

Plan de Mercadeo

Sonrisas de Ángel

Presentado por:

Ginna Marcela Flórez Parra

Tutor de trabajo

Wilfredo Romero Jiménez

Corporación Universitaria Minuto de Dios - Uniminuto

Tecnología en Gestión de Mercadeo

Bogotá D.C

Noviembre 2016

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO .....	2
LISTADO DE TABLAS .....	6
LISTADO DE GRÁFICAS .....	7
1. INTRODUCCIÓN .....	8
1.1. Antecedentes .....	9
1.2. Descripción del producto .....	11
1.4. Declaración estratégica de la empresa .....	15
1.4.1 Razón Social.....	15
1.4.2 Tipo de Sociedad.....	15
Misión .....	16
Visión .....	16
Valores.....	16
1.5. Organización De La Empresa .....	17
1.6. Análisis Del Contexto .....	18
2. FUNDAMENTO TEÓRICO.....	22
2.1. Marco Teórico .....	22
2.2. Marco Conceptual .....	24
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	28
3.1. Objetivo General de la Investigación de Mercado .....	28
3.2. Objetivos Específicos de la Investigación de Mercado .....	28
3.3. Diseño de la Investigación .....	28
3.3.1. Definición de Metodología .....	28

3.3.2. Muestreo .....	29
Grupo objetivo .....	29
Tipo de muestreo .....	29
Tamaño de la muestra .....	30
3.3.3. Instrumentos de recolección de información .....	30
3.4. Resultados y análisis .....	31
3.5. Conclusiones estratégicas en función de los objetivos de investigación .....	37
4. PLAN ESTRATÉGICO .....	38
4.1. Análisis estático y dinámico .....	38
4.1.1. Análisis situacional (Matriz DOFA) .....	38
4.1.2. Análisis de competencia (Matriz MPC) .....	40
4.1.3. Segmento de mercado.....	40
Perfil y características demográficas, psicográficas y comportamentales .....	40
Cuantificación .....	41
4.1.4. Estimación de la demanda y proyección de mercado.....	41
4.2. Planteamiento estratégico .....	42
4.2.1 Análisis estratégico.....	43
Cruces estratégicos FO, FA, DO, DA .....	43
Matriz de Ansoff .....	44
4.2.2. Objetivo General del Plan de Mercadeo.....	45
4.2.3. Declaración estratégica.....	45
4.2.2. Definición de indicadores de gestión para el plan de mercadeo.....	45
5. PLAN TÁCTICO.....	45

5.1. Tácticas de producto .....	45
Propuesta de valor del producto y/o servicio .....	45
Empaque – Mapa del servicio .....	46
Plan complementario de servicio y atención al cliente .....	46
5.2. Táctica de Precio .....	46
Precio neto .....	46
Precio de venta al público .....	47
Estrategia de precio .....	47
5.3. Tácticas de comunicación .....	47
5.3.1. Concepto de comunicación y/o ejes comunicativos .....	47
5.3.2. Declaración de identidad de marca .....	48
5.3.3. Publicidad .....	48
Promociones de ventas .....	48
Merchandising y gestión en punto de venta .....	49
Marketing y gestión en punto de venta .....	49
5.4. Tácticas de plaza y distribución .....	50
5.4.1. Canales .....	50
5.4.2. Cobertura .....	50
5.4.3. Estrategias de ventas y negociaciones .....	50
6. RESULTADOS FINANCIEROS.....	51
6.1. Punto de Equilibrio .....	51
6.2. Estado de resultados a 1 año .....	52
6.2.1. Ventas .....	52

Costos de ventas .....	53
Gatos de administración .....	53
Gastos de ventas .....	54
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54
8. ANEXOS .....	57

## LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Matriz DOFA de Sonrisa de Ángeles .....	38
Tabla 2. Matriz de perfil competitivo (MPC) de Sonrisa de Ángeles .....	40
Tabla 3. Estimación de la demanda y proyección de mercado.....	42
Tabla 4. Cruce estratégico FO, FA, DO, DA .....	43
Tabla 5. Matriz de Ansoff .....	44
Tabla 6. Precio neto .....	47
Tabla 7. Precio al Público .....	47
Tabla 8. Publicidad.....	48
Tabla 9. Promoción de ventas .....	48
Tabla 10. Mershandising y gestión en punto de venta .....	49
Tabla 11. Marketing directo .....	49
Tabla 12. Punto de equilibrio .....	52
Tabla 13. Estado de resultados a 1 año .....	52
Tabla 14. Costo de venta .....	52
Tabla 15. Gastos de administración .....	53
Tabla 16. Costos adicionales .....	53
Tabla 17. Gastos de venta .....	53

## LISTA DE GRÁFICAS

Grafica 1. Cubo de Clasificación .....	11
Grafica 2. Secuencia y clasificación .....	12
Grafica 3. Laberinto .....	13
Grafica 4. Contar con anillos .....	14
Grafica 5. Desarrollo de los niños .....	31
Grafica 6. Juguetes especiales .....	32
Grafica 7. Juguetes iguales .....	32
Grafica 8. Compra de juguetes .....	33
Grafica 9. Jugete para niños con síndrome Down .....	33
Grafica 10. Beneficios de una juguetería .....	34
Grafica 11. Características de juguetes .....	34
Grafica 12. Materiales para juguetes .....	35
Grafica 13. Medios de comunicación .....	35
Grafica 14. Precio de juguetes .....	36
Grafica 15. Tiempo para adquirir juguetes .....	36
Grafica 16. Interesados en adquirir juguetes .....	37

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Introducción y justificación

El presente plan de mercadeo está enmarcado en la creación de una juguetería para niños con Síndrome de Down, el cual tendrá como nombre Sonrisa de Ángeles, una juguetería que está pensando en satisfacer las necesidades recreativas de dicha población. Los juguetes son herramientas esenciales para el buen desarrollo del niño; juegan un papel importante en la formación de los conceptos, aptitudes, expectativas y socialización en los niños. El juego cambia a la medida que el niño va creciendo. Pronto, el niño estará representando personajes y podrá expresarse y comunicarse libremente; además establecerá reglas en los juegos, ejercitando su capacidad de autocontrol y autonomía. (Guía Infantil, 2000)

A nivel nacional, podemos encontrar diversas jugueterías para niños de todas las edades y de diferentes gustos; pero no una que esté enfocada y pensada para niños con Síndrome de Down. Existen sitios web donde se pueden adquirir juguetes para niños con Síndrome de Down, pero al comprarse por este medio no se tiene la posibilidad de palparlos, conocer la textura, apreciar los tamaños, observar las indicaciones y advertencias, y demás características para tomar una buena decisión de compra; por esto se hará necesario importar los juguetes que se comercializarán.

El Plan de Mercadeo está estructurado desde la descripción del servicio, la declaración estratégica de la empresa, la investigación de mercados con sus respectivos objetivos, Plan estratégico, Plan táctico y Resultados Financieros.



## 1.2. Antecedentes

Los juegos y la danza que forman parte de las actividades físicas, que se aplican con estrategias metodológicas, permiten que las personas que sufren del Síndrome de Down sean autónomos, lo cual contribuye a mejorar su nivel de vida y puedan así mismo satisfacer sus necesidades básicas. Como lo explica Jhaiver en el estudio del caso Actividad física en niños con síndrome de Down. Hernández Jhaiver et al. (2014) afirman Christian Enrique Puentes, Juan Jainer Sierra.

Los juguetes deben reunir unas condiciones mínimas para cumplir eficazmente el doble objetivo de divertir y enseñar. Estas condiciones son la seguridad y la adecuación a la edad de desarrollo del niño. En cuanto a la adecuación al desarrollo del niño, hay que tener en cuenta su capacidad física y psíquica y elegir aquello que más pueda atraer su atención y estimular su actividad exploratoria y creativa. Todos los niños pasan por unas etapas y en cada momento son más adecuados unos juguetes que otros.

