



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO

FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**TÍTULO: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUGUETES DIDACTICOS
ARMABLES DE CARTÓN PARA NIÑOS DE 0 – 5 AÑOS EN EL CANTÓN SANTA ELENA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PREVIO A
OPTAR EL GRADO DE
INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

MARÍA JOSÉ RUEDA GUERRA

TUTORA

ING. ELSA G. MAYORGA QUINTEROS

SAMBORONDÓN, SEPTIEMBRE, 2014

INDICE GENERAL

| | | |
|------|---|----|
| I | Justificación..... | 5 |
| II | Problema a resolver..... | 7 |
| III | Objetivo General..... | 8 |
| IV | Resumen Ejecutivo..... | 9 |
| V | Misión y Visión..... | 10 |
| VI | Metas..... | 11 |
| VII | Viabilidad legal (permisos, licencias, registro de marcas)..... | 12 |
| VIII | Análisis de mercados..... | 14 |
| | 8.1 Mercado Objetivo..... | 14 |
| | 8.2 Análisis PESTAL (político, económico, social, tecnológico, ambiental).... | 14 |
| | 8.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas..... | 15 |
| | 8.4 Análisis de las 4 Ps (Plaza, precio, producto, promoción)..... | 17 |
| | 8.5 Análisis de la demanda y oferta..... | 19 |
| | 8.6 Estrategia de diferenciación..... | 42 |
| | 8.7 Acciones de promoción..... | 42 |
| | 8.8 Canal de distribución..... | 43 |
| IX | Análisis Operativo..... | 44 |
| | 9.1 Localización y descripción de las instalaciones..... | 44 |

| | | |
|----|---|----|
| | 9.2 Método de producción..... | 46 |
| | 9.3 Capacidad instalada..... | 47 |
| | 9.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento)..... | 47 |
| | 9.5 Recursos humanos..... | 59 |
| X | Análisis Financiero..... | 60 |
| | 10.1 Estados de resultados proyectados a 5 años..... | 60 |
| | 10.2 Flujo de caja proyectado a 5 años..... | 61 |
| | 10.3 Análisis del punto de equilibrio..... | 64 |
| | 10.4 Análisis de sensibilidad (dos escenarios 10.1 y 10.2)..... | 65 |
| | 10.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor Actual neto, Retorno de la inversión..... | 66 |
| XI | Viabilidad del proyecto (conclusiones)..... | 69 |

JUSTIFICACIÒN

Los constantes cambios en la sociedad, referente a los gustos y preferencias del consumidor, han llevado a que la globalización incida en estos, ya que los mercados actuales se encuentran saturados con productos de todo tipo, en lo que respecta a los niños; en la actualidad los programas de televisión se han convertido en grandes vendedores, dando así una mayor imagen a los productos que el infante adquiere.

La sociedad actualmente vive en un constante cambio, donde la tecnología ocupa un lugar primordial en el desarrollo de las habilidades del ser humano. La incidencia de las TICs(ABC.es, 2013) en los niños menores de 10 años se ve reflejada significativamente, se ha demostrado que estos instrumentos son muy bien utilizados sin necesidad de ayuda en muchos casos de personas adultas, los dispositivos son tan fáciles de manejar que se apegan bien a las necesidades y expectativas de los niños. Las afectaciones en el corto, o largo plazo no se la conocen debido a que los estudios se ven sesgados por las grandes empresas, cuya misión es captar cada día más adeptos (Olivares, 2011). Es por esta razón que se pretende lanzar al mercado un producto que no es tóxico para los niños, tanto por la calidad del material, debido a que no contienen compuestos químicos que tenga incidencia en el ambiente y contribuya al cuidado del mismo. En la fabricación de juguetes se utilizan materiales reciclados, la naturaleza y estructura de los mismos es fundamental para la elaboración y utilización, cabe recalcar que en la actualidad con las políticas gubernamentales se restringe la tala de árboles por lo que se deben de buscar materiales alternativos y que su uso no tenga una grave incidencia en el entorno y salud de los niños, tomando en cuenta la explotación de maderas, papel y plásticos provoca la deforestación, consumo de agua, contaminación del aire y efectos nocivos sobre la salud.

Los juguetes que se pretenden ofertar al mercado, se ajustan a las normas de seguridad de los hogares, y guarderías. Estas hacen referencia a las propiedades físicas, mecánicas (pueden causar heridas al romperse, riesgo en la ingestión de sus piezas, etc.), a la inflamabilidad y a las propiedades que pueden causar algún tipo de daño. Se intenta también es elaborar y adecuar juguetes a niños/as de 0 a 5 años del Sector Rural principalmente en la Provincia de Santa Elena debido a que los del sector Urbano de acuerdo a estudios de opinión tienen gustos y preferencias diferentes al momento de la elección.

La creación de la empresa contribuye al objetivo 7 del plan nacional del buen vivir (SENPLADES, 2013) el cual se refiere a garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad, esto es fundamental debido a que el estado busca fomentar este tipo de prácticas en procura de vivir bien y sobre todo en este caso poder tener argumentos firmes y sólidos para sustentar el proyecto, debido a que con las practicas que se promueven para la elaboración de los juguetes poder contribuir a este cuidado ambiental territorial y global.

Los juguetes se adecuan a la edad del niño, ser variados en arreglo a los aspectos pedagógicos que se quiera potenciar y traspasar a una sociedad más justa y solidaria con los grupos vulnerables.

PROBLEMA A RESOLVER

La empresa en base a la problemática quiere lograr el acceso a nuevos y novedosos juguetes mostrando nuevas alternativas como entretener de una manera divertida, creativa de terminar un juguete preferido por ellos. Llevando así que los niños se interesen en los juguetes tradicionales y artesanales para su desenvolvimiento académico y familiar.

En la provincia la empresa sería pionera, con un valor agregado diferenciado al de la competencia, se podrá ofrecer productos terminados de calidad con mano obra artesanal y local a bajos costos y lo más importante sin afectar el medio ambiente.

La manera de posesionar el producto es a través de los GAD`S parroquiales y provincial, se pretende para diversificar el mercado, convenios con el Ministerio de Educación y Cultura y con el Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES, dirigidos específicamente a la población objetivo que son los menores de 10 años, actualmente el MIES tiene adscrito los CIBV Centros Infantiles del Buen Vivir , cada uno de ellos tiene 36 niños que oscilan entre las edades de 2 a 5 años en promedio donde se les brinda una enseñanza aprendizaje integral por tal motivo para complementar dicho modelo de educación se hace necesario entregarles juguetes de cartón con el único objetivo de mejorar su motricidad y capacidad de creación y memoria.

Los principales problemas arraigados son que hoy en día existen niños criando niños (PNUD, 2011), la pérdida de valores, los problemas sociales cada vez más arraigados como drogadicción, pornografía infantil, sexo infantil, delincuencia, entre otros.

Con respecto a la nueva provincia consta con 3 cantones: La Libertad, Salinas y Santa Elena; los cuales no han sufrido ninguna modificación territorial tras la separación del Guayas. La provincia no ha estado ajena de problemas ambientales, en esta se dan actividades pesqueras, petroleras y turísticas que así como aportan al desarrollo de la provincia también inciden en los problemas ambientales. La provincia posee grandes cadenas de supermercados, tiendas, y empresas que se dedican a la comercialización de juguetes; también se observa la presencia de juguetes chinos a tal punto que se comercializan en locales legales e ilegales, posicionado mercado y restringiendo el acceso a nuevos productos.

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la factibilidad de una Micro-empresa de juguetes didácticos armables de cartón para niños de 0-5 años, de la Provincia de La Península De Santa Elena.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la demanda de juguetes didácticos armables en la Provincia de la Península de Santa Elena.
- Crear y comercializar juguetes didácticos armables en la Provincia de la Península de Santa Elena.
- Evaluar la factibilidad de una Micro-empresa de juguetes didácticos armables de cartón para niños de 0-5 años, en la Provincia de la Península de Santa Elena.
- Alcanzar las expectativas del consumidor de la Provincia de Santa Elena.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo pretende desarrollar un plan de negocios que permita analizar la viabilidad de crear una Microempresa que elabore y distribuya juguetes de cartón, principalmente para niños de entre 0 a 5 años pertenecientes de la zona rural(en primera instancia) de la Provincia de Santa Elena. La idea del negocio parte del conocimiento de las necesidades que tienen los niños de la provincia en cuanto a la enseñanza integral, destrezas, capacidad de imaginación Y habilidades motoras de los niños en su diario vivir.

El presente estudio está estructurado en las siguientes partes: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero económico. El esquema del proyecto está relacionado directamente con la estructura de un plan de negocios, en primer lugar se podrá observar una breve descripción del negocio, el valor agregado que la empresa pretende crear como aporte al mercado. A continuación se presentará el estudio de mercado, el cual permitirá conocer las necesidades de los potenciales clientes, se analizarán a los competidores inmediatos, descubrir las barreras de entrada y salida del vasto mercado de juguetes. Un tercer punto corresponde a la elaboración de un plan de marketing que permita promocionar a la empresa, describir ¿Cuál va a ser la estrategia de precios?, ¿Cómo se va a realizar la promoción de la empresa y sus servicios?, ¿Qué servicios urgentes e inmediatos demanda el mercado y finalmente cómo funcionará el servicio postventa?, garantizando así mercados con su respectiva diversificación, posteriormente se presentará la factibilidad institucional, que determinará el tipo de empresa y la estructura que ésta tendrá. Una vez conocidos los aspectos anteriormente mencionados, se dedica un capítulo al análisis económico – financiero de la empresa, en el cual se analizará los estados financieros proyectados. Se incluye un capítulo que presenta los potenciales riesgos que puedan darse y el

impacto que estos tendrían en el plan de negocio mediante un estudio de sensibilidad para determinar si es factible el proyecto.

MISIÓN

La empresa tiene como misión proveer al mercado infantil, juguetes de alta calidad con materiales que no afecten al medio ambiente promoviendo así mecanismos sanos de gestión, contando con mano de obra calificada y con conocimientos artesanales además de ser una empresa social y solidariamente comprometida con nuestros clientes y proveedores en la provincia de Santa Elena.

VISIÓN

La empresa tiene como visión al 2019 trascender como una empresa innovadora ecuatoriana, especializada en el diseño, fabricación, distribución y comercialización de juguetes de cartón, encaminada a cubrir los requerimientos de los niños de la zona rural del Cantón Santa Elena, para finalmente posicionarnos como la empresa líder en juguetes de toda la provincia de Santa Elena.

METAS

- Captar un porcentaje de 67% en el mercado en el primer año
- Ampliar un crecimiento de las ventas proyectadas en 1,97% que es porcentaje de crecimiento de la población según el censo INEC población y vivienda 2010
- Ampliar luego de los 5 años dos diseños de juguetes acordes a los gustos y preferencia de ese entonces.

VIABILIDAD LEGAL

Base legal

La actividad empresarial se encuentra sujeta a determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán.

Constitución Legal

La Empresa “Un mundo Mágico aquí en la Tierra”, se constituirá como una empresa individual de responsabilidad ilimitada debido a que el número de socios es uno solo que es el propietario, directorio no existe y el capital de trabajo es el mismo del dueño.

Como paso previo a la escritura de constitución definitiva, publicación en la prensa, cámaras de Industrias y de Comercio, inscripción de la escritura, Registro Mercantil, y pago de la Patente Municipal y otros impuestos y Tasas.

Razón Social

La denominación de la Empresa será “Un mundo Mágico aquí en la Tierra” la misma que tendrá su domicilio principal en la Provincia de Santa Elena, Cantón Santa Elena.

Monto de Capital

La empresa “Un mundo Mágico aquí en la Tierra” será una empresa individual de responsabilidad ilimitada, cuyo capital será el mismo que posee el propietario en el momento de constituir la misma.

El monto del Capital de US \$39,224, capital que será cubierto en efectivo, la diferencia se hará mediante crédito bancario que permita financiar parte del activo Fijo y de Capital de Trabajo, al inicio de operación de la empresa.

Requisitos para la constitución de la empresa(Elena, 2010)

- Permiso en el GAD cantonal Santa Elena
- Permiso en el cuerpo de bomberos
- Permiso en Ministerio de Salud
- Registro en la Superintendencia de compañías
- Obtención del RUC y RUP para poder participar en el portal de compras públicas

8) Análisis de mercados

El mercado elegido para la introducción de los productos a elaborarse está enfocado a satisfacer las múltiples necesidades que tienen los niños menores de 5 años, por lo que se hará la venta directa al consumidor (padre de familia o responsable del menor).

Los productos a ofrecerse tendrán características importantes (Diseño, calidad y presentación del juguete) debido a que se buscará fomentar e incentivar el desarrollo del niño (funciones psíquicas, físicas y sociales) de la provincia de Santa Elena, dando así seguridad a los Padres de Familia al garantizar calidad y seguridad en el producto.

