	26
3.5.1	Canales de distribución Offline	26
3.5.2	Mercadeo e Impulso	27
3.5.3	Venta Directa.....	27
3.6	Canales de Distribucion Online	28
3.6.1	E-commerce Dedicado	28
3.6.2	Social Commerce.....	28
3.6.3	Two Step E-distribution	29
3.7	Promoción.....	29
3.7.1	Comercial Publicidad Pasiva.....	29
3.7.2	Publicacion Revista	29
	29
3.8	Precio	30
3.9	Presupuesto	30
3.10	Bocetos.....	31
3.10.1	Tarjetas de Presentación.....	32
3.10.2	PMV	33



ntroducción

En este proyecto, opción de grado, se encuentran consignados todos los parámetros necesarios y aspectos legales que se requieren para la creación de empresa en Colombia. En nuestro caso en particular hemos decidido crear una compañía encargada de la elaboración y comercialización de propuestas didáctica e innovadora que facilite el aprendizaje en los menores de 5 años, brindando de esta manera soluciones propias para aquellos padres de familia que no es posible contar con mucho tiempo.



Justificación

En cuanto a nuestra idea de negocio decidimos crear una compañía que brinde soluciones eficientes a los padres de familia, quienes por cuestiones laborales no les sea posible compartir mucho tiempo con sus hijos, mediante la elaboración de elementos innovadores y mecánicos de los cuales no sea necesario el uso de dispositivos electrónicos o internet, generando así confianza plena en el uso del mecanismo.



1 Unidad I Contexto

1.1 Aspectos históricos de los juguetes en Colombia.

El inicio de los juguetes en Colombia empezó con los juguetes artesanales e incluso en ocasiones eran los propios niños quienes los fabricaban, buscando divertirse en los tiempos libres e imitando objetos de la vida real como animales, bebes, carros entre otros.

Los juegos de la infancia han estado constantemente sufriendo cambios y avances en su tecnología su obtención puede variar por diferentes factores por los cambios sociales, educativos y de urbanidad el juguete que se tiene en la ciudad no es el mismo que se puedan tener en los pueblos es por esto que el proceso e historia en nuestro país es tan variada. Los tiempos cambian, y cada vez las costumbres sociales son diferentes las generaciones de seres humanos son distintas, los gustos razas creencias y los juegos que elegimos cuando somos aún pequeños se relacionan mucho con nuestra personalidad y generan recuerdos en nuestra niñez desarrollando una buena o mala percepción que vamos a tener para toda la vida.

Al pasar del tiempo en la historia colombiana se han venido fabricando juguetes mas parecidos a los reales también se a generado gran importación de juguetes extranjeros muy reconocidos a nivel mundial ya que Colombia es un país que importa mucha mercancía al exterior de la que exporta entre ellos gran variedad de juguetes . Aunque también fabrican gran variedad de estos objetos para el desarrollo de nuestros niños como las tradicionales



muñecas de trapo, carros que con el pasar del tiempo se han vuelto más tecnológicos los mismos juguetes pero carros con baterías controles remoto , muñecas que hablan ríen y tienen diferentes funciones como ir al baño comer , cambiarle el pañal.

1.2 Marco Legal del Negocio

1.2.1 Objeto Social

Nuestro propósito está enfocado para alcanzar grandes metas y posicionarnos como una de las marcas líderes en el mercado colombiano de los juegos para niños en edad preescolar y primaria. A través de tener un claro conocimiento del mercado y encontrar una oportunidad en una industria que entonces no se encontraba tan desarrollada y mas en nuestra cultura colombiana en la cual se importa la mayoría de esta mercancía antes sabemos que contamos con gran competencia de diferentes Marcas tanto del exterior como colombianas ejemplo fisherprice, mattel hotwheels y demás marcas posesionadas fuertemente en el mercado.

Nuestra idea es que la marca sea tan posesionada en el mercado que nos permita evocar en la edad adulta y que los colombianos prefieran nuestra marca que es colombiana y que generemos un mensaje positivo en nuestros consumidores cuando estos crecen y se convierten en padres transmitiendo la herencia a las nuevas generaciones que seguirán desarrollando el mismo afecto y lealtad hacia nuestra marca. Así haremos que nuestros clientes sean fieles a la marca

1.2.2 Administración y Representación Legal

La administración se segmentara por las diferentes localidades de Bogotá ofreciendo por diferentes tipos de publicidad nuestro proyecto físico, página virtual, y medio de volantes centrándonos en los principales jardines y escuelas o centros de bienestar familiar.