Los niños con Síndrome de Down también pasan por esas etapas, aunque con algunas dificultades y retraso. Por este motivo, es preciso que dispongan de material más abundante y mejor seleccionado que otros niños, como lo menciona la doctora María Victoria Troncoso, en su documento El juego y los juguetes para niños con síndrome Down. (María Victoria Troncoso, 2005)

En los niños con Síndrome de Down, la práctica deportiva aporta además de ventajas físicas, beneficios psicológicos y sociales. Debido a que su resistencia cardio-respiratoria es menor, son recomendables prácticas deportivas cortas o con descansos, que favorezcan su atención.

(Guía infantil, 2000).

El niño con Síndrome de Down que ha sido estimulado adecuadamente es capaz de jugar solo y divertirse, experimentando cómo funcionan las cosas que tiene a su alcance, pero conviene que sus padres, así como sus hermanos o amigos, jueguen y compartan actividades con él, pues será un tiempo inestimable para reforzar lazos e impulsar su desarrollo.

No siempre su juego será exactamente igual al de otros niños. Es posible que sea menos elaborado, que permanezca más tiempo pasivo, que no se sienta tan atraído por los juguetes o que tenga actitudes impropias de su edad. (Mapfre, 2016)

### 1.3. Descripción producto

En consideración de que va a ser una juguetería, se expondrán algunos de los juguetes con los que contará Sonrisa de Ángeles:

<b>Cubo de Clasificación</b>	
Edad recomendada: 4-8 años	
Clasificación: Juego que clasifica 12 figuras que encajan en el cubo de madera.	
Material: Madera	
Garantía: 6 Meses	
	<b>Observaciones:</b> refuerza las habilidades de resolución de problemas, estimular la habilidad de secuenciación y la memoria, produce un ruido metálico gratificante cada vez que se encaja correctamente una pieza, reforzando la

## Secuencia y Clasificación

Edad recomendada:

7-12 años

Clasificación:

Juego que clasifica 19 piezas de diferentes formas geométricas y varias capas, para resolver.

Material:

Madera

Garantía:

6 Meses



Observaciones:

Ayuda a la categorización y discriminación de formas, colores y tamaños, estimula la capacidad de concentración, ayuda al desarrollo de habilidades del lenguaje receptivo y expresivo, ejercita la coordinación ojo-mano y la motricidad fina.

## Laberinto

Edad recomendada:

3-6 años

Clasificación:

Clásico elemento de cuencas de madera, con colores brillantes y suave lijado de las piezas de madera maciza.

Material:

Madera

Garantía:

6 Meses



Observaciones:

Ayuda al desarrollo de las habilidades motrices. Con piezas fáciles de agarrar para los pequeños dedos y alambre de recorrido suave y de colores.

## Contar con anillos

Edad recomendada:

3-6

Clasificación:

Juego de colores donde se combina la categorización más sencillos con los de insertar.

Material:

Madera

Garantía:

6 Meses



Observaciones:

Discrimina colores y números del 1 al 4, trabaja la motricidad fina insertando los aros.

## **1.4. Declaración estratégica de la empresa**

### **1.4.1. Razón social**

La razón social de la empresa será: Sonrisa de Ángeles S.A.S

### **1.4.2. Tipo de sociedad**

La sociedad a través de la cual se constituirá la empresa “Sonrisa de Ángeles” será mediante la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).

La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas, pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.” (Confecamaras, 2015).

Se considera la mejor alternativa de sociedad debido a:

- Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.
- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.
- El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.

(Finanzas personales, 2016)

### **1.4.3. Misión**

Sonrisa de Ángeles es una empresa dedicada a brindar felicidad, alegría y diversión a los niños con discapacidad intelectual mediante la importación y comercialización de juguetes especialmente diseñados para ellos, contribuyendo de esta manera indirecta a desarrollar sus destrezas y capacidades.

### **1.4.4. Visión**

Para el año 2020, Sonrisa de Ángeles será reconocida en el departamento del Quindío como la primera juguetería para niños en situación de discapacidad, ofreciendo productos que satisfagan sus necesidades.

### **1.4.5. Valores corporativos**

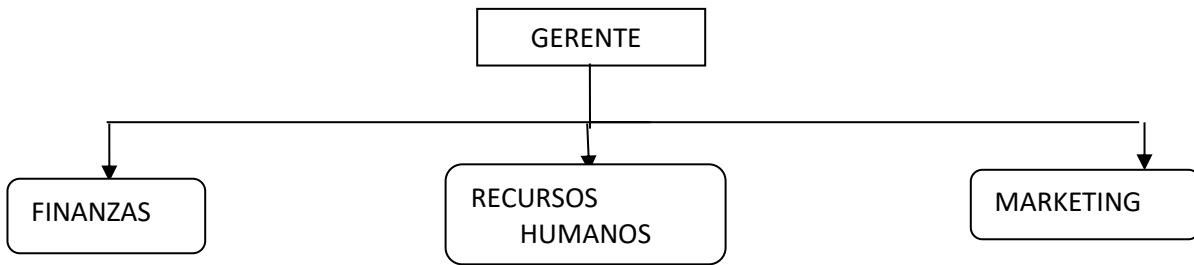
**Compromiso:** Con nuestros clientes de brindarles productos seguros, divertidos y que contribuyan a mejorar el nivel de vida de nuestros clientes.

**Aceptación:** Es importante trabajar con personas que acepten las condiciones de cada una de las personas que visiten esta juguetería.

**Liderazgo:** Para trabajar en equipo de la mejor manera, cada quien debe tener liderazgo para tener certeza de mostrar sus cualidades.



## 1.5. Organización de la empresa



Sonrisa de Ángeles S.A.S se compone en primer nivel de un director organizacional o gerente, que es el encargado de buscar y desarrollar las estrategias adecuadas para cumplir con los objetivos planteados por la empresa, teniendo como referencia la misión y visión corporativas de la compañía y de la toma de decisiones correspondientes a la parte administrativa y gerencial.

En segundo nivel se encuentran los cargos: persona especializada en Finanzas, en Recursos Humanos y en Marketing, quienes cumplen con funciones colaborativas del gerente y ayudan a los estados financieros, contratación, publicidad y demás funciones de la empresa.

## 1.6. Análisis del contexto

El Síndrome Down es la causa más frecuente del retraso mental; Se trata de una alteración cromosómica, caracterizada por un exceso de material genético. Con el término síndrome se quiere destacar que las personas afectadas presentan un conjunto de síntomas diversos: Cognitivos, fisionómicos, médicos entre otros. El Síndrome Down fue descrito por primera vez en 1886 por el Dr. John Langdon Down, que es a quien se debe su nombre, aunque hasta 1959 no se conocía su causa; descubrió también que las personas con Síndrome Down tenían material genético extra, la mayoría de las veces un cromosoma 21 de más, motivo por el cual se le denomina también Trisomía del par de 21. El exceso de material genético origina un desequilibrio en distintos sistemas biológicos; como cada cromosoma está implicado en el desarrollo de varios órganos, la alteración de uno de ellos afectara a varias funciones. Esto explica la diversidad de síntomas y características de las personas con síndrome Down. (Ana Madrigal Muñoz, 2003).

La ONU aprobó la convención sobre los derechos de las personas con discapacidad 2006. En ella se deja claro que todas las personas tenemos los mismos derechos y no por ser diferentes tenemos que sufrir ningún tipo de discriminación.

Derechos Fundamentales de los niños con Síndrome Down

1. Todas las personas son iguales ante la ley y se prohíbe la discriminación por motivos de discapacidad.
2. Todos los niños y niñas con discapacidad deben gozar plenamente de todos los derechos humanos y libertades fundamentales en igualdad de condiciones con los demás niños y niñas y para ello los Estados tendrán que tomar las medidas necesarias para asegurar que así sea.