8.1 Mercado Objetivo.

El estudio presenta una diversificación de mercados, en primer lugar enfocarse de manera general a los niños en edad comprendida de 0 a 5 años de la zona rural, pero el proyecto faculta además en el mediano plazo enfocarse a CIBV de la provincia.

8.2 Análisis PESTAL

En el siguiente cuadro se muestra la incidencia desde distintos puntos que tendrán sobre el proyecto factores exógenos.

| Político | Económico |
|---|---|
| Lo que respecta al ambiente político, las políticas establecidas en el actual gobierno incentivan la producción nacional. El producto tendrá su mercado asegurado además aportando con el plan nacional del buen vivir | Como Empresa nueva, se necesitara personal capacitado y mano de obra artesanal, dando así plaza de trabajos a habitantes de la región. Existe una gran inversión hacia la producción nacional (Informe trimestral de la economía ecuatoriana, 2014) |
| Social | Tecnológico |
| El impacto social de la Empresa es de mejorar las condiciones de vida de los trabajadores, el trabajo en equipo, la seguridad social y de salud. | La empresa contará con tecnología para la producción de los juguetes, el objetivo es de garantizar mecanismos que conlleven a operar de manera adecuada las maquinarias, con la finalidad de mejorar la calidad y reducir los tiempos para mercadear el producto terminado. |
| Ambiental | |
| El impacto que genera el proyecto desde este punto de vista es significativo debido a que se utiliza material netamente reciclado como materia prima, y no repercute o puede incidir en problemas ambientales con consecuencias nocivas | |

8.3 Análisis FODA

| Fortalezas | Oportunidades | Debilidades | Amenazas |
|---|---|---|---|
| Conocimientos y habilidades de los artesanos para diseños de juguetes. | Política gubernamental y Créditos por parte de las instituciones bancarias. | Poco acceso a créditos por falta de garantías. | Competencias distribuidoras mayoristas de juguetes en la provincia y el país. |
| Producto innovador y artesanal elaborado en el Cantón. | Expandir la empresa en comunidades aledañas | Empresa nueva en el mercado no existe garantía del producto | Alteraciones climáticas por el calentamiento global afectando los materiales del juguete. |
| Acceso a la materia prima para la elaboración de los juguetes | Ingresar a instituciones educativas | Falta de educación ambiental por parte del consumidor | |
| Ubicación geográfica de la empresa. | Apoyo por parte de la comunidad. | Escasez de materia prima para la elaboración de los juguetes. | |
| Los trabajadores de la empresa reciben capacitaciones para la elaboración de los juguetes, poseen conocimientos respecto a los diseños. | Centro de investigaciones de la UESS en la provincia de Santa Elena. | | |

8.4 Análisis de las 4 Ps

Plaza

La venta se la realizará de forma directa, no se necesita de un intermediario, además en el local de la microempresa se implementará un departamento de ventas.

Se distribuirá también los productos en los diferentes Centros Educativos especialmente en las que son de enseñanza inicial.

Las condiciones de embalaje se darán en la propia planta y en el preciso instante de elaborado el producto, el cual serán mediante maquinaria o equipos industrializados.

Precio

Se pretende ingresar el producto al mercado con un precio de 7 dólares, que no se acorde a las condiciones actuales manteniendo un margen de ganancia que ayude a que el proyecto sea sostenible.

A continuación se detallan los precios de la competencia de la microempresa:

Cuadro 1: Precios de Competencia

| Nombre del competidor | Productos | Precio por unidades |
|-----------------------|---------------------|---------------------|
| Eva Puzzle Mats | Letras y números | Desde \$ 12 |
| TheLearningJourney | Números y letras | Desde \$ 11.50 |
| Creative | Juegos de memoria | Desde \$ 12.00 |
| Simba | Pizarras magnéticas | Desde \$ 15.00 |

| | | |
|--------------------|---------------------|------------------------------|
| Educa | Juegos suma y resta | Desde \$ 12.00 |
| Funwith ABC | Números magnéticos | Desde \$ 1.50 (unidad) |
| WorldFlexx | Abecedario en fomix | Desde \$ 10.00 |
| Productor Nacional | Mapas geográficos | Desde \$ 3.00 hasta \$ 12.56 |

Fuente: Levantamiento de información de precios de mercado
Elaborado por autora.

Producto

La microempresa procurará en los detalles que forman el producto ya que considera la presentación como una puerta abierta a las sugerencias de sus clientes, contará con empaques novedosos que llamen la atención de los niños y que muestren lo atractivo del juguete, además de destacar la calidad que tendrán por el origen de la materia prima, de esta manera se podrá ir ganando mercado dando beneficios a los clientes, se tendrá que poner mucho énfasis para superar a la actual competencia, por lo que se deberá mantener la calidad de los productos considerando las debidas normas. En el empaque se colocará las respectivas instrucciones de uso debido del juguete, además de incluir marca, logotipo, slogan y normas de calidad que caracterizaran a la microempresa. En la elaboración de los productos como antes se mencionó serán elaborados con una materia prima de óptima calidad para obtener productos con acabados únicos y novedosos, además se desarrollaran juguetes educativos por aéreas de estudios, por lo tanto los productos serán atractivos para los clientes (Padres de Familia o Responsable del menor).



Fuente: JuguetesMiTaton
Figura N°1

Promoción y Publicidad

En referente a la promoción y publicidad se realizará una estrategia de marketing en los diferentes medios de comunicación para dar a conocer los juguetes didácticos, por lo que se piensa realizar afiches para promocionar el producto dentro de los Centros Educativos en los diferentes niveles de clase social. Se realizará la venta directa con los clientes, prestando el mejor servicio y disposición para ellos.

8.5 Análisis de la demanda y oferta

Oferta

En las diferentes jugueterías que se encuentran en el mercado local existe una gran variedad de juguetes donde marcan la diferencia en colores, funciones y creativas formas de divertir mientras se educa a un niño; por lo que es importante diferenciar cuales son los competidores directos e indirectos de los productos que se ofrecerán. Entre las empresas internacionales que son competencia se encuentran: The learning Journey, Creative, Simba, Eva Puzzle Mats, Educa, Fun with ABC y Ronda, a nivel nacional Technoswiss, Fasinarm, Plásticos Chempro. La diferencia que existe entre los productos que se elaboran en el país y en el extranjero es la calidad y diseño de cada uno de los juguetes didácticos las cuales son reconocidas por su trayectoria en ofrecer productos, novedosos y actualizados.

En el país existen dos grandes jugueterías que son Juguetón y Mi juguetería que son por lo general las empresas que adquieren y ofrecen la mayor variedad de juguetes, en ellos lo que predomina son los diseños y colores por lo que incluyen un manual de instrucciones para el uso

adecuado tanto para padres e hijos, en el país los productos no tienen un empaque apropiado, en comparación con los productos internacionales.

La competencia de la microempresa se está expandiendo en el mercado, por lo que se encuentran ubicados en lugares estratégicos locales y nacionales, cabe recalcar que los clientes de estas cadenas son personas de poder adquisitivo alto, en cuanto a la microempresa se dirigirá desde personas de poder adquisitivo bajo hasta alto.

En la competencia directa se encuentran una gama extensa de juguetes que son de fabricación china, aunque no tengan ninguna relación con los productos que se ofrecerán, pueden ser considerados como sustitutos. La diferencia de los productos que se ofrecerán es que se incluyen una línea de productos tradicionales y nacionales, por lo que no existe competencia directa porque la idea de negocio está enfocada en diseñar y elaborar juguetes didácticos para desarrollar el intelecto de los niños.

A continuación se detalla el cuadro de la competencia:

| | |
|--|---|
| COMPETENCIA DIRECTA: | |
| Actualmente no se cuenta con competencia directa. | |
| COMPETENCIA INDIRECTA | |
| <i>SANTA ELENA</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Librerías |
| <i>LA LIBERTAD</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Librerías • Mi Juguetería (Paseo Shopping) |
| <i>SALINAS</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Juguetón (Supermaxi) |

Fuente: Levantamiento de información de competencia directa
Elaborado por autora.

Demanda

Los posibles clientes serán los padres de familias, quienes preocupados por el buen desarrollo educativo, motriz de sus hijos puedan adquirir los juguetes, indirectamente los clientes potenciales son los niños que son beneficiados por la utilización que se le da a los juguetes tanto a nivel de entretenimiento y como educativo. Se podrá captar el mercado mediante publicidad masiva en los diferentes medios locales, implementando una buena estrategia de marketing para poder captar mercados, en el que se dará a conocer los beneficios y bondades del producto. Los clientes de la microempresa serán de ambos sexo (femenino y masculino) en un rango de 15 años de edad en adelante (padres de familia), de clase media, no se considerará el estado civil, tampoco el nivel de escolaridad del comprador.

La microempresa se ubicará en la cabecera cantonal de Santa Elena, Provincia de Santa Elena, el cliente podrá decidir realizar la compra del producto tomando en cuenta la calidad, el servicio que se brindará al atenderlo, la imagen del producto y del establecimiento referente a las normas sanitarias que se implementen.

Los factores antes mencionados son muy influyentes en las personas que tienen el poder de compra en los hogares que por lo general son los padres de familia, ya que ellos perciben los mayores ingresos debido a su remuneración laboral, en la actualidad los clientes compran los juguetes en jugueterías como Juguetón y Mi Juguetería, además debemos mencionar las diferentes librerías existente en el mercado peninsular ya que ellas expenden materiales educativos pero en menor proporción.

Estimación de la demanda

Para la estimación de la demanda se procedió a emplear una investigación de mercado con el objetivo de determinar la aceptación del producto; la misma que se realizó en el Cantón Santa Elena, cuya población es de 19.170 habitantes según datos de Santa Elena zonas censales y el sector municipal.

Para obtener la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde,

N= Tamaño de la población.

n= Tamaño de la muestra.

Z= Valor z dado un nivel de confianza del 95%.

P= Probabilidad de éxito.

q=1-p corresponde a la probabilidad de fracaso.

I= margen de error

Al reemplazar los valores, obtenemos como muestra:

$$n = \frac{19170(1.96)^2(0.896)(0.104)}{(0.05)^2(19170 - 1) + (1.96)^2(0.896)(0.104)}$$

$$n = 142$$

Se realizaron 142 encuestas y se obtuvieron los siguientes resultados:

Interpretación De Resultados de las encuestas que se realizó en la Zona Rural de la Provincia de Santa Elena.

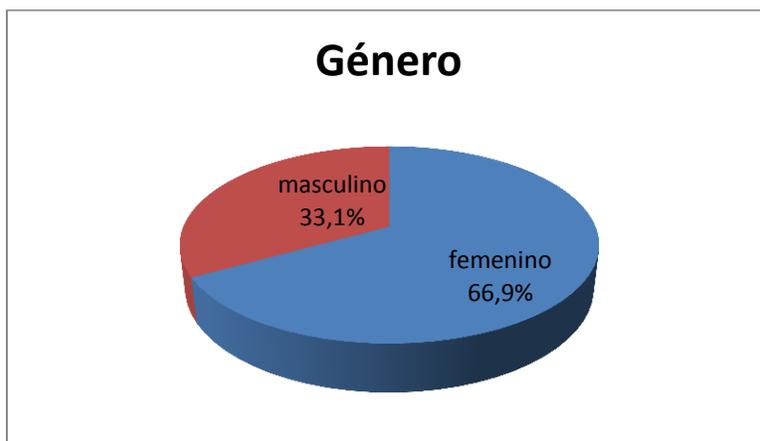
1. Género

Tabla 1: Género

| Género | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------|------------|------------|
| Femenino | 95 | 66,9% |
| Masculino | 47 | 33,1% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico1: Género



Elaborado por: Autora

El 66,9% del total de los encuestados es representado por el género femenino, debido a que los padres de familia de la provincia de Santa Elena, se dedican a la pesca artesanal y no se involucran directamente en la educación de los infantes.