1.2.3 Aspectos Legales

Toda la documentación ante la cámara de comercio (disponibilidad de nombre, formulario y registró de la matricula , solicitud de nit ante la dian , cancelación de valor de registro y matricula) y ante la notaria tipo de sociedad y escritura publica

1.3 Aspectos Ecológicos

Nuestro aspecto principal radica en la elaboración del producto por medio de material reciclado, específicamente cartón y maderas, sin afectar el medio ambiente, por el contrario buscamos contribuir a la reutilización de materiales.





1.4 Aspectos Políticos y Económicos

Las grandes empresas fabricantes de juguetes, y nuestra principal competencia como Disney, Fisher Price, Mattel son marcas que ya están bastante posicionadas en el mercado y son muy estigmatizadas por los diferentes estratos sociales especialmente en los estratos más altos son marcas que ya son preferidas en el mercado y no son fáciles de sustituir.

También hay que tener en cuenta que los estratos medios o más bajos van a preferir adquirir productos que sean más económicos o que tengan más publicidad, por esto mismo resaltaremos las cualidades de nuestro juguete al hacerlo llamativo para nuestros clientes.

1.5 La Tecnología y el Negocio

Nuestro proyecto tiene gran demanda de producción y muy poca oferta colombiana pero tenemos una ventaja que nuestra marca es económica, y asequible hace que sea de fácil consumo. En los últimos diez años hay un cambio radical en el consumo en general incluyendo los juguetes debido a toda la importación china y demás países a tan bajo costo esto hace que nos volvamos consumistas y compremos juguetes precios tan económicos, hacia no tengamos ningún motivo o necesidad para hacerlo. La industria a través de los años se ha vuelto más tecnológica con mayor competencia en todo lo que refiere a juguetes cada día son más novedosos con más habilidades en el mercado como destrezas, funciones, capacidades, movimientos esto generado una gran demanda para el mercado en Colombia ya que hoy en día los podemos ver tanto en la calle como en los principales centros comerciales de la ciudad.



El consumo ha crecido considerablemente en las principales ciudades de nuestro país Bogotá, Medellín, Cali lo cual beneficia considerablemente nuestra idea de negocio por lo cual sabemos que Colombia es un gran consumidor ya que por nuestras costumbres se celebran muchas fechas donde los juguetes no pueden faltar como navidades , cumpleaños , día del niño , halloween etc, por estas grandes cantidades son destinadas en juguetes para los niños y niñas sin embargo nuestra idea es posesionarnos primero en Bogotá y así extendernos a las diferentes ciudades de nuestro país.

1.6 Aspectos Sociales del Negocio

Tratamos de asociar nuestra marca con valores positivos, como la amistad, el amor y la solidaridad ya que nuestro proyecto está basado en generar cercanía entre las familias y sus integrantes basándonos en que es un proyecto social que piensa principalmente en el desarrollo de nuestros niños en que reciban una buena educación y un buen nivel cognitivo para que en un futuro sean ciudadanos capacitados y hábiles para aportar algo bueno para nuestra sociedad, No discriminamos estratos sociales en nuestro proyecto es un producto totalmente asequible funcional y que nos ayuda a desarrollar la capacidad automotriz de cualquier niño en nuestro país el juguete es en este momento es la guía que tienen nuestros niños por ahí se transmiten valores , principios y que los guíara para toda su vida nos permite desarrollan la personalidad y la perspectiva como van a enfrentar su vida la idea de nuestro negocio es que pasemos la importancia de adquirir nuestro producto haciendo que nuestros consumidores nos recuerden con felicidad y puedan recomendar nuestro producto siendo estos los que hablen de nuestra calidad empresarial.