3. Los niños y niñas con discapacidad tienen derecho a expresar su opinión libremente sobre todas las cuestiones que les afecten, así como a recibir la asistencia apropiada con arreglo a su discapacidad y edad para poder ejercer ese derecho.
4. Las personas con discapacidad tienen derecho a vivir de forma independiente y para ello acuerdan adoptar medidas efectivas para que puedan elegir libremente su lugar de residencia, y dónde y con quién vivir en igualdad de condiciones con las demás.
5. Todas las personas con discapacidad tienen derecho a la educación, en igualdad de oportunidades que los demás para poder aprender las habilidades que les permita desarrollarse socialmente, aprender y vivir en comunidad.
6. Las personas con discapacidad tienen derecho a trabajar y a ganarse la vida con el trabajo que elijan. Por lo que se prohíbe la discriminación por razón de discapacidad.
7. Derecho a que se respete la evolución de las facultades de los niños y niñas con discapacidad.

En 2006, la Organización Naciones Unidas aprobó la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, y fue ratificada por España en 2008. En ella se comprometen a través de 50 artículos a garantizar los derechos que tienen las personas con discapacidad fomentando el respeto de la dignidad, la autonomía individual, la libertad en la toma de decisiones, la independencia de las personas, luchando por la no discriminación, favoreciendo la participación plena y efectiva en la sociedad, fomentando el respeto por la diferencia, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad, y la igualdad entre el hombre y la mujer. (Cristina Gonzales Hernández, 2008).

Según la ley estatutaria 1618 del 27 de febrero del 2013 en el artículo 18°; hace alusión al derecho que tiene toda persona en situación de discapacidad a la recreación, en este caso específico a niños con Síndrome de Down en quienes está enfocado el proyecto, lo que se desea lograr con tal ley es garantizar la protección de estas personas en la sociedad y fomentar los espacios de esparcimiento y recreación viéndose como un proceso de inclusión social.

En el artículo 2° punto 2 de la ley antes mencionada afirma que la inclusión es un proceso que asegura que todas las personas tengan las mismas oportunidades, y a la posibilidad real y afectiva de acceder, participar, relacionarse y disfrutar de un bien, servicio o ambiente, junto con los demás ciudadanos, sin ninguna limitación o restricción por motivo de discapacidad.

Como se dijo anteriormente a nivel nacional no existen jugueterías que estén hechas para niños con síndrome Down pero no por ello puede creerse que no existe competencia en el mercado ya que las jugueterías que hay tienen productos creados para cada etapa del individuo por lo que cada juguete tiene por objetivo la recreación, sin exceptuar otras funciones como la formación, el aprendizaje, el desarrollo o estimulación de los aspectos intelectual, psicológico, sensorio-motriz y de convivencia social, entre otros.

A nivel nacional existen jugueterías donde los familiares de las personas con Síndrome Down se acostumbraron a comprar los juguetes sin importar que no estén hechos ni pensados para ellos ya que se piensa que pueden cumplir con las mismas funciones y expectativas de quien los adquiere, lo cual hace que se dé una competencia indirecta porque Éxito, Pepe Ganga, Toy Boy, etc; son almacenes muy reconocidos y que tienen gran variedad de juguetes de diferentes formas y tamaños para gustos diversos, empresas que habitualmente venden cantidades considerables de juguetes que representa para la Juguetería Sonrisa de Ángeles un obstáculo al momento de iniciar

la comercialización de sus productos, lo que implicara mayor compromiso he innovación captando la atención de su público objetivo, desarrollando estrategias de venta para alcanzar reconocimiento en el mercado nacional. La juguetería Sonrisa de Ángeles debe tener en cuenta los lineamientos planteados por el ministerio de protección social para la comercialización de juguetes siendo así seguirán las pautas de la resolución 3388 del 2008; que se sustenta en la protección de la salud y seguridad de las personas, para asegurar el cumplimiento del reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los juguetes, sus componentes y accesorios.

En Chile en el año 2005 se creó un reglamento sobre seguridad de los juguetes en la cual se estipula que solo se pueden comercializar aquellos que cumplan con los requerimientos, Considerando, La necesidad de contar con regulaciones para los juguetes, que contribuyan a cuidar a los niños que los emplean de los riesgos que para su salud e integridad física puedan derivarse de su forma y componentes .En el artículo 5 de dicho reglamento especifica que los juguetes y sus partes, así como sus fijaciones en el caso de juguetes desmontables, deberán tener la resistencia mecánica, y en su caso, la estabilidad suficiente para soportar las tensiones debidas al uso sin roturas o deformaciones que puedan causar lesiones corporales. Los juguetes deberán concebirse y fabricarse de forma que se reduzcan al mínimo los riesgos de lesiones corporales que puedan ser provocadas por el movimiento de sus partes o por el contacto con bordes accesibles, salientes, cuerdas, cables y fijaciones. Los juguetes y sus accesorios y componentes que pudieran separarse, destinados a niños menores de 3 años, deberán ser de dimensiones suficientes para que no puedan ser tragados y/o inhalados. Los juguetes, sus partes y los embalajes en que se presenten para su comercialización al por menor no deberán presentar riesgo de estrangulamiento asfixia o corte para los usuarios.

## **2. FUNDAMENTO TEORICO**

### **2.1. Marco teórico y estado del arte**

#### *Consumismo infantil*

Para Guest, los niños se consideran como un mercado viable tanto por fabricantes como por distribuidores. Hay que aclarar, que al afirmar que los niños constituyen un mercado, éste puede entenderse en tres formas. En primer lugar, se trata de un mercado actual en donde aparecen una serie de productos y servicios creados específicamente para ellos. A los niños se les percibe entonces, como auténticos consumidores con necesidades, disponibilidad de dinero y deseos de gastar ese dinero, en determinar artículos. En segundo lugar, se trata de un mercado potencial, porque los niños forman el conjunto de los futuros consumidores, que ya en estos momentos se deben cultivar; y, en tercer lugar, hay que entenderlo como un mercado influye en activamente sobre las compras que realizan sus padres, en productos específicamente concebidos para los primeros. (Guest, 1955)

#### *Decisión de compra de los niños frente a sus padres*

Para la agencia TNS, La importancia del poder de los niños frente al mercado es reconocida por los estrategias del marketing y publicidad, pues es sabido que las marcas que hoy prefieren los acompañaran durante su vida. Los niños entre los tres y nueve años de edad tienen una fuerte decisión de compra en sus padres. También es cierto que los padres están dispuestos a invertir más dinero para adquirir productos de marcas que a sus hijos les gustan. El poder de los niños en la decisión de compra es muy fuerte, por ende, es de vital importancia el marketing infantil, sin embargo, para dirigir sus formas de entender el mundo y de comunicarse son muy distintos. En los productos de cero a tres años, las empresas aplican un marketing dirigido a los adultos, pero a

partir de entonces se emplean a fondo la publicidad denomina padres e hijos, la asociación con personajes infantiles quienes son los principales impulsores de la elección de los chicos, los regalos de juguetes, la influencia de amigos, el atractivo del empaque y las demostraciones en tienda son también variables decisivas para que los pequeños seleccionen uno u otro producto. (Agencia TNS, 2011)

### ***Juguetes frente al mercado***

Para Prmarketing el sector del juguete engloba a un alto número de empresas cuya actividad se va orientando, cada vez más, hacia un producto de alto diseño, calidad y valores pedagógicos, para poder competir en los mercados internacionales donde el factor precio es decisivo. En la actualidad el sector fase de madurez caracterizada por la “Guerra de precios” y la alta intensidad competitiva entre las empresas que operan en el mercado. Ofrece servicios de calidad buscando nuevos segmentos, ampliando líneas de negocio, y centrando los enfoques en marketing en la atención al consumidor.

En el caso de los juguetes el consumidor final del producto no coincide con el comprador del mismo ya que los niños no poseen ese poder adquisitivo para permitirse el juguete que deseen, lo que si poseen es la capacidad de influir con su opción en el acto de compra.