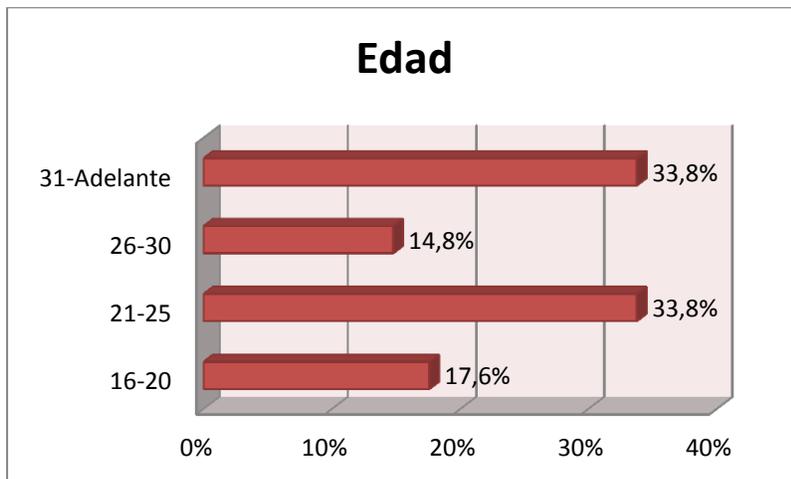
2. Edad

Tabla 2: Edad

| Edad | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|---------------|
| 16 – 20 años | 25 | 17,6% |
| 21 – 25 años | 48 | 33,8% |
| 26 – 30 años | 21 | 14,8% |
| 31 – Adelante | 48 | 33,8% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico2: Edad



Elaborado por: Autora

El 33,8% de los encuestados son Padres de Familia con edad de 21-25 años al igual que el de 31 años en adelante, al tener poder adquisitivo en la compra de juguetes para sus hijos o familiar infante.

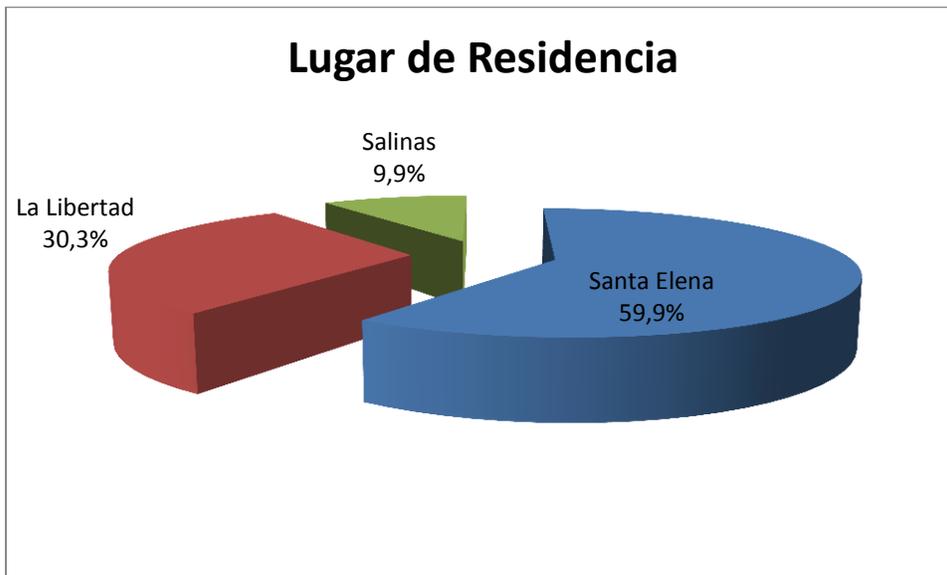
3. Lugar de Residencia

Tabla 3: Lugar de Residencia

| Lugar de Residencia | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|---------------|
| Santa Elena | 85 | 59,9% |
| La Libertad | 43 | 30,3% |
| Salinas | 14 | 9,9% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico3: Lugar de Residencia



Elaborado por: Autora

El 59,9% del total de los encuestados que viven en Santa Elena obtuvieron un porcentaje mayoritario por el nivel de población en referencia a los de los demás cantones, por lo que es satisfactorio, ya que el producto entrará a la comercialización de dicho Cantón.

4. ¿Es Usted Padre o Madre de Familia o en su hogar viven infantes?

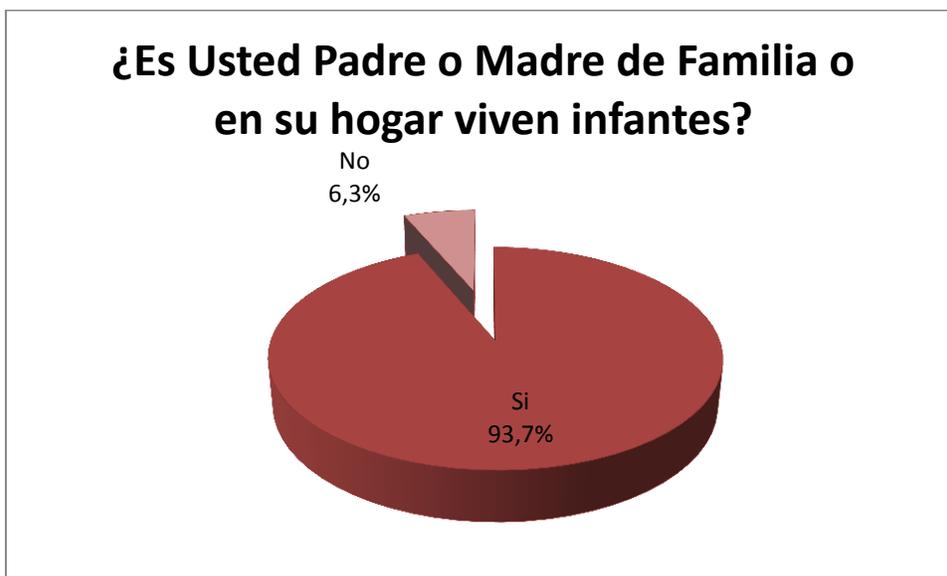
Tabla 4: Cantidad de Infantes en Santa Elena

| Padre de Familia | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 133 | 93,7% |
| No | 9 | 6,3% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.

Elaborado por: Autora

Gráfico4: Cantidad de Infantes en Santa Elena



Elaborado por: Autora

El gráfico representa que la mayoría de encuestados son padres de familia, debido a que ellos representan el mayor poder adquisitivo.

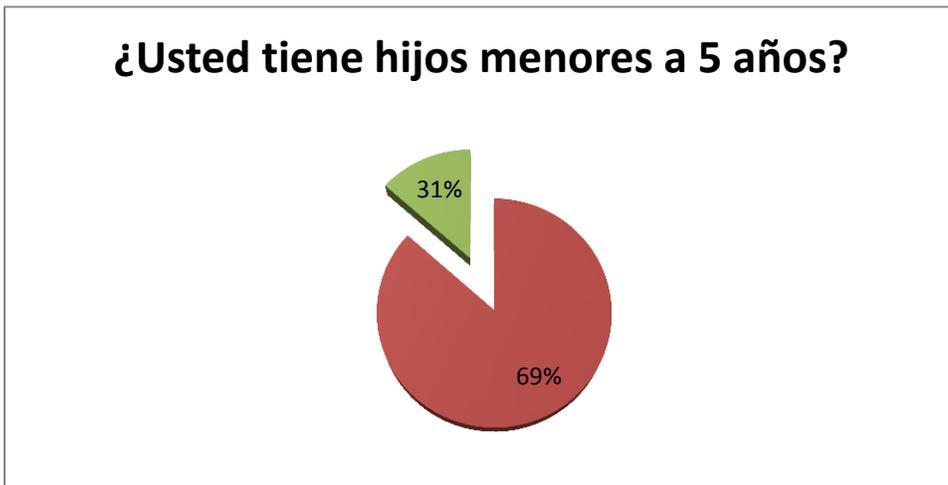
5. ¿Usted tiene hijos menores a 5 años?

Tabla 5: Niños menores de 5 años

| Usted tiene hijos menores a 5 años | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------------|------------|------------|
| Si | 100 | 69% |
| No | 42 | 31% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico 5: Niños menores de 5 años



Elaborado por: Autora

El 69% del total de los encuestados manifestaron que tienen niños menores a 5 años, por lo tanto existe un mercado rentable para la venta de juguetes.

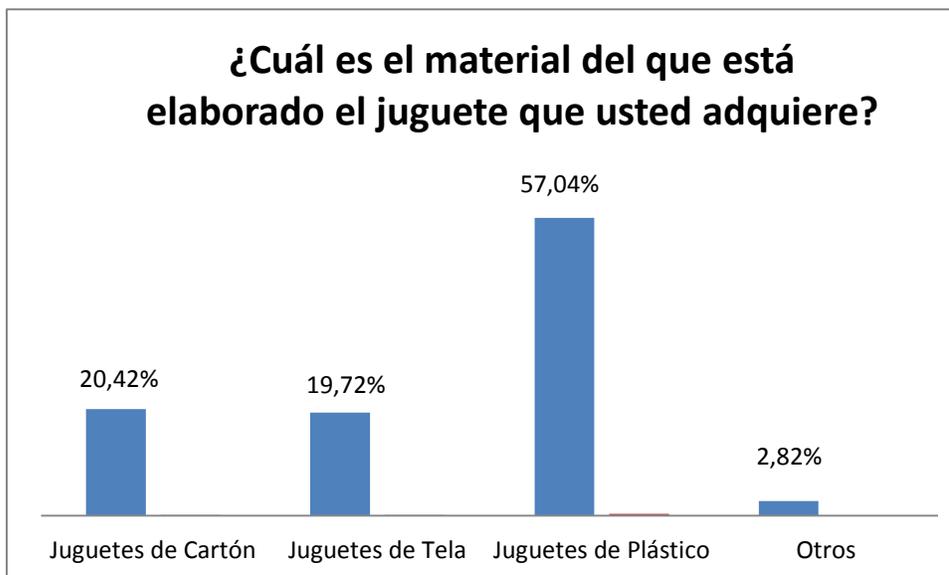
6. ¿Cuál es el material del que está elaborado el juguete que usted adquiere para sus hijos o familiar infante?

Tabla 6: Material de Juguetes

| Material de elaboración del juguete | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------------|------------|------------|
| Juguetes de Cartón | 29 | 20,42% |
| Juguetes de Tela | 28 | 19,72% |
| Juguetes de Plástico | 81 | 57,04% |
| Otros | 4 | 2,82% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico 6: Material de Juguetes



Elaborado por: Autora

El 57.04% de los encuestados compran juguetes de plástico, observando que los juguetes de cartón son su segunda opción de compra, debido al desconocimiento de sus beneficios pero de igual forma los juguetes de tela son considerados de mayor interés por la colectividad.

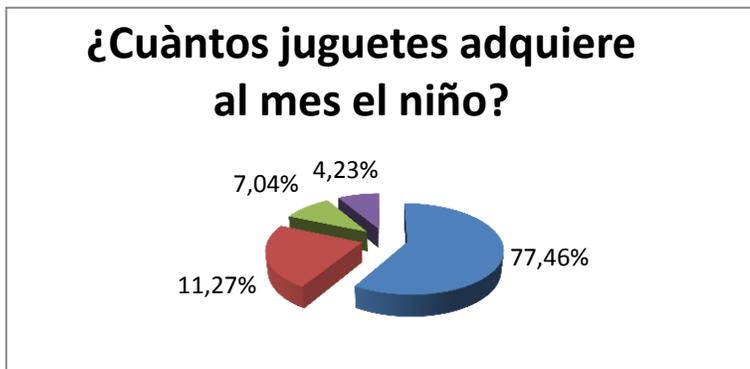
7. ¿Cuántos juguetes al mes adquiere para su hijo?

Tabla 7: Promedio de juguetes al mes

| Cuántos juguetes adquiere el niño | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------------|------------|------------|
| 1 | 110 | 77,46% |
| 2 | 16 | 11,27% |
| Más de 3 | 10 | 7,04% |
| Ninguno | 6 | 4,23% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico 7: Promedio de juguetes al mes



Elaborado por: Autora

El 77,46% del total de los encuestados adquiere un juguete al mes; mientras que el 11,27% hasta 2 juguetes, además se evidencia que el 4,23% no adquiere o probablemente lo hace en fechas específicas.

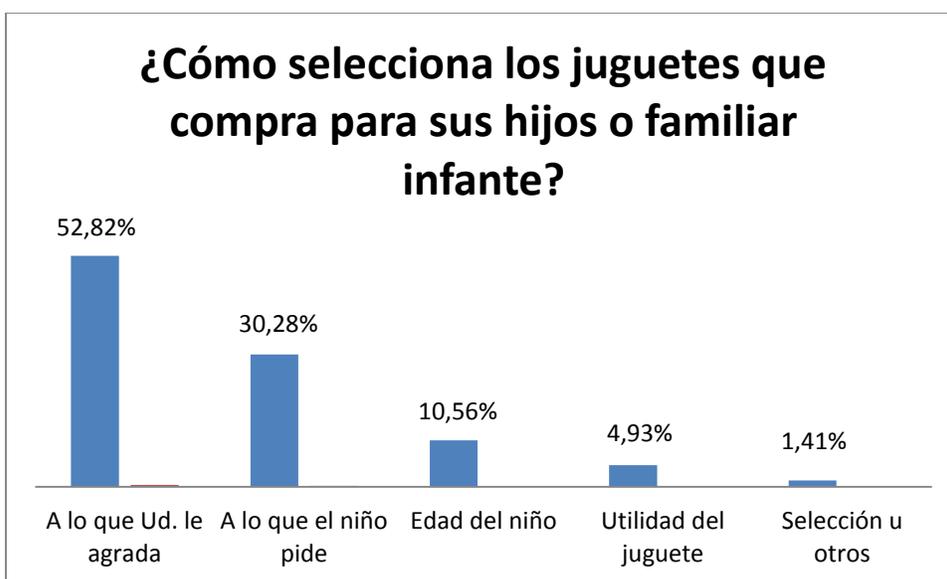
8. ¿Cómo selecciona los juguetes que compra para sus hijos o familiar infante?