2 Unidad II Mercado

2.1 Estudio y cifras generales del sector de la economía y actividad del negocio dentro del Sector

La industria juguetera de Colombia posee un enorme potencial de producción y comercialización, pese a varios aspectos como lo son las importaciones a bajo costo, si bien es cierto que los juguetes producidos en el primer mundo son de mejor calidad e imponen la tendencia de consumo, es evidente que sus precios los hacen menos accesibles. La producción de estos países se ha trasladado hasta el punto de deslocalizar sus industrias en países donde la mano de obra es más barata y no existe rigidez del mercado laboral, incrementando así las ventajas comparativas y competitivas del producto final, otro aspecto importante lo determina la competencias de grandes compañías

Según cifras del DANE en el año 2017, la población colombiana se aproximó a 49. 226 millones de habitantes, de los cuales el 4.0% de la población se encuentra entre 0-4 años, cifra que indica la existencia de un mercado importante del total de la población colombiana por captar

Pese a que nose cuentan con cifras solidas de la consolidación que ha tenido el mercado de la juguetería en Colombia, se logro identificar que la industria movió en el 2012 más de 400 mil millones de pesos y aumentó 11,9 por ciento del 2010 al 2011.

2.2 Estudio de competidores directos e indirectos

2.2.1 Directos

Dadas las condiciones del mercado logramos identificar como competencia directa las compañías importadoras de Juguetes, para el 2011 se registraron importaciones en primera instancia Mattel Colombia, con 13,5 millones de dólares, seguido por Milhem Continente, con 11 millones de dólares, Almacenes Éxito, con 4,9 millones de dólares y Almacenes Máximo, con 4,5 millones de dólares, Falabella y Metro en los siete primeros meses de 2011 adquirieron en el exterior mercancía de ese tipo por 4 y 3,7 millones de dólares, respectivamente.

Por ello, si se mira en conjunto, las grandes superficies, con 17 millones de dólares, fueron los mayores compradores de juguetes extranjeros. Paralelamente fue uno de los principales canales de comercialización de esos artículos, pues importaron el 19,2 por ciento de los juguetes foráneos.

2.2.2 Indirecta

Teniendo en cuenta que nos encontramos en la era de las TIC identificamos como competencia directa la comercialización de consolas y videojuegos que para el 2008 superan los US\$330 millones, Colombia se encuentra como en segundo lugar en América Latina, Una cifra que supera las expectativas de las compañías de entretenimiento y que se logró gracias a la venta de las más de 9.6 millones de consolas por parte de Xbox 360;



8.1 millones de Wii y 3.8 de PS3. A ello se suma que la cantidad de juegos originales que se venden por cada consola Xbox 360, casi duplica la cantidad vendida por PS3 o Wii.

2.3 Segmentación Geográfica Del Grupo Objetivo B2C (TAM, SAM y SOM).

Teniendo en cuenta que nuestra compañía estará enfocada en un mercado B2C, identificamos como target padres de 18 a 30 años (Milenials), quienes se encuentren ubicados en la Ciudad de Bogota, iniciaremos en localidades con alta población estudiantil, por ello decidimos iniciar en la localidad de Kennedy, en barrios de estratos tres, para ello tomaremos un 0,02% de la población de la Localidad lo que corresponde a un aproximado de 1.958 personas mayores de edad

2.3.1.1 Tabla 1. Segmentación del Mercado

SEGMENTACION DE MERCADOS			
LOCACION	TAM	SAM	SOM
DENSIDAD	Colombia: El mercado al que podemos servir esta compuesto por alrededor de 49.226 Millones de habitantes	El mercado que podemos conseguir esta estimado por 1.939.565 habitantes mayores de 18 años en la Ciudad de Bogota	El mercado que podemos conseguir esta proyectado en la Localidad de Kennedy con alrededor de 979.914 habitantes mayores de edad

2.4 Economía e ingresos grupo objetivo.

Se identificaron los siguientes aspectos como lo mas importantes de la localidad objeto de estudio.

- La localidad de Kennedy representa el 4.5% del área total de la Ciudad
- Predomina la clase media-baja, el 60% es de estrato tres y el 37% pertenece al estrato dos
- La tasa de ocupación de los hombres es del 70,7% y mujeres 48,7%
- Las actividades que mas ocuparon los residentes fueron comercio con un 29%, servicios 25% e Industria con 19%
- Los salarios promedio se encuentran en un rango de 2 y 3 SMLV