El comprador es la persona que regala todos los juguetes que recibe el niño o la niña en su ámbito familiar más cercano. Suelen ser padres o educadores, familiares cercanos o amigos de los padres, los compradores ( adultos) suelen influir en la decisión de los consumidores (niños) a la hora de elegir el juguete inculcando los valores de su infancia o sus preferencias, gustos y convenciéndolos de que su idea es la mejor elección, los consumidores (niños) intentan influir en la decisión de compra poniendo de manifiesto sus gustos, deseos y necesidades utilizando todos los medios

posibles, para conseguir el juguete que quieren, la desventaja de los niños es que son los compradores los que tienen el dinero y la decisión finalmente cae sobre ellos. (Prmarketing, 2007)

## **2.2. Marco conceptual**

El Síndrome Down es la causa más frecuente del retraso mental; se trata de una alteración cromosómica, caracterizada por un exceso de material genético. Con el término síndrome se quiere destacar que las personas afectadas presentan un conjunto de síntomas diversos: cognitivos, fisionómicos, médicos entre otros. (Ana Madrigal Muñoz, 2003).

Retraso mental: Retraso mental o discapacidad intelectual y del desarrollo es una afección diagnosticada antes de los 18 años de edad que incluye un funcionamiento intelectual general por debajo del promedio y una carencia de las destrezas necesarias para la vida diaria.

(CLINICA DAM, 2016)

Discapacidad: La discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás.

(Convención de la ONU, 2006)

Habilidad: Para Petrovsky habilidad es el dominio de un sistema de actividades psíquicas y prácticas, necesarias para la regularización consciente de la actividad, de los conocimientos y hábitos. (Petrovsky, 1978).



**Inclusión:** La Inclusión es un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y a las diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, a través de la activa participación en la vida familiar, en la educación, en el trabajo y en general en todos los procesos sociales, culturales y en las comunidades (Unesco, 2005).

**Desarrollo cognitivo:** El desarrollo cognitivo en la teoría de Piaget se explica por la ley de estabilización gradual, es un avance hacia un estado de equilibrio de forma gradual. El desarrollo mental del recién nacido al adulto, es una progresiva equilibración que va de un equilibrio menor a un equilibrio mayor. Esta ley del equilibrio o estabilización gradual es la que rige en el desarrollo de la inteligencia, en la vida afectiva y en la vida social.

**Satisfacción:** La psicología es una de las ciencias que más se ha dedicado al problema de la satisfacción. Múltiples teorías, representaciones empíricas y aproximaciones metodológicas han confirmado, desde final del siglo XIX e inicio del XX, la importancia de la dialéctica satisfacción-insatisfacción en la comprensión del comportamiento humano.

**Motricidad gruesa:** En la motricidad gruesa encontramos los ejercicios y movimientos motrices que uno puede realizar con los grandes grupos de músculos como las piernas, los brazos o la cabeza. En esos movimientos intervienen los principales grupos musculares del cuerpo. Habilidades propias de la motricidad gruesa son, por ejemplo: Andar y correr, gatear, saltar, escalar, estar de pie, hacer señas, balancearse, ir en bicicleta, nadar.

**Motricidad fina:** La coordinación motora es toda aquella acción que compromete el uso de las partes finas del cuerpo: manos, pies y dedos. Se refiere más a ñas destrezas que se tienen con dichas partes en forma individual o entre ellas, por ejemplo, recoger semillas con los dedos de las manos o pañuelos con los dedos de los pies. La coordinación viso motriz es parte de la motricidad fina, pero aquí, además de la destreza con las partes finas del cuerpo implica la coordinación de éstas con la vista.

**Repercusión:** Se utiliza de manera extendida en nuestro idioma para dar cuenta de la importancia, de la trascendencia que ha ostentado u ostenta algo o alguien. Cuando algo dispone de una enorme resonancia o eco, tras su sucesión se hablará en términos de repercusión. La repercusión de su detención se sintió en todo el grupo.

**Interacción:** La interacción puede ser entendida como la acción recíproca entre dos o más agentes. Y yendo más allá, al margen de quién o qué inicie el proceso de interacción, lo que interesa destacar es que el resultado es siempre la modificación de los estados de los participantes. No en balde, el concepto de interacción social se ha erigido como básico para las ciencias sociales y humanas, y ha permitido un avance muy destacado en campos del conocimiento como la psicología social, entre otros.

**Difusión:** La difusión es un fenómeno que implica extender, divulgar o diseminar, a través del tiempo y del espacio, una noticia, una idea, una enfermedad, costumbres, idiomas, negocios, modas, etcétera. La difusión puede tener alcances de pequeña o gran escala, y tener consecuencias menos o más graves. Ejemplo del primer caso sería el siguiente: “La maestra me retó, y pronto lo

que hice tuvo difusión por todo el colegio”, y del segundo: “El virus tuvo una amplia difusión, y ya alcanzó nivel mundial”. Los medios masivos de comunicación ayudan a que la difusión de información sea muy grande al expandir en forma veloz los mensajes lo que contribuye a acentuar la vorágine de la globalización. Los primeros medios de difusión masiva fueron la radio y la televisión, pero actualmente Internet ha revolucionado la comunicación por la rapidez y simpleza de la difusión de las noticias y la comunicación en general.

Juego: El juego tiene un papel fundamental en el desarrollo de los niños, pero, aún más si cabe en los infantes con necesidades funcionales. Puesto que además de representar una vía de aprendizaje socio-educativo, son herramienta eficaz de psicomotriz para la mejora en su desarrollo. Numerosos estudios científicos manifiestan que el juego infantil facilita el desarrollo creativo y la personalidad del niño. Como bien decía Piaget los infantes aprenden mediante la experiencia y la exploración creada a través del juego y los juguetes. Pero cuando hablamos de niños con algún tipo de discapacidad física, el juego puede convertirse en terapéutico, dado que representa un canal multisensorial que le beneficia a nivel:

- Motor: estimulando el movimiento, mediante juegos de construcciones e interactivos, lo cuales faciliten gatear, voltear, etc...
  - Sensorial: ejercitando el desenvolvimiento viso-espacial y auditivo a través de la identificación de objetos y sonidos.
  - Cognitivo: descubriendo formas, colores y conceptos.
  - Social: mediante el juego colaborativo o grupal donde se crean interacciones entre iguales.
- Emocional: Todo ello fomenta la autoestima del niño puesto que en el juego o juguete un lazo común entre sus iguales con o sin discapacidad.

### **3. INVESTIGACION DE MERCADO**

#### **3.1. Objetivo General de la Investigación de Mercado**

Determinar cuáles son los juguetes más adecuados para niños con síndrome Down, que textura, características y materiales esperan de ellos.

#### **3.2. Objetivos Específicos de la Investigación de Mercado**

- Determinar cuáles son los principales factores que pueden llevar a la compra del producto.
- Identificar qué beneficios esperan de una juguetería para niños con síndrome Down.
- Conocer la frecuencia de compra de los productos que se comercializaran.
- Identificar cual es el o los canales de comunicación más adecuado para la comercialización de este tipo de productos.
- Determinar el precio que estaría dispuesto a pagar por alguno de los productos a comercializar.

#### **3.3. Diseño de la investigación**

##### ***3.3.1. Definición de metodología***

La metodología que vamos a realizar es la Investigación Cuantitativa.

La investigación o metodología cuantitativa es el procedimiento de decisión que pretende señalar, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

La metodología cuantitativa, consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. (Tamayo, 2007)

### **3.3.2. Muestreo**

La muestra se tomará en la fundación Abrazar en la ciudad de Calarcá, se realizarán preguntas a padres de niños con síndrome Down.

#### **3.3.2.1. Grupo objetivo**

El grupo objetivo son padres de niños con Síndrome Down del departamento del Quindío, que frecuentan la fundación Abrazar del municipio de Calarcá, el nivel económico de los padres es de estrato 2-4, se tendrán en cuenta niños de 3-12 años.