Tabla 8: Selección y compra de Juguetes

| Selección de Juguetes | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| A lo que Ud. le agrada | 75 | 52,82% |
| A lo que el niño pide | 43 | 30,28% |
| Edad del niño | 15 | 10,56% |
| Utilidad del juguete | 7 | 4,93% |
| Selección u otros | 2 | 1,41% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico 8: Selección y compra de Juguetes



Elaborado por: Autora

Se observa que el 52,82% de los Padres de Familia escogen los juguetes para sus hijos en función al agrado del adulto. Además es de interés conocer que el 30,28% de los juguetes responden a los gustos del niño.

9. ¿Qué tipo de juguete le gusta a su hijo o familiar infantil?

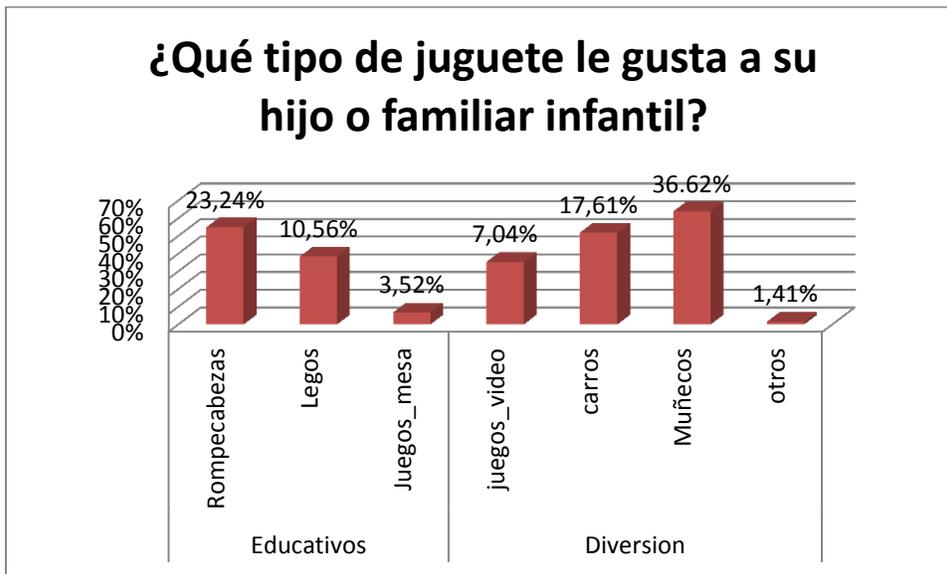
Tabla 9: Tipos de Juguetes

| Tipo de Juguetes | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Rompecabezas | 33 | 23,24% |
| Legos | 15 | 10,56% |
| Juegos de mesa | 5 | 3,52% |
| Juegos de Video | 10 | 7,04% |
| Carros | 25 | 17,61% |
| Muñecos | 52 | 36,62% |
| Otros | 2 | 1,41% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.

Elaborado por: Autora

Gráfico9: Tipos de Juguetes



Elaborado por: Autora

Se observa en el gráfico que el hijo o familiar infante opta en el área educativa los rompecabezas y los legos, en el área de diversión los muñecos y carros mecánicos a control remoto.

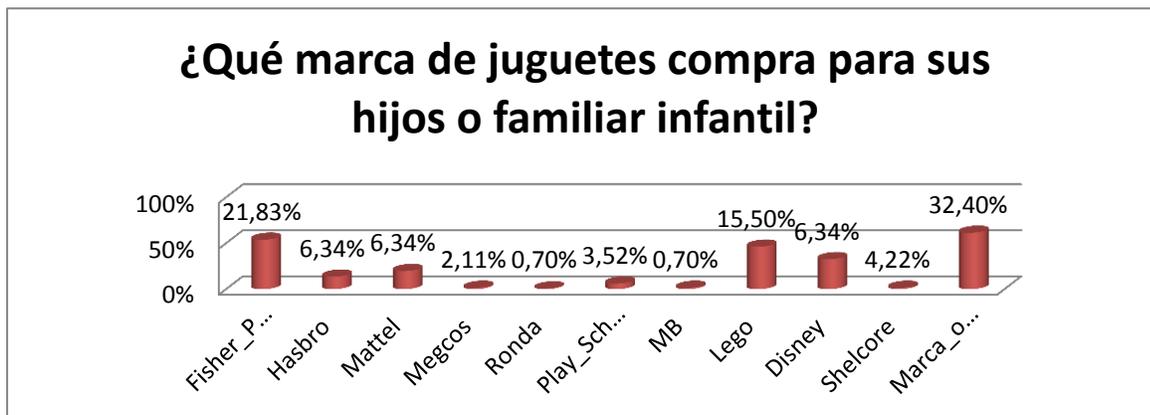
10. ¿Qué marca de juguetes compra para sus hijos o familiar infantil?

Tabla 10: Marca de juguetes

| Marca de Juguetes | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|------------|
| Fisher Price | 31 | 21,83% |
| Hasbro | 9 | 6,34% |
| Mattel | 9 | 6,34% |
| Megcos | 3 | 2,11% |
| Ronda | 1 | 0,70% |
| Play School | 5 | 3,52% |
| MB | 1 | 0,70% |
| Lego | 22 | 15,50% |
| Disney | 9 | 6,34% |
| Shelcore | 6 | 4,22% |
| Marca u otros | 46 | 32,40% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico10: Marca de Juguetes



Elaborado por: Autora

En esta pregunta se observa que el 32.4% de los encuestados prefieren otro tipo de marca al momento de la compra del juguete(Marca china), pero cuando son gustos y preferencias optan juguetes de Fisher Price, Lego y Disney que son marcas reconocidas, mientras que las demás son pocas conocidas.

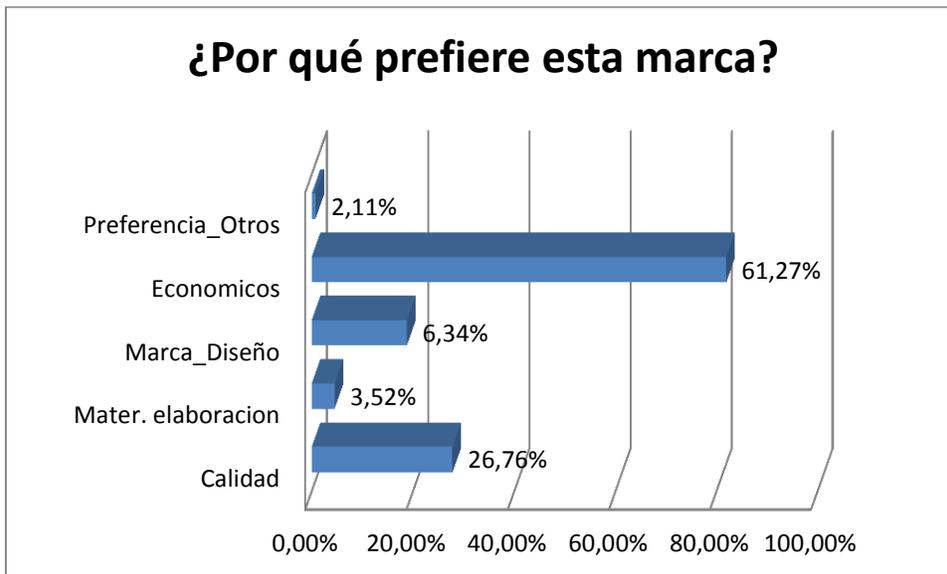
11. ¿Por qué prefiere la marca antes señalada?

Tabla 11: Marca de Preferencia

| Preferencia de Marcas de Juguetes | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------------|------------|------------|
| Calidad | 38 | 26,76% |
| Material de elaboración | 5 | 3,52% |
| Marca Diseño | 9 | 6,34% |
| Económicos | 87 | 61,27% |
| Preferencia u Otros | 3 | 2,11% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico11: Marca de Preferencia



Elaborado por: Autora

En el gráfico se observa que el 61.27% prefieren comprar juguetes económicos, sin importar la calidad y el material de elaboración del mismo.

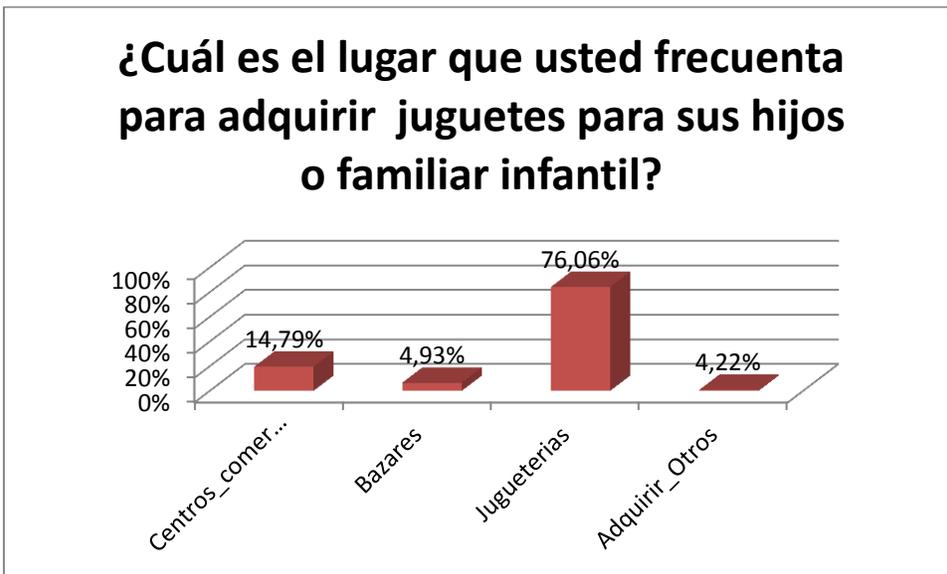
12. ¿Cuál es el lugar que usted frecuenta para adquirir juguetes para sus hijos o familiar infantil?

Tabla 12: Lugar para adquirir juguete

| Lugares donde adquieren los juguetes | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------------|------------|------------|
| Centros comerciales | 21 | 14,79% |
| Bazares | 7 | 4,93% |
| Jugueterías | 108 | 76,06% |
| Adquirir u Otros | 6 | 4,22% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico12: Lugar para adquirir juguete



Elaborado por: Autora

Es evidente que el 76.06% los padres de familia adquieren juguetes a sus hijos en jugueterías por la amplia variedad de los mismos, dando mayor visibilidad al momento de comprar a diferencia en los bazares que no tiene el stock suficiente de juguetes para la venta.

13. ¿En el Centro Educativo donde se educa su hijo o familiar infantil utilizan juguetes didácticos?

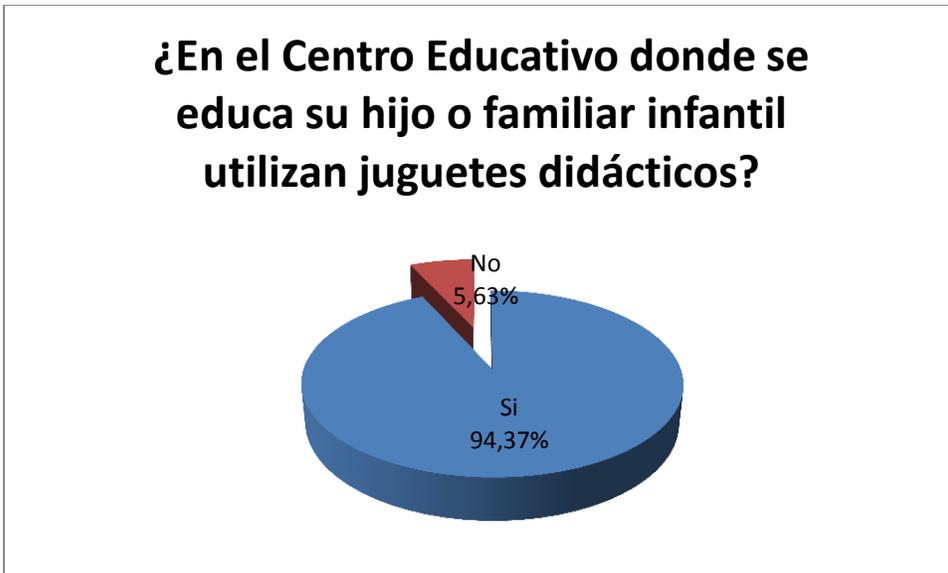
Tabla 13: Manejo de Juguetes didácticos en los Centros Educativos

| Utilizan juguetes didácticos en los centros educativos | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Si | 134 | 94,37% |
| No | 8 | 5,63% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.