2.5 Psicografía del Grupo Objetivo

2.5.1 Personalidad y Estilo de vida

- Jóvenes de entre 25 y 30 años de edad, los cuales siguen estudiando o tienen culminada una carrera
- Laboran medio tiempo o en un negocio que se adapte a sus horarios para atender a sus necesidades familiares
- Les gusta el ejercicio y las tendencias tecnológicas
- Lejos de ser los típicos padres que salen a trabajar en la madrugada y regresan al hogar hasta en la noche



- Saben de app's que pueden ayudarle para este y otros problemas cotidianos
- Tienen un espíritu emprendedor: el 30% de las mismas tiene pensado comenzar su propio negocio dentro de los próximos dos años
- Tienen un espíritu emprendedor: el 30% de las mismas tiene pensado comenzar su propio negocio dentro de los próximos dos años
- Los smartphones se han convertido en su principal opción para almacenar la información diaria

2.6 Edad, género y ciclo de vida.

2.6.1 Cliente

Hombres y mujeres de 18 a 30 años (padres millennials), estudiantes o profesionales graduados

2.6.2 Consumidor Final

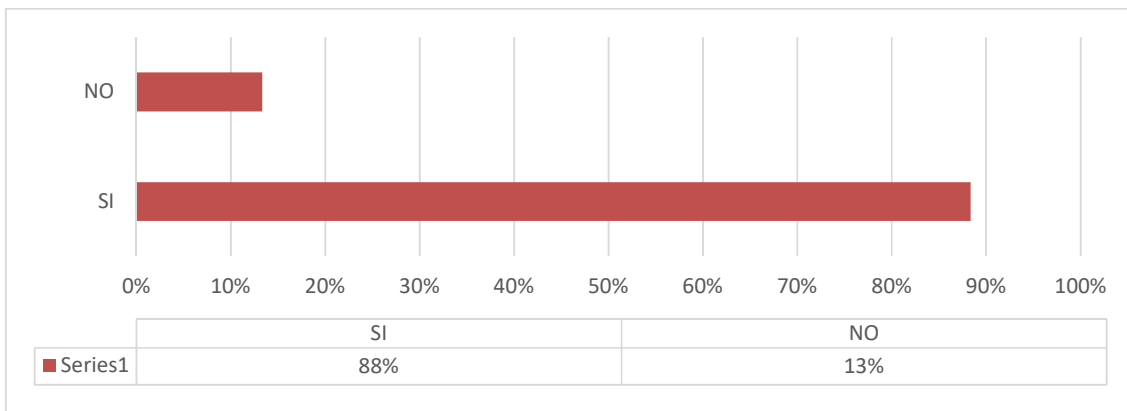
Este producto esta desarrollado para niños y niñas de 3 a 5 años de edad, los cuales inicien su etapa educativa

2.7.2 Aplicación

Resaltaremos los criterios mas relevantes del instrumento encuestador

- ¿Cree usted que es beneficioso crear un juego didáctico para niños?

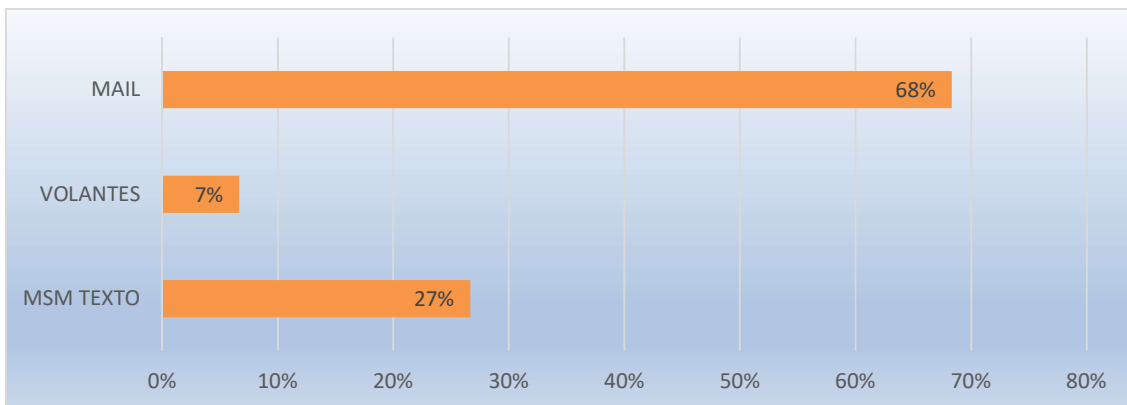
2.7.2.1.1 Grafico 1



El 88% de los padres encuestados ven con positivismo la creación del juego didáctico