#### **3.3.2.2. Tipo de muestreo**

El tipo de muestreo es no probabilístico y por conveniencia.

Se habla de muestreo no probabilístico cuando no se tiene acceso a una lista completa de los individuos que forman la población y, por lo tanto, no conocemos la probabilidad de que cada

individuo sea seleccionado para la muestra. La principal consecuencia de esta falta de información es que no podremos generalizar resultados con precisión estadística. (Carlos Ochoa, 2015)

### **3.3.2.3. Tamaño de la muestra**

El tamaño de la muestra será de 50 personas, todos ellos padres de familia con hijos con síndrome de Down, a los cuales se les aplicará en mismo número de encuestas.

### **3.3.3. Instrumentos de recolección de la muestra**

Se realizará una encuesta de 10 preguntas aproximadamente, que nos dará respuesta a los objetivos. La encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (García Ferrando, 1997)

### 3.4. Resultados y análisis

#### Encuesta de Viabilidad de Juguetería

1. ¿Considera usted que los juguetes son un medio que contribuya en el desarrollo de los niños con síndrome de Down?

Si

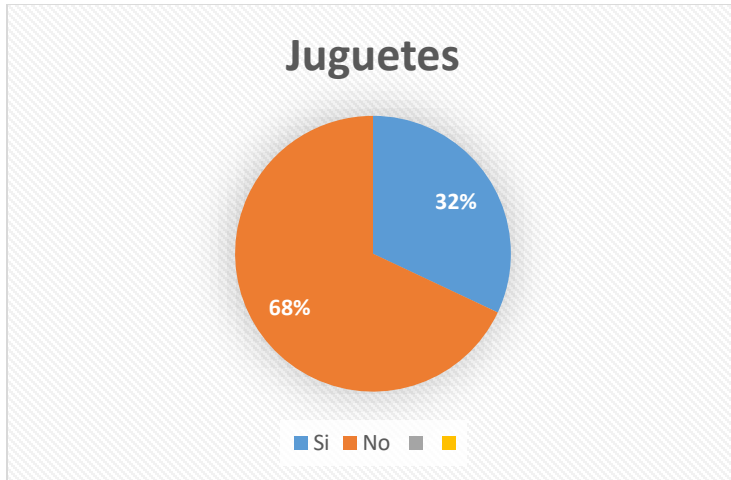
No

¿Por qué?



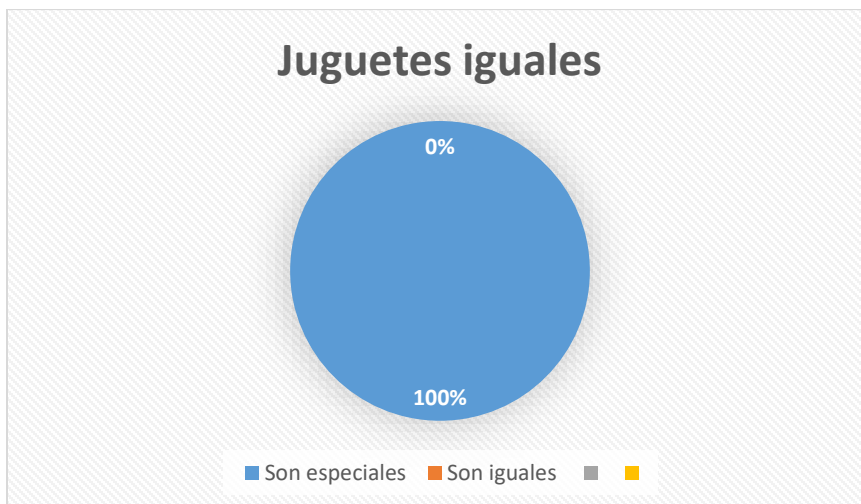
Según las encuestas un 100% de las personas consideran que los juguetes contribuyen en el desarrollo de los niños con síndrome Down, porque les ayuda a su desarrollo motor, cognitivo, físico.

2. ¿Sabía usted que hay juguetes especiales para niños con síndrome Down?



El 68% de los encuestados no conocen juguetes especiales para niños con síndrome Down, el 32% restantes conocen juguetes especiales por medio de fundaciones que manejan este tipo de juguetes.

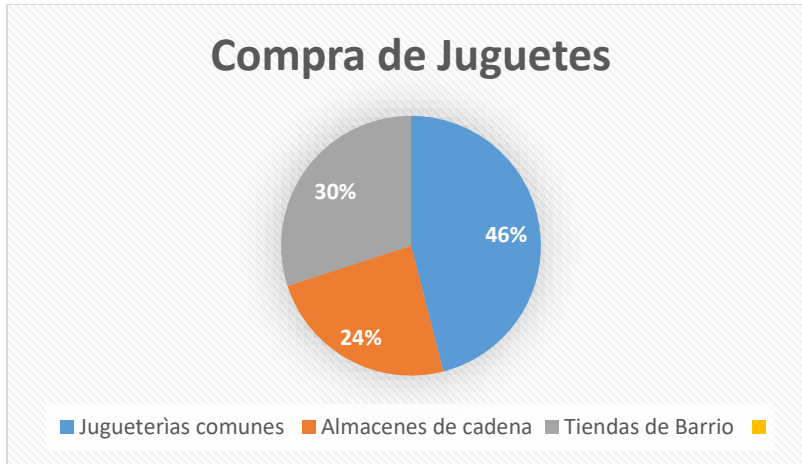
3. ¿Los juguetes que su hijo posee son especializados para él o son iguales a los demás?



Ninguna persona encuestada posee juguetes especializados para niños con síndrome Down debido a que no se es posible obtener estos productos

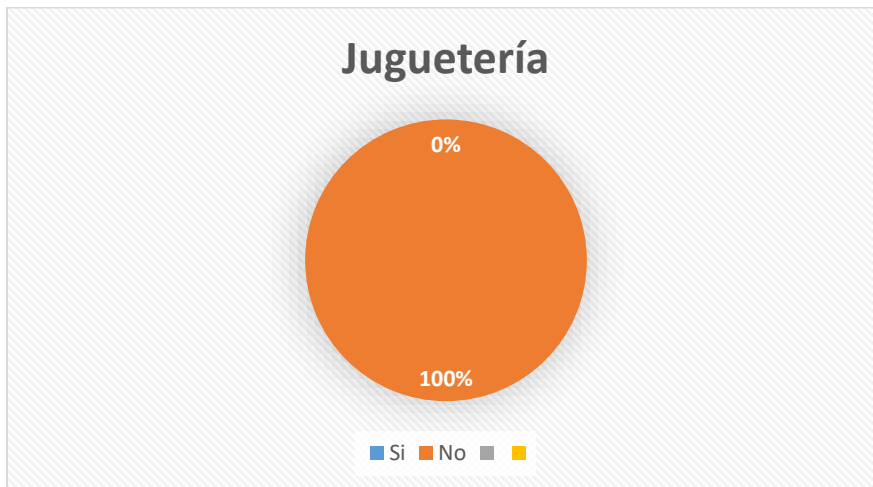


4. ¿Dónde accede a comprar juguetes para su hijo con síndrome Down?



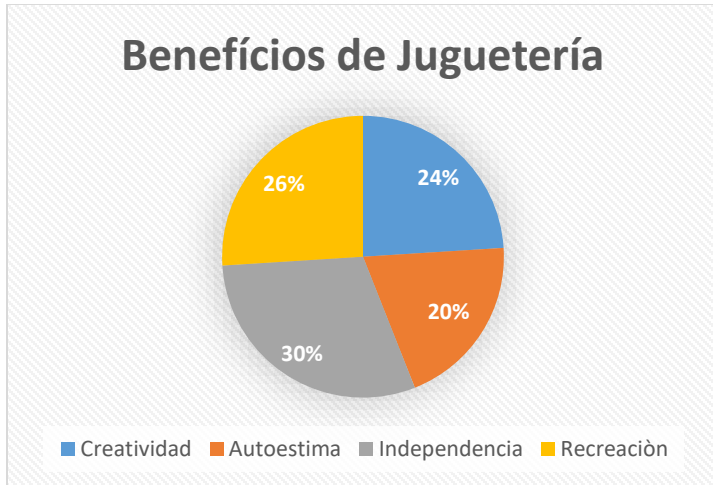
El 46% de los encuestados adquieren juguetes para niños con síndrome Down en jugueterías comunes, el 30% en tiendas de barrios y el 24% en almacenes de cadena.