Elaborado por: Autora

Gráfico13: Manejo de Juguetes didácticos en los Centros Educativos



Elaborado por: Autora

El 94,37% utilizan juguetes didácticos como recurso de enseñanza y aprendizaje para el niño en la etapa de crecimiento, lo cual demuestra que los centros educativos son una entrada para invertir dicho producto.

14. ¿Conoce Usted algo referente sobre la utilización de juguetes didácticos?

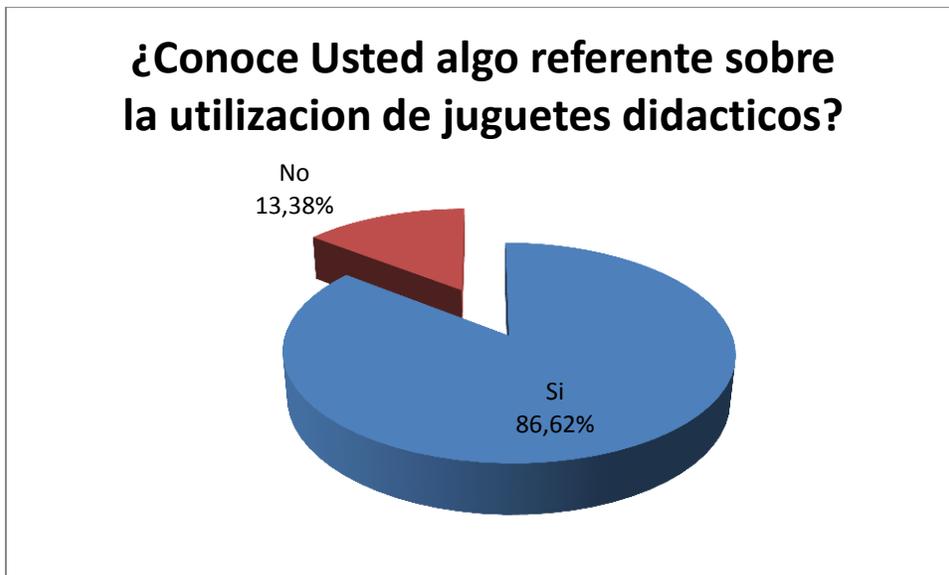
Tabla 14: Conocimiento de Juguetes didácticos

| Conoce usted sobre la utilización de juguetes didácticos | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Si | 123 | 86,62% |
| No | 19 | 13,38% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.

Elaborado por: Autora

Gráfico14: Conocimiento de Juguetes didácticos



Elaborado por: Autora

El 86,62% de los encuestados poseen conocimiento sobre el manejo y utilización de juguetes didácticos, por lo que es satisfactorio entrar al mercado dicho producto.

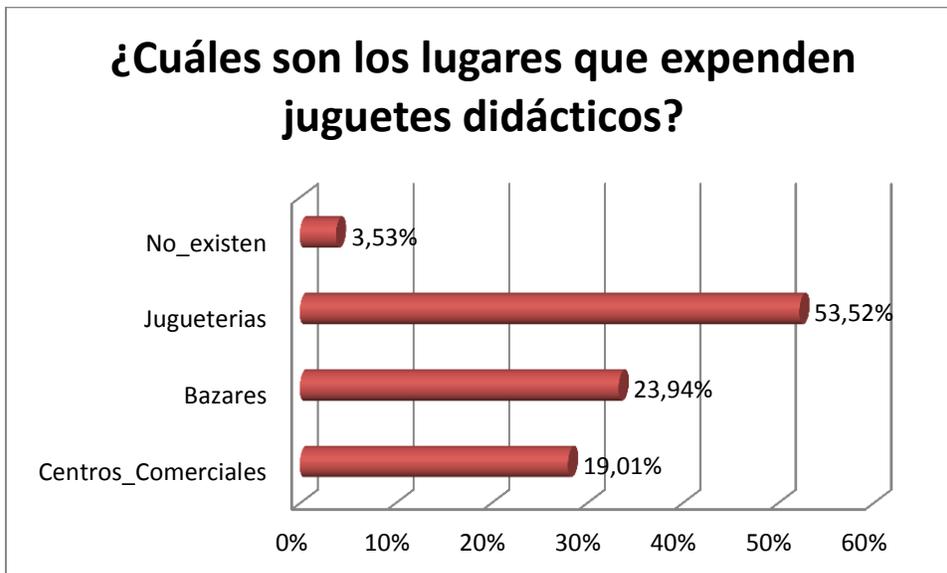
15. ¿Cuáles son los lugares que expenden juguetes didácticos

Tabla 15: Lugares donde expenden juguetes didácticos

| Lugares que expenden juguetes didácticos | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Centros Comerciales | 27 | 19,01% |
| Bazares | 34 | 23,94% |
| Jugueterías | 76 | 53,52% |
| No existen | 5 | 3,53% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico15: Lugares donde expenden juguetes didácticos



Elaborado por: Autora

Se observa que el 53.52% los juguetes didácticos se los pueden adquirir en las jugueterías por la variedad de producto, precio y calidad.

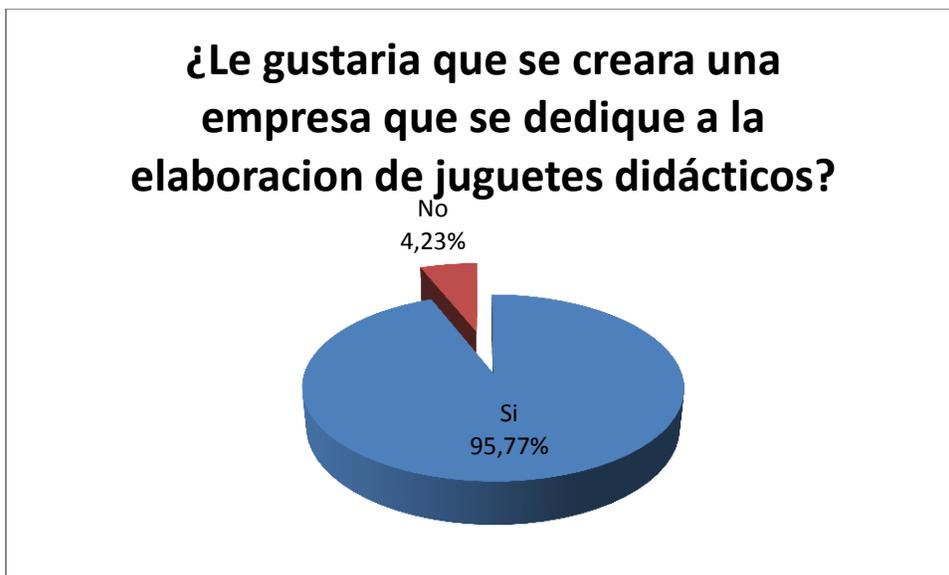
16. ¿Le gustaría contar con una empresa que realice juguetes didácticos y ecológicos?

Tabla 16: Creación de Empresa con juguetes didácticos y ecológicos

| Le gustaría contar con una empresa que realice juguetes didácticos y ecológicos | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Si | 136 | 95,77% |
| No | 6 | 4,23% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.
Elaborado por: Autora

Gráfico16: Creación de Empresa con juguetes didácticos y ecológicos



Elaborado por: Autora

El 95,77% considera conveniente tener en la Provincia una Empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de juguetes didácticos para niños con calidad nacional.

17. ¿Estaría interesado en adquirir juguetes didácticos de cartón?

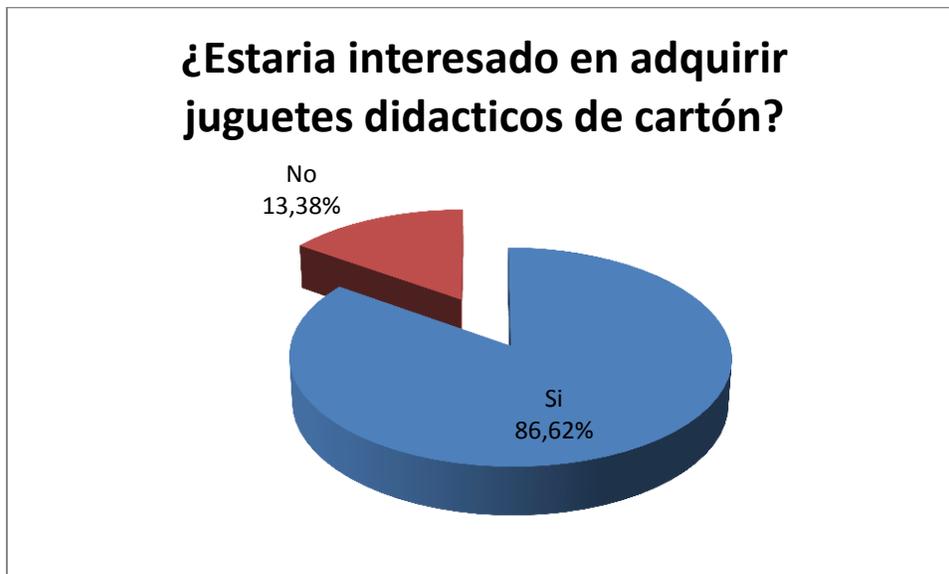
Tabla 17: Preferencia por juguetes de cartón

| Estaría interesado en adquirir juguetes didácticos de cartón | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Si | 123 | 86,62% |
| No | 19 | 13,38% |
| Total | 142 | 100,0% |

Fuente: Base de datos obtenidos del levantamiento de información.

Elaborado por: Autora

Gráfico17: Preferencia por juguetes de cartón



Elaborado por: Autora

El 86.62% de los encuestados están interesados en adquirir juguetes didácticos de cartón para su hijo o familiar infante, por lo que la empresa tendría una entrada al consumidor infantil, ofreciendo juguetes divertidos y creativos que se sostengan en el tiempo y sobre todo demostrar al padre de familia que el producto no es nocivo.

En base a los datos obtenidos la demanda sería la siguiente:

Para la estimación de la demanda se considerará los datos obtenidos de las encuestas como se detalla:

| | |
|------------------------|-------|
| POBLACION OBJETIVA | 19470 |
| RESULTADOS PREGUNTA 16 | 96% |
| RESULTADOS PREGUNTA 17 | 87% |
| DEMANDA EFECTIVA | 16148 |
| % DEL MERCADO ANUAL | 67% |
| DEMANDA EFECTIVA AÑO 1 | 10862 |
| # Juguetes por niño | 1 |
| total | 10862 |

Elaborado por: Autora

Se puede evidenciar que para el primer año la demanda de juguetes asciende a 10862,211 juguetes y se ha considerado crecimientos de aproximadamente el 2% que se obtuvo como dato referencial el crecimiento de la población de acuerdo a datos del último censo como se detalla a continuación:

| AÑO | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| DEMANDA | 10862 | 11076 | 11295 | 11517 | 11745 |

Fuente: Estimación de la demanda del proyecto, datos obtenidos del levantamiento de información

Según el levantamiento de información realizado a los potenciales clientes, el porcentaje mayoritario se inclina por los precios que oscilan entre 5 y 15 dólares, superando a las demás opciones, optan por el valor económico para poder adquirirlos.

8.6 Estrategia de diferenciación

El proyecto es diferente a los demás debido a que rescata saberes ancestrales conjugándolos con los materiales reciclados de cartón en buen estado, promoviendo el desarrollo de comunidades además de que incentiva el consumo de juguetes locales mas no importados.

8.7 Acciones de promoción

En el mercado se persigue conseguir un mayor consumo de los productos que se ofrecerán y se encontrarán a disposición de los clientes por lo que se pretenderá:

- a) Captar clientes de la segmentación realizada como mercado objetivo.
- b) Se captará los clientes de la competencia.
- c) Aumentar de manera progresiva la captación de más clientes.

En el desarrollo del mercado se proyecta la venta de los productos para los siguientes periodos que se ofertaran, por lo que se pretende:

- a) La apertura de mercados geográficos adicionales.
- b) La atracción de otros sectores del mercado.

En el desarrollo del producto se perseguirá la mejora de los procesos de elaboración para ofertar productos de buena calidad tratando de insertar los novedosos juguetes en el mercado escogido tratando de explotar la situación comercial y la estructura de la microempresa y de esta manera se conseguirá la rentabilidad deseada para el proyecto.

Por lo que se desarrollarán:

- a) Procesos para la elaboración del producto

- b) Diferencia de calidad del producto.
- c) Nuevos modelos y tamaños de los productos.