- Le gustaría recibir información de las actualizaciones de nuestro producto por medio de

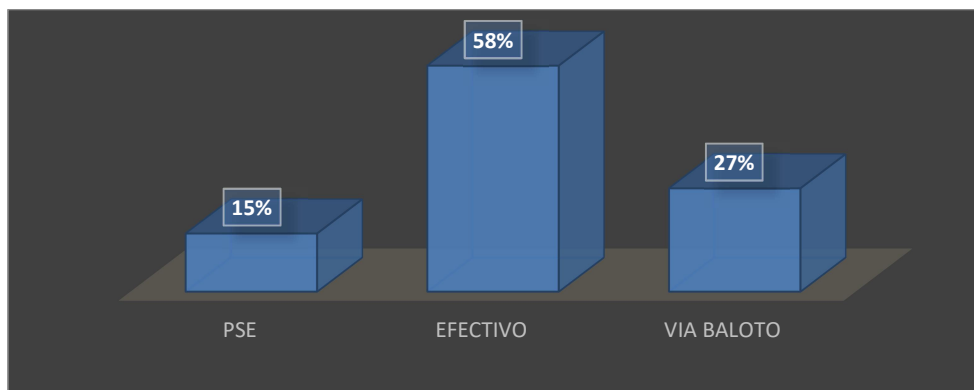
2.7.2.1.2 Grafico 2



El 68% prefiere el uso del correo electrónico para recibir actualizarse en cuanto a nuestros productos

- ¿Qué medios de pago le gustaría a usted que se implementaran para poder adquirir nuestro producto?

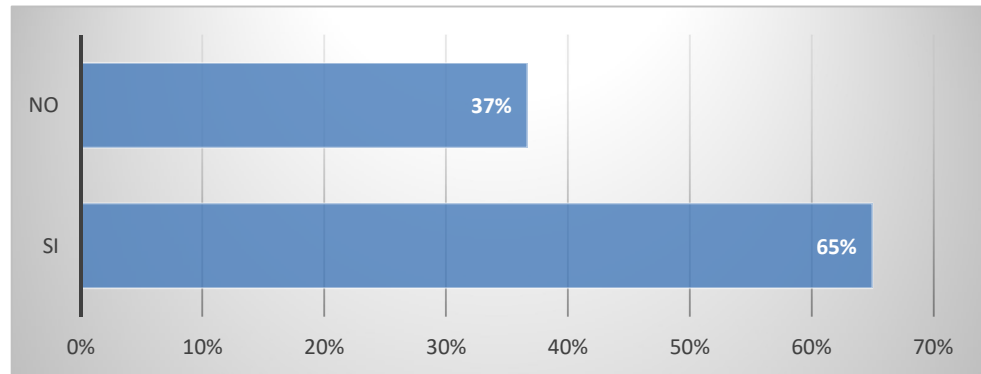
2.7.2.1.3 Grafico 3



El 40% de los padres considera como facilidad del pago el manejo por medios de Pin-Baloto, al igual los pagos por medios de tarjetas

- ¿Piensa usted que por ser un producto basado en la tecnología para el aprendizaje de los niños puede ser Benéfico?

2.7.2.1.4 Grafico 4



El 80% considera que el uso de la tecnología no es muy beneficioso para la elaboración del juego, pues puede ser complejo el uso del mismo

2.8 Conclusiones y Recomendaciones

2.8.1.1.1 Tabla 2 Conclusiones

ITEM	PREGUNTA	CONCLUSION	RECOMENDACIONES
1	¿Cree usted que es beneficioso crear un juego didáctico para niños?	Los padres considera positiva la creacion del producto	
2	¿Considera que el producto esta al alcance de su bolsillo?	Es viable establecer el valor del producto entre \$30.000 y \$35.000, pues se incursionaran inicialmente en estratos 2 y 3. El 20% de la poblacion que menciona estar de cierta parte de acuerdo con el valor del producto estaria dispuesta a pagar algo mas del precio establecido	Teniendo en cuenta el 20% es posible incursionar en otros estratos