5. ¿Conoce alguna juguetería para niños con síndrome Down?



Ninguna persona encuestada conoce jugueterías para niños con síndrome Down debido a que en Colombia no existe ninguna juguetería con estos juguetes.

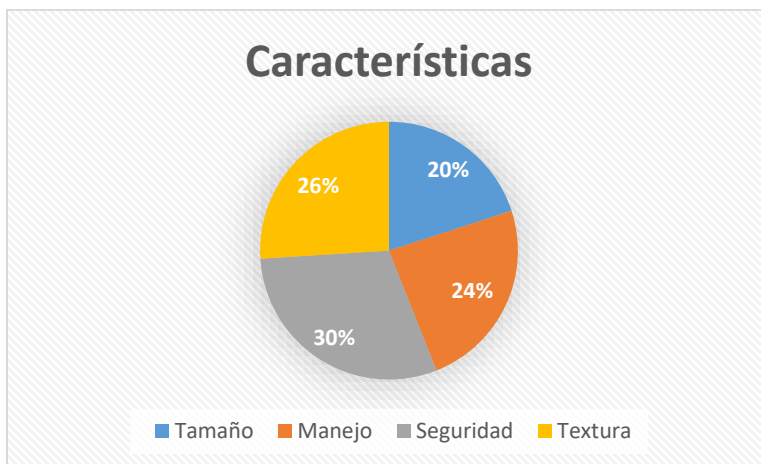
6. ¿Qué beneficios espera que le pueda brindar un juguete para un niño con síndrome Down?



Los beneficios que se esperan de los juguetes con síndrome Down son:

Creatividad el 24%, Recreación el 26%, Autoestima el 20%, Independencia 30%.

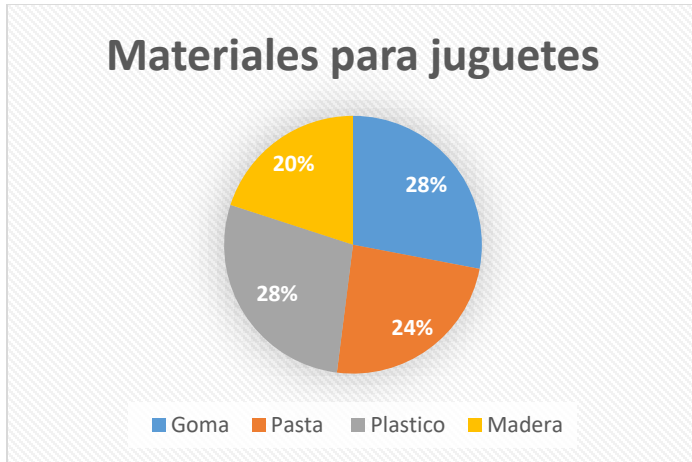
7. ¿Qué características importantes considera usted que deba tener estos juguetes?



Las características que se consideran importante son

Seguridad con el 30%, Textura con el 26%, Manejo con el 24%, Tamaño con el 20%.

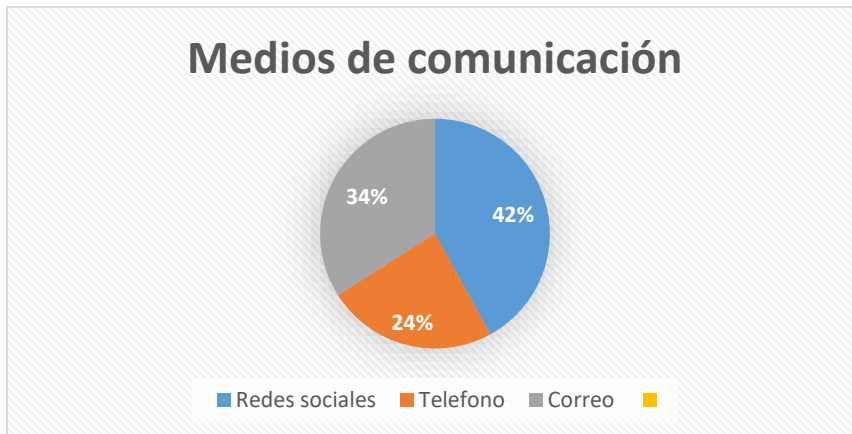
8. ¿Qué materiales considera son los más adecuados?



Los materiales que se consideran más adecuados son:

Goma con el 28%, Plástico con el 28%, Pasta con el 24%, Madera con el 20%

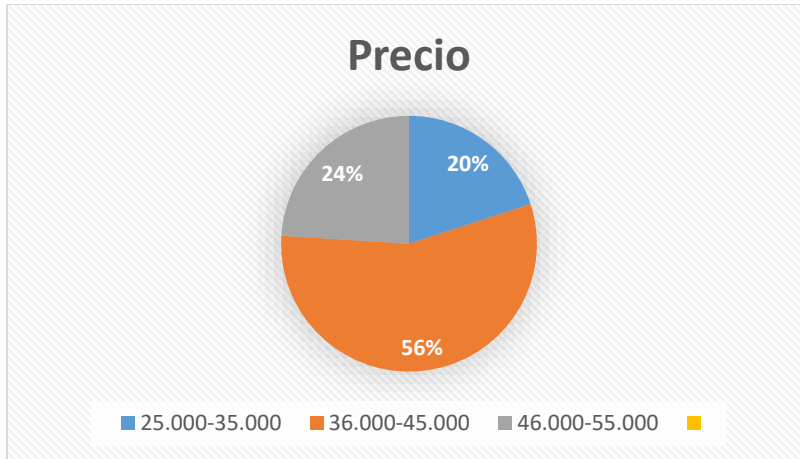
9. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información respecto a los juguetes?



Los encuestados prefieren recibir información por los siguientes medios

Redes sociales el 42%, Correo el 34%, Teléfono 24%

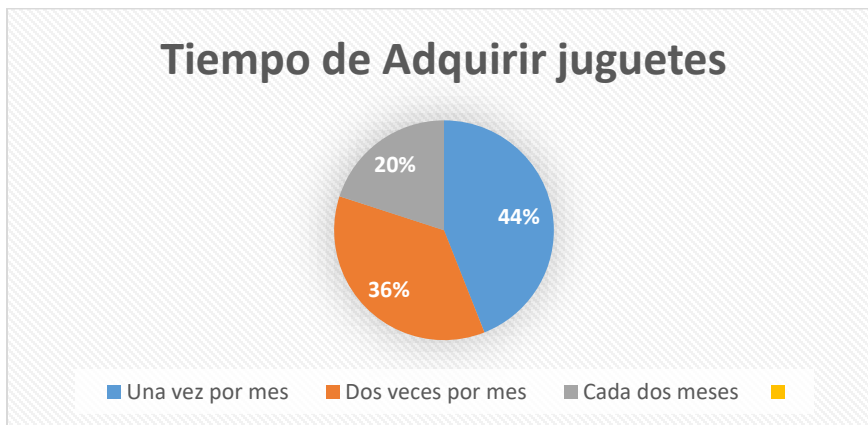
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un juguete para niños con síndrome Down?