En el caso de las instituciones educativas se entablarán diálogos con los directores y docentes de los Centros Educativos para la respectiva promoción de los productos resaltando los beneficios que proporcionan los juguetes didácticos como complemento en el fortalecimiento de la enseñanza de los educandos.

Mediante la aprobación de los directivos se realizará la respectiva promoción dirigida a los niños y mediante ellos llegar a los padres para la respectiva adquisición del producto.

Cuando los padres conozcan las cualidades de los juguetes didácticos y sus respectivos precios, se procederá a la venta de los mismos, además se realizara invitaciones para que visiten el local y darles información acerca de la empresa. También se participara en ferias que se puedan dar en las diferentes ciudades de la provincia y centros educativos donde se tendrá afluencia del público y demostrar los beneficios de la utilización de los juguetes didácticos.

8.8 Canal de distribución

Canal directo (Circuitos cortos de comercialización). El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios, lo mismo ocurre con bancos y cajas de ahorro. Para el caso del proyecto este canal es el indicado, no se pretende trabajar con intermediarios.

Directo

Fabricante -----> Consumidor

9) Análisis Operativo.

9.1 Localización y descripción de las instalaciones.

Considerando que existen varios factores de localización que se deben evaluar antes de tomar una decisión técnica, se eligió el Método Cualitativo (Sapag, Preparación y evaluación de proyectos , 2010) por puntos mediante el cual se determinará el lugar óptimo de localización teniendo varias alternativas posibles, este método analiza los principales factores que se consideran determinantes, valorando los mismos para cada una de las alternativas de localización.

A continuación, se aplicará este método tomando en cuenta tres alternativas dentro de los lugares escogidos, siendo las siguientes:

- Zona A: K1 Santa Elena
- Zona B: Barrio Tipan Niza
- Zona C: Zona Norte

Ubicación de la planta



Fuente: Google Earth

Matriz método cualitativo por puntos

| Factor | Peso | Zona A (K1 Santa Elena) | | Zona B (Barrio Tipan Niza) | | Zona C (Zona Norte) | |
|--------------------------|------|-------------------------|-------|----------------------------|-------|---------------------|-------|
| | | Calific. | Pond. | Calific. | Pond. | Calific. | Pond. |
| Materia Prima Disponible | 30% | 7 | 2,1 | 6 | 1,8 | 5 | 1,5 |
| Cercanía Mercado | 10% | 6 | 0,6 | 4 | 0,4 | 3 | 0,3 |
| Costos Insumos | 15% | 5 | 0,75 | 3 | 0,45 | 5 | 0,75 |
| Entorno | 25% | 7 | 1,75 | 7 | 1,75 | 8 | 2 |
| Mano De Obra Disponible | 20% | 5 | 1 | 5 | 1 | 7 | 1,4 |
| Totales | 100% | | 6,2 | | 5,4 | | 5,95 |

Respecto a los pesos, se los jerarquizó empezando de acuerdo a la importancia que estos tienen al momentos de elegir la ubicación optima del proyecto, la materia prima disponible es fundamental es por esta razón que el peso es superior seguido del entorno y de la mano de obra disponible.

Se determina la instalación de la planta en el sector K1 (Santa Elena) debido a que es el que cuenta con factores a favor en el Cantón Santa Elena, ya que es una parte alejada, donde el ambiente es determinante en la elaboración de los juguetes, ya que por el polvo que emana la elaboración de los juguetes puede causar daños en el medio y a las personas que rodean la planta.

Diseño de la planta



Elaborado por: Arq. Humberto Carló Medina

9.2 Método de producción

La microempresa de elaboración y comercialización de juguetes a base de cartón tendrá el siguiente proceso:

- Para adquirir la materia prima se confirma al proveedor, que serán las recicladoras o las personas que recolecten cartones en buen estado , ya que los productos se elaboraran de aquella materia, de esta manera se contribuye en la preservación del medio ambiente, allí se realiza una selección de la materia que servirá.
- Se depositará la materia prima en la bodega de la microempresa.
- se realiza una inspección de material, ya que se aprovechara la materia en su totalidad.
- Se realiza el diseño del juguete a fabricar.
- Calar los cartones para los juguetes, para un corte más seguro.

- Cortar y lijar la figura o juguete realizado, dándole los acabados preliminares.
- Pintar el juguete, con la pintura adecuada evitando caer en errores por los componentes químicos de los mismos.
- Se realiza un ensamble de piezas del juguete si el caso lo amerita.
- Se realiza los últimos retoques al juguete, depurando impurezas.
- Empacar el juego.
- Una vez empacado se procede a registrar en inventarios mediante códigos, los mismos que permitirán establecer el precio de venta al público, terminado este proceso.

9.3 Capacidad instalada

La capacidad instalada es de 8.000 unidades anuales, debido a que se considera un margen diferencial para no trabajar a capacidad completa en los primeros años

9.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, Transporte, inspección, Demora, Almacenamiento)

Abastecimiento de materias primas

Análisis de la producción y disponibilidad de materias primas

En el flujo de proceso que se muestra a continuación se observa el tiempo que se considera para elaborar un juguete que es de una hora con cuarenta minutos, de esta manera produce al día cada trabajador mínimo de 15 juguetes por las ocho horas de trabajo, la etapa que conlleva más tiempo es la de pintura y secado del juguete, ese tiempo se aprovecha para cortar un nuevo juguete. La materia prima está disponible para realizar los juguetes didácticos de cartón, en la mayoría de las

carpinterías y ebanisterías que no saben aprovechar toda la materia para la fabricación de muebles, cama, etc., por ello es la necesidad de crear una microempresa.

Periodos de disponibilidad de la producción

En el día se realizará la producción máxima de 25 juguetes por trabajador, se contará con 4 operarios por lo que cada uno sabrá cómo se realiza los procesos de producción por juguetes, en los diferentes tamaños y diseños.

En el día se obtendrá la cantidad de 100 juguetes en total por los 4 operarios.

Producción disponible para el proyecto

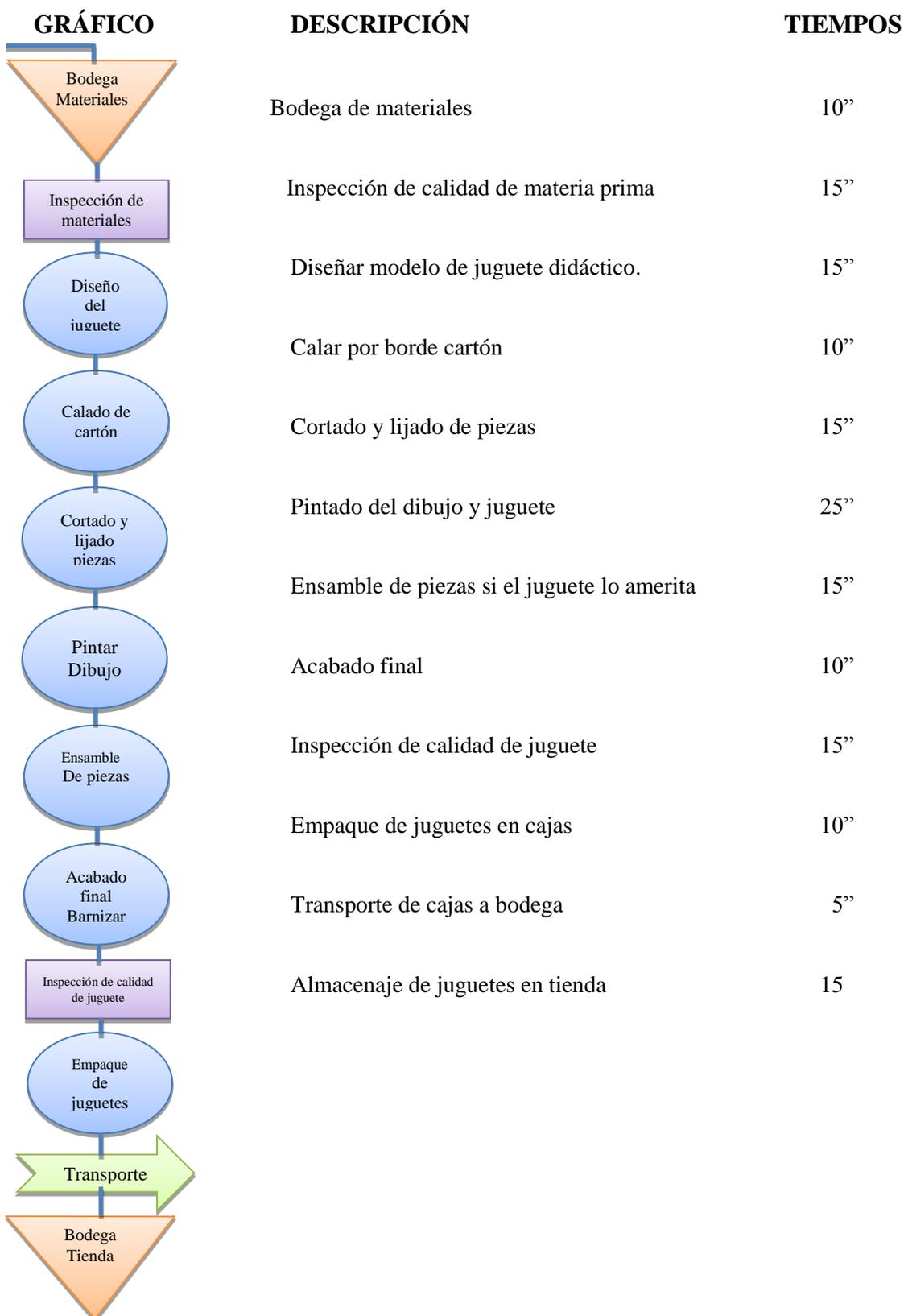
La producción disponible diario es de 100 juguetes, 500 juguetes a la semana, y 2.000 juguetes al mes, cabe resaltar que los meses de inicio de clases se tendrá una mayor demanda, se solicitan materiales didácticos por niño, y cada institución solicita material para ello.

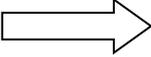
Programación de abastecimiento

Mediante la política de compras se establecerá que se abastecerá de materia prima una vez por semana, ya que son los desechos que realizan en las recicladoras o madres de familia que serán beneficiadas del proyecto, y por lo general ellos realizan la venta semanal de los desechos de cartón. Se trabajará con la política de inventario justo a tiempo todo lo que se produce será vendido. Las compras se cancelarán al contado, ya que no tiene precios elevados, un saco de piezas de cartón oscila entre 10 y 15 dólares.

En el flujograma siguiente, se puede observar el proceso de elaboración de los juguetes, con aquellos componentes esenciales.

FLUJO DE PROCESOS DE ELABORACIÓN DE JUGUETES DIDÁCTICOS DE CARTÓN.



| N° | Actividad | Tiempo | Observación |
|----|---|--------|---|
| 1 |  | 10" | Se realiza la actividad sin ninguna novedad. |
| 2 |  | 25" | Se realiza 2 veces esta actividad por la materia prima y el producto final. |
| 2 |  | 30" | Se realiza la inspección para conocer la calidad de la materia prima y el producto final. |
| 2 |  | 30" | Se realiza la inspección para conocer la calidad de la materia prima y el producto final. |
| 7 | | 100" | Describe cada uno de los pasos a seguir del juguete. |
| 12 | | 165" | Se empleara 165" para la elaboración del juguete, dependiendo también de la dificultad del mismo. |

Fuente: Resumen de actividades del proyecto.

Elaborado por: Autora

En el año se va a fabricar 6,979 unidades

Balance de Maquinarias, Equipos y Tecnología

A continuación se presentan el siguiente cuadro en el cual detalla las maquinarias, equipos de oficina y tecnología que se van a emplear para la fabricación de los juguetes. Además se detallan la cantidad, el costo unitario, el costo total y la vida útil de las maquinarias, equipos de oficina y tecnología.