3	¿Ha tenido inconvenientes con juegos didácticos para niños?	Al momento de la elaboración se debe tener en cuenta el tamaño de sus componentes	El laberinto debe ir cubierto con el fin de ser posible extraer la pelota y así evitar ser ingerida por los niños
4	¿Considera usted que un tablero didáctico digital ayude a la motricidad de desarrollo en los niños?	Un beneficio más del juguete es incentivar la motricidad del menor, es posible que en algún momento el juego sea muy mecánico	Es posible construir otros elementos que requieran más movimientos del menor y así se incentive la motricidad del menor
5	¿Considera usted que el uso de estos Tableros didácticos tiene algún riesgo en los niños?	El riesgo que representa es que sea posible ingerir la rueda del laberinto	Al momento de construir el elemento se deben tener las medidas preventivas para evitar accidentes
6	¿Le gustaría que el tablero didáctico fuera de apoyo para el aprendizaje de los niños?	Los padres aprueban la creación del juego como una primera herramienta de aprendizaje	Es posible construir otros elementos que requieran más movimientos del menor y así se incentive la motricidad del menor
7	Toma como aprendizaje para niños de 3 a 7 años lo siguiente	Debe incluir métodos de aprendizaje con las letras, pues los números no son la única rama de aprendizaje	Incluir didácticas que permita al menor conocer el mundo de las letras
8	Le gustaría recibir información de las actualizaciones de nuestro producto por medio de	Los padres prefieren el uso de las TIC para conocer de nuestros productos	En la página de la compañía se deben habilitar en la sección de productos el envío de fichas técnicas al correo para conocimiento de los productos
9	¿Qué medios de pago le gustaría a usted que se implementaran para poder adquirir nuestro producto?	Dentro de las alternativas el pago por medio de entidades bancarias no es una buena opción por temas de tiempo, en ese orden de ideas se recurre al pago por medio de PIN	Para agilizar el proceso de debe establecer en la página la alternativa de pago por vía baloto, pues tiene buena acogida entre los encuestados. Adicional de la programación de entrega por domicilio

10	Para adquirir el tablero didáctico usted prefiere de forma	El uso de un punto de venta que permita la información inmediata y compras al instante es una buena iniciativa entre los encuestados	Teniendo en cuenta el uso de las TIC se busca la posibilidad de eliminar gastos administrativos en puntos de venta y manejar tiendas virtuales
11	¿Usted toma decisiones basadas en la opinión de un niño al momento de comprar un artículo infantil?	La mayoría de los padres hacen obsequios a sus hijos teniendo en cuenta sus solicitudes o anhelos	Debe ser un juguete que cumpla principalmente con las expectativas del menor con el fin de ganar confianza y se genere el voz a voz del mismo
12	¿Piensa usted que por ser un producto basado en la tecnología para el aprendizaje de los niños puede ser Benéfico?	Teniendo en cuenta la edad de los niños el uso de las tecnologías se debe limitar un poco, pues los menores no se encuentran en edades adecuadas	El uso de las tecnologías debe ser limitadas de lo contrario seria una herramienta con supervisión de un adulto
13	¿Recomendaría el producto a sus amig@s o conocidos?	Los padres basan en no recomendar el juego pues temen en que el proceso de enseñanza se requiere de mucho tiempo	El juego esta creado para la interacción padres e hijos en sus primeros conocimientos básicos.
14	¿Considera usted que Nuestro producto puede ser nocivo para el aprendizaje de los niños?	Los encuestados ven como una buena alternativa el uso de juego como modo de enseñanza	Los porcentajes siguen indicando que el juego es una buena herramienta de aprendizaje
15	¿Está usted de acuerdo con que los niños aprendan a temprana edad?	Los niños de hoy en día tienen necesidad de aprender con mayor velocidad y calidad, esta herramienta contribuirá su desarrollo	Con esta herramienta los niños pueden ocupar sus tiempos libres en conocer y aprender
16	¿Considera usted la diversión como método de aprendizaje?	Al indagar con los padres consideran que la diversión permite conocer de manera más rápida y precisa en los menores	El juego debe contar con métodos muy didácticos que garanticen la atención del menor y por ende el interés en aprender

17	¿Qué mejoras considera usted que se le deberían hacer a nuestro producto?	Se deben realizar mejores en cuanto al producto , ya que debe satisfacer la necesidad del cliente y asi mismo generar la necesidad de comprarlo.	Debe tener diferentes tipos de actividades para generar motivacion en los clientes.
----	---	--	---

3 Unidad III Marketing

3.1 Producto

3.2 Imagen Corporativa

Con el fin de llegar a la mente de nuestros consumidores hemos optados por manipular colores vivos que den energía los cuales rodean las cuatro operaciones matemáticas básicas, de esta manera generar recordación e incentivo a los pequeños usuarios.