Los encuestados están dispuestos a pagar

El 20% pagarían de \$ 25.000 – \$ 35.000, El 24% pagarían de \$ 46.000 – \$ 55.000, El 56% pagarían de \$ 36.000-\$ 45.000

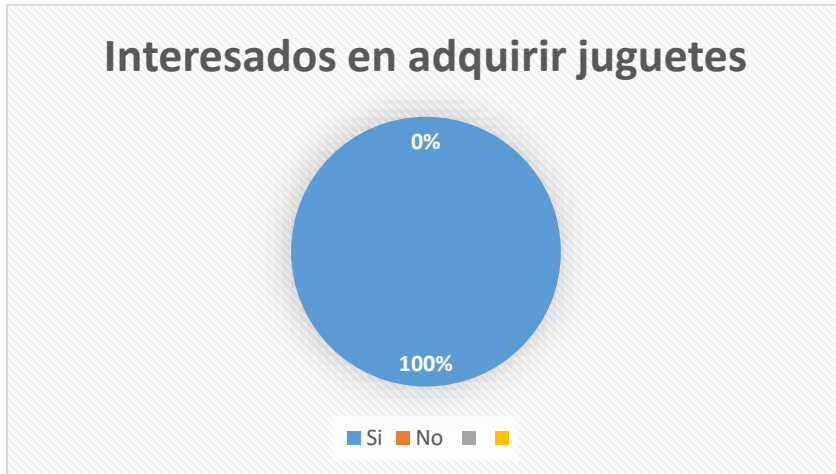
11. ¿Cada cuánto estaría dispuesto a adquirir juguetes para su hijo con síndrome Down?



El 44% de los encuestados adquirirían juguetes para niños con síndrome Down una vez por mes, el 36% Dos veces por mes, el 20% cada dos meses.

12. Si existiera una juguetería especializada para niños con síndrome Down.

¿Estaría usted interesado en adquirir juguetes en este lugar? ¿Por qué?



Todas las personas encuestadas están interesadas en adquirir juguetes para niños con síndrome Down, porque les importa el desarrollo y bienestar de cada uno.

#### 4. PLAN ESTRATÉGICO

##### 4.1. Análisis estático y dinámico

###### 4.1.1. Matriz DOFA

OPORTUNIDAD – ENTORNO	AMENAZA - ENTORNO
	- La fluctuación de las tasas de cambio.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca competitividad en la oferta de productos.</li> <li>- Apoyo de las entidades gubernamentales por este tipo de población.</li> <li>- Tratados de libre comercio para determinados productos que se pueden traer al país.</li> <li>- Utilización de las TIC como medio de comercialización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El desconocimiento de los beneficios de los productos para los niños con síndrome Down.</li> <li>- Reglamentación Política.</li> </ul>
<p><b>FORTALEZAS – EMPRESA</b></p>	<p><b>DEBILIDADES EMPRESA</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento del público objetivo.</li> <li>- Análisis minucioso del sector económico.</li> <li>- Calidad de los juguetes.</li> <li>- Variedad de juguetes.</li> <li>- Juguetes que ayudarán al desarrollo de los niños.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nula experiencia en el mercado.</li> <li>- Desconocimiento de los beneficios de los productos, capacidad en cuanto a surtidos se refiere, desconocimiento de productos de importación</li> <li>- Limitaciones económicas en cuanto a las inversiones por realizar.</li> </ul>

## **Estrategia DOFA**

Sonrisa de Ángeles empezará en el mercado colombiano siendo la primera juguetería para niños con Síndrome Down, esta será una oportunidad para crecer como empresa, dando a conocer productos que ayudarán al desarrollo motor y cognitivo.

Conociendo el enfoque general que tiene el mercado líder en Colombia se aprovechará para comercializar juguetes especializados en el grupo objetivo, así se tendrá una mayor ventaja y un mayor reconocimiento.

Existen varias jugueterías que ofrecen juguetes sustitutos, pero no brindan las mismas características ni los beneficios que se quiere ofrecer a dicho público.

Se tendrá en cuenta la reglamentación política, se manejará un control de las leyes que nos abarcan y se estará alertas a cualquier cambio en las normas que nos pueda afectar.

Conociendo el público objetivo por medio de investigaciones, se comercializarán los juguetes que faciliten la interacción, recreación e independencia que los niños quieren alcanzar.

Teniendo en cuenta que se tiene una experiencia nula en el mercado y que los recursos económicos son bajos, se optimizaran y se dará el manejo indicado a todos los bienes para poder brindar el servicio adecuado.

#### 4.1.2. Análisis de competencia

Matriz de perfil competitivo (MPC)									
Factores Claves	Pond.	Pepe Ganga		Éxito		Boy Toy		Sonrisa de Àngeles	
		Clasif.	Res. Pond	Clasif.	Res. Pond	Clasif.	Res. Pond	Clasif.	Res. Pond
Gama de productos	0,2	3	0,6	3	0,6	2	0,6	3	0,6
Calidad de producto	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,4	3	0,6
Competitividad	0,2	2	0,4	2	0,4	2	0,6	2	0,4
Servicio al cliente	0,1	3	0,4	2	0,4	3	0,3	3	0,6
Tecnología	0,1	1	0,4	1	0,2	1	0,2	1	0,3
Experiencia	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6	1	0,3
TOTAL	1		3		2,8		2,7		2,8

#### 4.1.3. Segmento de mercado

Sonrisa de Àngeles llegará al mercado colombiano con ganas de trabajar en un grupo objetivo muy importante, el cual podrá contribuir en el crecimiento de la empresa, para ello debemos conocer los diferentes perfiles y las características para obtener la mayor aceptación en el ámbito local, para ello llegaremos a los padres de niños con síndrome Down que, aunque no son los consumidores serán nuestros clientes directos.

##### 4.1.3.1. Perfil y características demográficas, psicográficas y comportamentales

###### *Perfil demográfico*

- Edad: Padres de niños con síndrome Down
- Género: Masculino y femenino
- Nivel Socioeconómico: Estratos 2,3 y 4
- Estado civil: Solteros



- Ocupación: Estudiantes

Aunque la juguetería es dirigida a niños, sabemos que los padres y familiares son las personas que tendrán el poder adquisitivo para obtener nuestros productos.

### ***Perfil psicográficos y comportamentales***

Los niños con Síndrome Down no tienden a valerse por sí solos, son personas que necesitan un mayor cuidado, se les complica la independencia a diferencia de los niños que no tienen problemas de desarrollo pese a la misma edad, estos niños no recorren los mismos lugares, suelen estar en fundaciones para interactuar con demás personas de su misma condición.

La frecuencia de compra del grupo objetivo es constante, ya que los niños con Síndrome Down necesitan estar activos para general un mayor desarrollo, es necesario que estén en constante actividad debido a que suelen ser más hiperactivos.

#### **4.1.3.2. Cuantificación**

De acuerdo al censo realizado por Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en el 2005, en Colombia existen 2,9 millones de personas con discapacidad, quienes representan el 6,4% de la población, es decir, 857.132 personas con discapacidad, de las cuales 146. 247 se encuentran en el rango de edad entre 5 y 20 años.

En el Departamento del Quindío hay 7 fundaciones de las cuales asisten 420 personas aproximadamente, en la fundación Abrazar del municipio de Calarcá asisten alrededor de 350 niños con diferentes discapacidades, de los cuales 132 niños tienen síndrome Down.

#### **4.1.4. Estimación de la demanda y proyección de mercado**

Inicialmente se espera llegar a 2 fundaciones, que sería alrededor de 300 niños con síndrome Down.

Proyección de mercado: Fuente propia Sonrisa de Ángeles.

Mes	Proyección	
Enero	\$12.000.000	
Febrero	\$12.000.000	
Marzo	\$12.000.000	
Abril	\$12.400.000	
Mayo	\$12.000.000	
Junio	\$12.000.000	
Julio	\$12.000.000	
Agosto	\$12.000.000	
Septiembre	\$12.000.000	
Octubre	\$12.400.000	
Noviembre	\$12.000.000	
Diciembre	\$16.000.000	
Total	\$148.800.000	

Después de realizar la proyección de mercado se espera tener un ingreso anual de \$148'000.000 para ello se debe vender 10 unidades diarias.