Las maquinarias que se utilizaran para la elaboración de los juguetes son con características tecnológicas que ayudan a que el producto final tenga esa conjugación de artesanal y a la vez con acabados profesionales.

| MÁQUINAS | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL | VIDA UTIL AÑOS |
|---|----------|----------------|-------------|----------------|
| MÁQUINARIAS Y EQUIPOS | | | | |
| Maletín Destornilladores | 3 | 5 | 15 | 5 |
| Sierra Caladora Skil De Cinta 9 Pulgadas | 4 | 350 | 1.400 | 10 |
| Taladro Percusion B&D 1/2 Tm550-B3 0-2800rpm | 3 | 56,39 | 169,17 | 10 |
| Tupi Router De Mesa Bosch Herramientas cartón Carpintería | 4 | 399 | 1.596 | 10 |
| Martillo | 3 | 8 | 24 | 5 |
| Limas | 4 | 5 | 20 | 3 |
| Cepillo De Madera | 4 | 10 | 40 | 3 |
| Cinceles | 4 | 15 | 60 | 5 |
| Formones | 4 | 12 | 48 | 5 |
| Soplete | 4 | 50 | 200 | 5 |
| Gubias | 4 | 15 | 60 | 5 |
| Serrucho | 4 | 12 | 48 | 5 |
| Llaves Y Ajustadores De Tornillos | 2 | 240 | 480 | 5 |
| EQUIPOS DE OFICINA | | | | |
| Escritorio | 6 | 125 | 750 | 10 |
| MUEBLES DE OFICINA | | | | |
| Sillas ejecutivas | 1 | 100 | 100 | 10 |
| Sillas | 5 | 25 | 75 | 10 |
| Archivador | 4 | 50 | 200 | 10 |

| | | | | |
|--------------------------------------|---|----------|--------------|----|
| Mostrador | 3 | 250 | 750 | 10 |
| EQUIPOS DE COMPUTACION | | | | |
| Computadoras | 4 | 650 | 2600 | 3 |
| Sistema de alarma | 1 | 500 | 500 | 3 |
| Teléfono | 2 | 10 | 20 | 3 |
| Aire acondicionado | 1 | 1.131,27 | 1.131,27 | 5 |
| Caja registradora | 1 | 300 | 300 | 3 |
| TOTAL DE LA INVERSION INICIAL | | | 10586 | |

CALENDARIO DE REINVERSIONES EN EQUIPOS, MAQUINARIAS

A continuación se detalla el calendario de reinversiones de las maquinarias a utilizar:

| EQUIPOS | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MÁQUINAS | | | | | |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | | | | | |
| Maletín Destornilladores | 0 | 0 | 0 | 0 | 15,45 |
| Sierra Caladora Skil De Cinta 9 Pulgadas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Taladro Percusion B&D 1/2 Tm550-B3 0-2800rpm | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tupi Router De Mesa Bosch Herramientas cartón Carpintería | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Martillo | 0 | 0 | 0 | 0 | 24,72 |
| Limas | 0 | 0 | 20,6 | 0 | 0 |
| Cepillo De Madera | 0 | 0 | 41,2 | 0 | 0 |
| Cinceles | 0 | 0 | 0 | 0 | 61,8 |
| Formones | 0 | 0 | 0 | 0 | 49,44 |

| | | | | | |
|-----------------------------------|----------|----------|--------------|----------|--------------|
| Soplete | 0 | 0 | 0 | 0 | 206 |
| Gubias | 0 | 0 | 0 | 0 | 61,8 |
| SERRUCHO | 0 | 0 | 0 | 0 | 49,44 |
| Llaves Y Ajustadores De Tornillos | 0 | 0 | 0 | 0 | 494,4 |
| EQUIPOS DE OFICINA | | | | | |
| Escritorio | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| MUEBLES DE OFICINA | | | | | |
| Sillas ejecutivas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sillas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Archivador | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mostrador | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EQUIPOS DE COMPUTACION | | | | | |
| Computadoras | 0 | 0 | 2.678 | 0 | 0 |
| Sistema de alarma | 0 | 0 | 515 | 0 | 0 |
| Teléfono | 0 | 0 | 20,6 | 0 | 0 |
| Aire acondicionado | 0 | 0 | 0 | 0 | 1.165,21 |
| Caja registradora | 0 | 0 | 309 | 0 | 0 |
| total de reinversión | 0 | 0 | 3.584 | 0 | 2.128 |

CALENDARIO DE INGRESOS POR VENTA DE MAQUINARIA DE REEMPLAZO

En el siguiente cuadro se encontrará el detalle anual de la venta de maquinarias:

| EQUIPOS | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| MÁQUINAS | | | | | |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | | | | | |
| Maletín Destornilladores | 0 | 0 | 0 | 0 | 4,6 |
| Sierra Caladora Skil De Cinta 9 Pulgadas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | | | | | |
|--|---|---|----------|---|--------|
| Taladro Percusión B&D 1/2 Tm550-B3 0-2800rpm | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tupi Router De Mesa Bosch Herramientas cartón Carpintería | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Martillo | 0 | 0 | 0 | 0 | 7,4 |
| Limas | 0 | 0 | 6,2 | 0 | 0 |
| Cepillo De Madera | 0 | 0 | 12,4 | 0 | 0 |
| Cinceles | 0 | 0 | 0 | 0 | 18,5 |
| Formones | 0 | 0 | 0 | 0 | 14,8 |
| Soplete | 0 | 0 | 0 | 0 | 61,8 |
| Gubias | 0 | 0 | 0 | 0 | 18,5 |
| SERRUCHO | 0 | 0 | 0 | 0 | 14,8 |
| Llaves Y Ajustadores De Tornillos | 0 | 0 | 0 | 0 | 148,32 |
| EQUIPOS DE OFICINA | | | | | |
| Escritorio | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| MUEBLES DE OFICINA | | | | | |
| Sillas ejecutivas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sillas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Archivador | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mostrador | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| EQUIPOS DE COMPUTACION | | | | | |
| Computadoras | 0 | 0 | 803,4 | 0 | 0 |
| Sistema de alarma | 0 | 0 | 154,5 | 0 | 0 |
| Teléfono | 0 | 0 | 6,2 | 0 | 0 |
| Aire acondicionado | 0 | 0 | 0 | 0 | 349,6 |
| Caja registradora | 0 | 0 | 92,7 | 0 | 0 |
| Total | 0 | 0 | 1.075,32 | 0 | 638,32 |

La venta de las maquinarias se la realizaron sobre el 15% del valor inicial.

BALANCE DE OBRAS FISICAS

A continuación encontrará los detalles de la inversión en obras físicas que es la adecuada para la ejecución del proyecto:

| BALANCE DE OBRAS FISICAS | | | |
|---------------------------------|---|-----------------|---------------------------|
| ITEMS | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO TOTAL (US\$) |
| Terreno | m2 | 500 | \$15.000 |
| área de corte | m2 | 500 | \$1.400 |
| área de ensamble | m2 | 1100 | \$1.400 |
| Bodegas | m2 | 1000 | \$1.100 |
| Oficinas | m2 | 300 | \$5.000 |
| Caseta de vigilancia | | 1 | \$200 |
| | Inversión Total de Obras Físicas | | \$24.100 |

Fuente: Información de Entrevista de Campo.

BALANCE DE MATERIALES

En el siguiente cuadro se detallará los materiales que se necesitarán para el volumen de producción de 6.979 unidades, la cantidad y el valor que se necesita para la unidad.

Volumen de Producción: 6.979 unidades

| BALANCE DE MATERIALES | | VOLUMEN DE PRODUCCION | | |
|------------------------------|-------------------------|------------------------------|--------------------|--------------------|
| MATERIAL | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO ANUAL | |
| | | | UNITARIO \$ | TOTAL \$ |
| piezas de cartón | Piezas | 1 | \$ 0,50 | \$ 2.789,47 |
| pintura ecológica | Lt. | 1 | \$ 0,63 | \$ 3.486,84 |
| insumos varios | Unidades | 1 | \$ 0,15 | \$ 836,84 |
| Pegamento | gr. | 1000 | \$ 0,30 | \$ 1.673,68 |
| insumos para cartón | gr. | 1 | \$ 0,01 | \$ 55,79 |
| Etiqueta | Unidades | 1 | \$ 0,05 | \$ 278,95 |
| Empaque | Unidades | 1 | \$ 0,15 | \$ 836,84 |
| TOTAL | | | | \$ 9.958,42 |

BALANCE DE INSUMOS GENERALES

A continuación se detalla el valor mensual a consumir en agua, luz, teléfono e internet (basados en tarifas básicas y en consumo básico):

| INSUMO | UNIDAD DE MEDIDA | COSTO ANUAL | |
|----------------------------|-------------------------|--------------------|-----------------|
| | | UNITARIO \$ | TOTAL \$ |
| Agua | m3 | \$35,00 | \$420,00 |
| Luz | KW | \$120,00 | \$1.440 |
| Teléfono e Internet | Minutos | \$30,00 | \$360,00 |
| TOTAL | | \$185,00 | \$2.220 |

9.5 Recursos Humanos

BALANCE DE PERSONAL

A continuación se detalla el personal que se requiere para la producción con su respectiva remuneración anual.

| BALANCE DE PERSONAL | | VOLUMEN DE PRODUCCION | 6979 | |
|--------------------------------------|---------------|-----------------------|----------------------------|--------------------|
| CARGO | N. DE PUESTOS | REMUNERACION MENSUAL | REMUNERACION MENSUAL TOTAL | REMUNERACION ANUAL |
| Gerente General | 1 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 6.600,00 |
| Asistente administrativa | 1 | \$ 340,00 | \$ 340,00 | \$ 4.080,00 |
| Contador | 1 | \$ 340,00 | \$ 340,00 | \$ 4.080,00 |
| Gerente de Marketing y Ventas | 1 | \$ 400,00 | \$ 400,00 | \$ 4.800,00 |
| Gerente de Producción | 1 | \$ 400,00 | \$ 400,00 | \$ 4.800,00 |
| Vendedores | 1 | \$ 340,00 | \$ 340,00 | \$ 4.080,00 |
| operarios | 2 | \$ 340,00 | \$ 680,00 | \$ 8.160,00 |
| Total | 8 | \$ 2.710 | \$ 3.050 | \$ 36.600 |

Los sueldos de vendedores y operarios están estimados en el sueldo básico y los cargos administrativos con incrementos de acuerdo a la jerarquía.

10) Análisis Financiero.

10.1 Estados de resultados proyectados a 5 años

Después de establecida la inversión, costos, gastos e ingresos, se procedió a pronosticar el estado de resultados, el mismo que refleja los ingresos y egresos en que se incurrirá durante el periodo de 5 años.

| | AÑO | AÑO | AÑO | AÑO | AÑO | AÑO |
|--|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingresos | | 76.035 | 77.535 | 79.063 | 80.622 | 82.212 |
| Ingresos por venta de maquinaria de reemplazo | | 0 | 0 | 1.075 | 0 | 638 |
| (-) Costo de Venta | | 32.409 | 33.381 | 34.383 | 35.414 | 36.477 |
| (=) Utilidad Bruta | | 43.626 | 44.153 | 45.756 | 45.208 | 46.374 |
| (-) Gastos Operacionales | | | | | | |
| Gastos de Servicios | | 2.220 | 2.287 | 2.355 | 2.426 | 2.499 |
| Gastos Administrativos | | 19.560 | 19.560 | 19.560 | 19.560 | 19.560 |
| Amortización (de intangibles) | | 110 | 110 | 110 | 110 | 110 |
| Depreciación (de activos fijos) | | 2.078 | 2.078 | 2.078 | 2.078 | 2.078 |
| Gastos de Venta | | 2.400 | 2.472 | 2.546 | 2.623 | 2.701 |
| (=) Utilidad Operacional | | 17.259 | 17.647 | 19.107 | 18.412 | 19.426 |
| (-) Gastos No Operacionales | | | | | | |
| Gastos Financieros (intereses sobre | | 1.607 | 1.345 | 1.056 | 737 | 386 |

| | | | | | | |
|--|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| préstamos) | | | | | | |
| Otros gastos no operacionales | | | | | | |
| (=) Utilidad antes de Part. Trab. E | | 15.651 | 16.302 | 18.051 | 17.674 | 19.039 |
| Impuestos | | | | | | |
| (-) 15% Participación de Trabajadores | | 2.348 | 2.445 | 2.708 | 2.651 | 2.856 |
| (=) Utilidad antes de Impuestos | | 13.304 | 13.857 | 15.343 | 15.023 | 16.183 |
| (-) 25% Impuesto a la Renta | | 2.927 | 3.048 | 3.376 | 3.305 | 3.560 |
| (=) UTILIDAD NETA | | 10.377 | 10.808 | 11.968 | 11.718 | 12.623 |