3.3 Colores Institucionales

Teniendo en cuenta que en ocasiones las matemáticas pueden llegar a ser tediosas para los niños hemos optados por contar con diversos colores que agraden y atraigan a los usuarios



3.4 Identificación Visual

Estandarizamos los siguientes gráficos que permitan identificar a aprenden123 con alegría y entusiasmo

3.4.1 Isotipo



3.4.2 Logotipo





3.5 Distribución

3.5.1 Canales de distribución Offline

Con el fin de dar a conocer nuestro producto de una manera contundente, hemos optados por apropiarnos de pequeños espacio en almacenes y grandes superficies, para ellos debemos tener en cuenta los siguientes aspectos

3.5.1.1 *Requisitos Básicos*

- Registro de marca.
- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Si aplica)
- Código de barras.
- CEN Centro Electrónico de Negocios
- Intercambio electrónico de datos.

3.5.1.2 *Envases, embalajes y etiquetas*

En los envases debes tener en cuenta varios aspectos: el costo, la diferenciación, la funcionalidad, la responsabilidad ecológica y el imaginario del consumidor, entre otros

3.5.1.3 *Codificación como proveedor*

Todos los productos expuestos a la venta deben contar con codificación

3.5.1.4 Distribucion

La entrega en almacenes de cadena tiene una dinámica diferente pues no hay contacto directo con el cliente pero sí hay normas, procedimientos, fechas y horas estrictas

3.5.2 Mercadeo e Impulso

Esta actividad es desarrollada por mercaderistas dentro de los almacenes

3.5.3 Venta Directa

Con el fin de interactuar con nuestros clientes y consumidores finales optamos por establecer un local comercial, el cual contara con personal propio que preste un excelente servicio al cliente al momento de presentar nuestros productos, esta se encontrara ubicada en Puente Aranda, Centro Comercial Americas Occidental 33 mts² \$1.983.600



3.6 Canales de Distribucion Online

3.6.1 E-commerce Dedicado

Hemos elaborado nuestra pagina web con el fin de contar con un medio de comunicación directa con nuestros clientes

<https://carolcallejas.wixsite.com/aprende123>



3.6.2 Social Commerce

Usaremos redes sociales como Facebook o Twitter con el fin de tener un canal de comunicación privado y de respuesta inmediata

3.6.3 Two Step E-distribution

Aprovecharemos el uso de herramientas como lo es MercadoLibre ya que este genera puntuación y reconocimiento a los ofertantes sin necesitas de incurrir en costos elevados

3.7 Promoción

3.7.1 Comercial Publicidad Pasiva

Se determinó que mejor opción es manejar publicidad racional y motivacional, inicialmente por medio de un comercial el cual su objetivo sea informativo y afectivo, en donde los padres de familia identifiquen la importancia de la estimulación temprana de las matemáticas.

3.7.2 Publicacion Revista



Laberinto Matematico

DESCUBRE UNA NUEVA MANERA DE INTERACTUAR
CON TUS HIJOS

Aprende 123 es una compañía interesada en incursionar en mecanismos que permitan incentivar la educación temprana de tus hijos, por esta razón estamos lanzando nuestro producto "Laberinto Matematico" con el cual tu hijo se animará a aprender de manera divertida

88 | SWEET'S SPECIAL EDITION

3.8 Precio

Teniendo en cuenta que en el mercado no se encuentra un productos de características similares y los parametros de comparacion estan por debajo de los costos de produccion, se determina que el costo del Jugquete sera de: \$ 78.283

3.8.1.1 Tabla 3

ESTUDIO EXTERNO			
ITEM	EMPRESA	CARACTERISTICAS	PRECIO
1	MACROOULET	Juguete Laberinto Magnético Didáctico Madera	\$ 38.000
2	MCK TOYS	Laberinto pequeño de Buho 15.5cm*14cm*1cm	\$ 45.000
3	MCK TOYS	Laberinto Magnético Didáctico Madera Animales	\$ 290.000
			\$ 124.333