10.2 Flujo de caja proyectado a 5 años

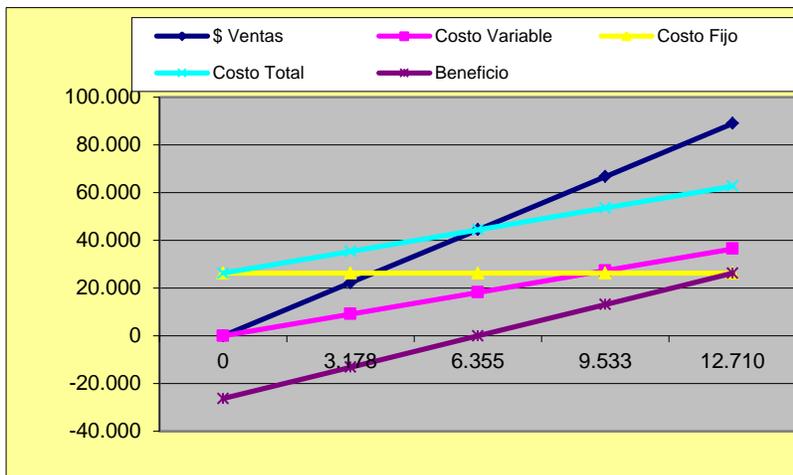
A partir del reporte de las utilidades se obtiene el flujo de caja, al cual adherimos las depreciaciones y las amortizaciones. Luego, estas se suman debido a que no representan una salida de dinero para la empresa sino solo registros de valores en libros contables. También se puede observar el crecimiento anual que tiene el flujo de caja. En base a la información obtenida en el flujo de caja podremos obtener el VAN (Valor actual neto), la tasa interna de retorno el cual nos servirá para evaluar al proyecto y saber si es conveniente la iniciativa de inversión. Para determinar la rentabilidad del proyecto se debe de tomar como base el flujo de caja en este caso se realizó una proyección con un horizonte de evaluación a 5 años como se detalla a continuación:

| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingresos | | \$76.035 | \$77.535 | \$79.063 | \$80.622 | \$82.212 |
| Ingresos por venta de maquinaria de replazo | | 0 | 0 | \$1.075 | 0 | \$638 |
| (-) Costo de Venta | | \$32.409 | \$33.381 | \$34.383 | \$35.414 | \$36.477 |

| | | | | | | |
|---|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| (=) Utilidad Bruta | | \$43.626 | \$44.153 | \$45.756 | \$45.208 | \$46.374 |
| (-) Gastos Operacionales | | | | | | |
| Gastos de Servicios | | \$2.220 | \$2.287 | \$2.355 | \$2.426 | \$2.499 |
| Gastos Administrativos | | \$19.560 | \$19.560 | \$19.560 | \$19.560 | \$19.560 |
| Amortización (de intangibles) | | \$110 | \$110 | \$110 | \$110 | \$110 |
| Depreciación (de activos fijos) | | \$2.078 | \$2.078 | \$2.078 | \$2.078 | \$2.078 |
| Gastos de Venta | | \$2.400 | \$2.472 | \$2.546 | \$2.623 | \$2.701 |
| (=) Utilidad Operacional | | \$17.259 | \$17.647 | \$19.107 | \$18.412 | \$19.426 |
| (-) Gastos No Operacionales | | | | | | |
| Gastos Financieros (intereses sobre préstamos) | | \$1.607 | \$1.345 | \$1.056 | \$737 | \$386 |
| Otros gastos no operacionales | | | | | | |
| (=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impuestos | | \$15.651 | \$16.302 | \$18.051 | \$17.674 | \$19.039 |
| (-) 15% Participación de Trabajadores | | \$2.348 | \$2.445 | \$2.708 | \$2.651 | \$2.856 |
| (=) Utilidad antes de Impuestos | | \$13.304 | \$13.857 | \$15.343 | \$15.023 | \$16.183 |
| (-) 25% Impuesto a la Renta | | \$2.927 | \$3.048 | \$3.376 | \$3.305 | \$3.560 |
| (=) UTILIDAD NETA | | \$10.377 | \$10.808 | \$11.968 | \$11.718 | \$12.623 |
| (+) Depreciación (de activos fijos) | | \$2.078 | \$2.078 | \$2.078 | \$2.078 | \$2.078 |
| (-) Inversión | \$-34.686 | 0 | 0 | \$-3.584 | 0 | \$-2.128 |
| (+) Préstamo | \$15.835 | | | | | |
| (-) Amortización Capital del Préstamo | | \$-2.586 | \$-2.849 | \$-3.138 | \$-3.456 | \$-3.807 |
| (-) Capital de Trabajo | \$-4.902 | | | | | |
| (+) Recuperación Capital de Trabj. | | | | | | \$4.902 |
| (+) Valor de Desecho | | | | | | \$3.680,69 |
| (=) Flujo Neto Efectivo | \$-23.753 | \$9.869 | \$10.038 | \$7.324 | \$10.340 | \$17.348 |

10.3 Análisis del punto de equilibrio

| | |
|------------------------|-----------------|
| Precio Venta | \$7 |
| Costo V. Unit. | \$3 |
| Costos Fijos | \$26.258 |
| Pto. Equilibrio | \$44.486 |
| Pto. Equilibrio | 6.355 |



Se requieren obtener \$44.486 para que la utilidad sea 0, a partir de ese valor se obtienen ganancias para el proyecto en el primer año.

10.4 Análisis de sensibilidad (dos escenarios 10.1 y 10.2)

Se plantean escenarios en función de los datos de variaciones de precios de los juguetes que se consideraron para efectos del proyecto, los rangos dependen de las condiciones del mercado local,

El proyecto soporta hasta una disminución de hasta 6 dólares en el precio del juguetes con estos datos el Van es de cero y la tasa interna de retorno es igual a la tasa de descuento del VAN, lo que ubica en un posición de indiferencia, un precio menor hace que el proyecto ya no sea rentable.

| ESCENARIOS | PARAMETRO DE ENTRADA | INDICADORES | | |
|-------------|----------------------|-------------|-----|--------|
| | Precios | VAN | TIR | IR |
| optimista | \$9 | \$18.000 | 69% | \$2,78 |
| normal | \$7 | \$14.688 | 33% | \$1,6 |
| conservador | \$6 | 0 | 12% | \$1,00 |

10.5 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor

Actual neto, Retorno de la inversión.

Tasa de descuento

Para determinar la tasa para descontar el VAN en el flujo de caja del proyecto, se utilizó la tasa del 12% utilizada para descontar los flujos del proyecto.

Cálculo del Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto según (Sapag, 2010) mide la rentabilidad de la inversión propuesta en términos monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, se calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

El valor actual neto del presente proyecto nos indica que se recupera la inversión, se obtiene

utilidad cubriendo los egresos dados durante la vida del proyecto. En este caso el VAN del proyecto es mayor que cero lo que indica que el proyecto se muestra rentable y debe de ejecutarse.

VAN= \$14.688 dólares

Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, TIR, (Gitman, 2010) mide la rentabilidad como un porcentaje. Es la tasa de descuento que iguala el valor equivalente de una alternativa de flujos de entrada de efectivo (ingresos o ahorros) al valor equivalente de flujos salientes de efectivo (egresos, incluidos los costos de inversión)

El TIR es mayor que la tasa de descuento del van (33%) por lo que indica la rentabilidad del proyecto.

Período de recuperación de la inversión

Se aplicó el período de recuperación descontado (Payback) (Puelma, 2010) en el cual según los datos, se recupera la inversión en aproximadamente 4 años donde la recuperación de la inversión es mayor al saldo de la inversión.

| PERIODO | SALDO INVERSION | FLUJO DE CAJA | RENTABILIDAD EXIGIDA | RECUPERACION INVERSION |
|----------------|----------------------------|--------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| 1 | \$23.535 | \$9.967 | \$2.389 | \$7.578 |
| 2 | \$15.957 | \$10.157 | \$1.620 | \$8.538 |
| 3 | \$7.419 | \$7.466 | \$753 | \$6.713 |
| 4 | \$706 | \$10.506 | \$72 | \$10.435 |
| 5 | \$-9729 | \$17.176 | \$-987 | \$18.163 |

XI VIABILIDAD DE PROYECTOS (CONCLUSIONES)

- En lo que respecta al mercado, se pudo evidenciar que existe una demanda efectiva que debe de ser explotada, los diferentes requerimientos de instituciones dependientes del estado han llevado a desarrollar mercado atractivos, mercados que pueden garantizar la rentabilidad en el mediano plazo.
- Se comprobó que efectivamente los procesos a implementarse en el proyecto son los adecuados mejorando la productividad teniendo efectos así en los ingresos que se generen. Estos procesos al cumplir estándares de calidad pueden garantizar el cumplimiento de estos pudiendo ser esta su principal característica y ventaja competitiva.
- La inversión en maquinaria no es un rubro fuerte debido a que se conjugan con procesos artesanales.
- El valor actual neto del proyecto es positivo lo que permite determinar que la iniciativa de inversión es rentable, recuperando la inversión, además de obteniendo un valor agregado adicional a lo exigible.
- La tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento de capital, esto ratifica la rentabilidad del proyecto y su ejecución.
- Los resultados del presente estudio muestran la gran dinámica que tiene el producto, una creciente demanda de dicho material y con el valor agregado de ser juguetes didácticos a base de cartón, existiendo localmente retos y perspectivas para desarrollar un gran mercado, lo cual es además compatible con el Objetivo del Plan Nacional de Desarrollo: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable”.
- El lanzamiento del producto al mercado debe de ser clave debido a que se debe de posicionar la marca en el mercado mostrando las bondades y sobre el valor agregado

- En la actualidad de acuerdo al levantamiento de información el juguete que ha tenido mayor y mejor acogida es el de plástico, debido al posicionamiento en el mercado, el de madera no tanto debido a que existen algunas limitaciones en cuando a su obtención.
- Las personas encuestadas valoran lo económico y esos es un dato relevante debido a que se mantiene la relación calidad precio.

XI REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ABC.es. (2013). Las TIC en la vida cotidiana de niñas y niños. *Instituto nacional de tecnologías educativas* , 15.

Ecuador, B. C. (2014). Informe trimestral de la economía ecuatoriana. 45.

Elena, G. S. (2010). Instrcutivo de requisitos para la creación de una empresa local .

Gitman, L. (2010). Administraci3n financiera . *Pearson* .

Ministerio del Ambiente. (2013). Reporte de deforestaci3n en el Ecuador a3o 2013. 34.

Olivares. (2011). La afectaci3n de la tecnolog3a en ni3os. 45.

PNUD. (2011). Programa de naciones unidas para el desarrollo .

Puelma, J. M. (2010). Evaluaci3n de proyectos gu3a de ejercicios y soluciones .

Sapag, N. (2010). Preparaci3n y Evaluaci3n de proyectos . *Mc graw Hill* .

SdGquil, F. (2010). PDOT Santa Elena. *Plan de desarrollo* .

SENPLADES. (2013). Plan nacional para el buen vivir 2013-2017. *PNBV* .

XII ANEXOS

ANEXO #1

Estudio de Mercado **Juguetes didácticos de cartón reciclado**

La Empresa MUNDO MAGICO S.A está realizando una encuesta para evaluar el lanzamiento de Juguetes de Cartón Reciclado con el objetivo de determinar la aceptación del producto.

Le agradecemos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas marcando con una X.

1.- Género

Femenino

Masculino

2.- Edad

16 – 20 años

21 – 25 años

26 – 30 años

31 en adelante

3.- Lugar de Residencia

Santa Elena

La Libertad

Salinas

4.- ¿Es Usted Padre o Madre de Familia o en su hogar viven infantes?

Si

No

5.- ¿Usted tiene hijos menores a 5 años?

Si

No

6.- ¿Cuál es el material del que está elaborado el juguete que usted adquiere para su hijo o familiar infante?

- Juguetes de Cartón
- Juguetes de Tela
- Juguetes de Plástico
- Otros

7.- ¿Cuántos juguetes al mes adquiere su hijo?

- 1
- 2
- Más de 3
- Ninguno

8.- ¿Cómo selecciona los juguetes que compra para su hijo o familiar infante?

- A lo que Ud. Le agrada
- Lo que el niño pide
- Edad del niño
- Utilidad del juguete
- Selección u otros

9.- ¿Qué tipo de juguete le gusta a su hijo o familiar infantil?

- Rompecabezas
- Legos
- Juego de mesa
- Juegos de video
- Carros
- Muñecos
- Otros

10.- ¿Qué marca de juguetes compra para sus hijos o familiar infantil?

- Fisher Price

- Hasbro
- Matterl
- Megcos
- Ronda
- Play School
- MB
- Lego
- Disney
- Shelcore
- Marca u otros

11.- ¿Por qué prefiere la marca antes señalada?

- Calidad
- Material de elaboración
- Marca de Diseño
- Económicos
- Preferencia y Otros

12.- ¿Cuál es el lugar que usted frecuenta para adquirir juguetes para sus hijos o familiar infantil?

- Centros Comerciales
- Bazares
- Jugueterías
- Adquirir u Otros

13.- ¿En el Centro Educativo donde se educa su hijo o familiar infantil utilizan juguetes didácticos?

- Si
- No

14.- ¿Conoce Ud. algo referente sobre la utilización de juguetes didácticos?

- Si
- No

15.- ¿Cuáles son los lugares que expenden juguetes didácticos?

Centros Comerciales

Bazares

Jugueterías

No Existen

16.- ¿Le gustaría contar con una empresa que realice juguetes didácticos y ecológicos?

Si

No

17.- ¿Estaría interesado en adquirir juguetes didácticos de cartón?

Si

No