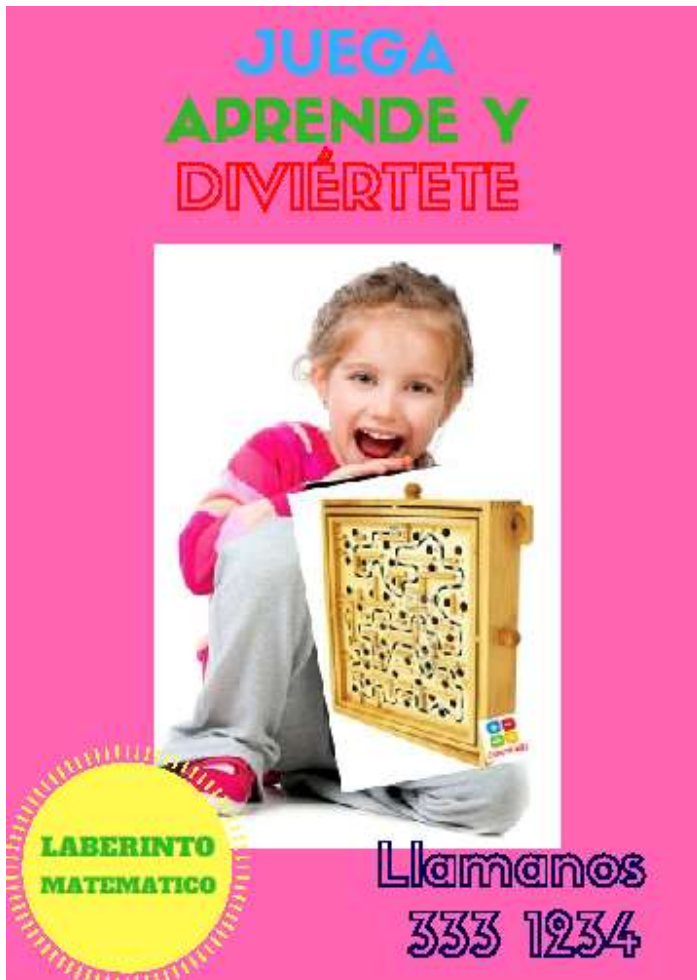
3.9 Presupuesto

3.9.1.1 Tabla 4

ESTUDIO INTERNO					
COS	MATERIA PRIMA	UND	MATERIAL	PRECIO	TOTAL
		2	MADERA 3 X 100	\$4.000	\$8.000
		2	MOTORES PASO A PASO	\$6.000	\$12.000
		1	DISPLAY	\$4.500	\$4.500
		1	TECLADO	\$5.500	\$5.500
	MANO DE OBRA	1	VINILOS	\$6.000	\$6.000
	ASEO	1	EMPLEADO	\$6.000	\$6.000
SUBTOTAL					\$42.000
GAS	SERV. PUB	1	ENERGIA	\$625,0	\$625,0

		1	AGUA	\$208,3	\$208,3
		1	ARRIENDO	\$28.333,3	\$28.333,3
	INVERSION INICIAL	1	EQUIPOS	\$250.000,0	\$250.000,0
		1	PUBLICIDAD	\$320.000,0	\$320.000,0
SUBTOTAL					\$29.167
UTILIDAD 15%					\$7.117
PRECIO VENTA AL PUBLICO					\$78.283

3.10 Bocetos



3.10.1 Tarjetas de Presentación



3.10.2 PMV







CONCLUSIONES

La mejor manera de acceder es a través de extensas campañas de publicidad que ya están fuertemente posesionadas en el mercado queremos llegar a nuestros niños principalmente en los espacios en los que habitan como sus jardines, parques centros de recreación y demás donde podemos llegar a cautivar a nuestros principales clientes y generar una mejor estrategia de marketing.



REFERENCIAS

<http://www.elespectador.com/noticias/negocios/articulo-consolas-y-videojuegos-superan-expectativas>

<http://www.dane.gov.co/reloj/>

<http://www.cesa.edu.co/El-Cesa/lateral/NewsN/2012/Diciembre/Los-juguetes-y-la-innovacion.aspx>