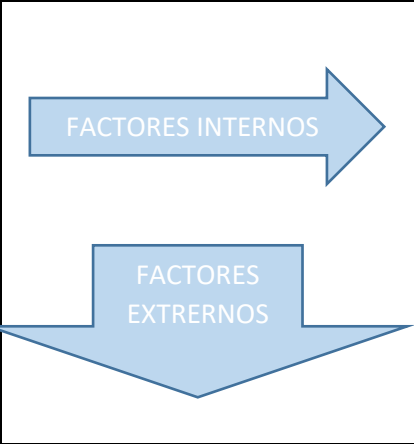
## 4.2. Planteamiento estratégico

La planeación es un proceso mediante el cual se determina en donde está la compañía, a dónde quiere llegar y qué se debe hacer para llegar a donde se quiere. (Ricardo Hoyos Ballesteros, 2013)

### 4.2.1. Análisis estratégico

#### 4.2.1.1. Cruces estratégicos FO, FA, DO, DA

MATRIZ DOFA		
DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES

	<p>Conocimiento del público objetivo.</p> <p>Análisis minucioso del sector económico.</p>	<p>Nula experiencia en el mercado.</p> <p>Bajos recursos económicos.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p>	<p>FO</p>	<p>DO</p>
<p>Poca competitividad en la oferta de productos.</p> <p>Bajo enfoque del líder del mercado en el público meta.</p>	<p>Aprovechar tanto la innovación como la poca oferta en el mercado para posicionarnos, además suplir las necesidades.</p>	<p>Generar estrategias enfocadas en atraer el público meta, teniendo una acreditación y frente a los productos de buena calidad y la atención.</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p>	<p>FA</p>	<p>DA</p>
<p>Competencia de productos sustitutos.</p> <p>Reglamentación Política.</p>	<p>Aprovechar el grupo objetivo para determinar los productos de mayor aceptación.</p> <p>Permanecer atentos a cualquier cambio en las normas que nos pueda afectar.</p>	<p>Desarrollar mecanismos que permitan minimizar los inconvenientes que se puedan presentar en esta fase de la matriz, innovando constantemente.</p>

4.2.1.2. Matriz de Ansoff

	SERVICIOS ACTUALES	SERVICIOS NUEVOS
MERCADOS ACTUALES	1. Estrategia de penetración de mercados	3. Estrategia de desarrollo de servicios
MERCADOS NUEVOS	2. Estrategia de desarrollo de mercados	4. Estrategia de diversificación

### *Jugueterías para niños con Síndrome Down.*

#### 1. Estrategia penetración de mercados

Teniendo en cuenta que es un producto nuevo en un mercado nuevo, se buscará atraer clientes mediante publicidad y se logrará fidelización mediante promociones, para lograr un crecimiento constante, esto se dará por su alto compromiso del personal frente a sus clientes, también favorecen los productos que estarán en constante innovación y alta calidad.

#### 2. Estrategia desarrollo de mercado

Constantemente se tendrá una evolución, conociendo los gustos, características y preferencias, para así encontrar la satisfacción de estos; Creando variedad de juguetes para cada etapa del niño.

#### 3. Estrategia de desarrollo de servicios

Después de que nuestro público objetivo nos conozca, podremos ir desarrollando nuevas tendencias, nuevos productos y más servicios, sin dejar de lado la calidad e innovación.

#### 4. Diversificación

Realizar actividades que nos permitan ser reconocidos y poder generar más ventas. Llegar a varias fundaciones para hacer convenios y mostrar cada uno de los productos.

#### **4.2.2 Objetivo general del plan de mercadeo**

Hacer un plan que nos permita posicionarnos en el mercado colombiano y nos ayude a tener un aumento ventas en un 5% mensual, el cual se pueda ver reflejado en un año.

#### **4.2.3. Declaración Estratégica**

Sonrisa de Ángeles dará cumplimiento a sus objetivos, comprometiéndose con cada una de las personas que harán parte de este proyecto, para nosotros es muy importante generar un espacio apto y sobre todo acogedor para cada una de las personas que nos permitirá crecer como empresa.

#### **4.2.4. Definición de indicadores de gestión para el plan de mercadeo**

Lograr un posicionamiento en el mercado colombiano.

Llegar a las ventas esperadas durante el primer año.

Diseñar campañas que nos permitan mostrar los productos que se comercializarán.

### **5. PLAN TÁCTICO**

#### **5.1. Tácticas de producto**

##### ***5.1.1. Propuesta de valor del producto y/o servicio***

La propuesta de valor consiste en poder brindar juguetes especialmente diseñados para niños con síndrome Down, que les permitan a parte de divertirse con seguridad, contribuir en su desarrollo.

Estos juguetes son elaborados con estándares de calidad y seguridad por empresas que han realizado estudios para brindar diversión y desarrollo, Sonrisa de Ángeles importará y comercializará los juguetes teniendo en cuenta las edades, inicialmente se manejarán 4 juguetes que ayudarán al desarrollo de 4 etapas importantes.

Posteriormente se Importarán juguetes cada vez más prácticos y que posean más características que permitan el desarrollo de los niños, inicialmente se contará con números limitados de referencias, pero posteriormente se tendrá gran variedad.

La idea con esta propuesta es generar en los niños el deseo por adquirir nuestros juguetes y después de vivir su propia experiencia compartan con otras personas la sensación de poder divertirse con juguetes seguros.

### **5.1.2. Empaque – Mapa del servicio**

Los productos se exhibirán en islas sin empaque, para que las personas interesadas en cada uno de ellos puedan conocer el producto con mayor facilidad, esto le dará mayor confianza a la hora de comprar cada juguete.

### **5.1.3. Plan complementario de servicio y atención al cliente**

La empresa estará comprometida con los clientes, el servicio será lo primordial, el saludo inicial como cordialidad será lo más importante al comenzar la venta del producto, la atención será de inmediata, se le prestará el servicio de manera eficiente, los productos serán presentado con las características y los beneficios que les brindará a los niños con síndrome Down, se tendrán en cuenta las quejas y sugerencias para ofrecer cada día un mejor servicio.

## **5.2. Tácticas de precio**

### **5.2.1. Precio neto**

Inicialmente se manejarán 4 juguetes para 4 diferentes etapas del niño.

A continuación, se puede observar el costo por producto

Juguete	Precio neto	
Cubo de clasificación	\$18.000	\$28.400
Secuencia y clasificación	\$20.000	\$30.400
Laberinto	\$22.000	\$32.400
Contar con anillos	\$18.000	\$28.400

### 5.2.2. Precio al público

A continuación, se puede observar el precio al que el canal de venta directa ofrece el producto al consumidor final.

Juguete	Costo	PVP
Cubo de clasificación	\$18.000	\$18.000
Secuencia y clasificación	\$20.000	\$20.000
Laberinto	\$22.000	\$22.000
Contar con anillos	\$18.000	\$18.000

### 5.2.3. Estrategias de precio

Descuentos por volúmenes para fundaciones, clínicas y guarderías.

## 5.3. Tácticas de comunicación

### 5.3.1. Concepto de comunicación y/o ejes comunicativos

Se quiere transmitir al público objetivo un alto compromiso que se va a adquirir para brindar la mejor atención y una gran experiencia, que sientan que nos preocupamos por el bienestar de cada niño.

### 5.3.2. Declaración de identidad de marca

La idea es que la marca sea percibida como una empresa innovadora, única, comprometida y de calidad, que les brinde confianza a todas las personas para que se sientan importantes e identificados, que puedan encontrar un sitio diferente y exclusivo para niños con síndrome Down.

### 5.3.3. Publicidad

Distribuir volantes en el municipio de Calarcá.

Crear una página WEB donde pueden encontrar la variedad de los productos

Actividad	Fecha	Lugar	Valor
Página WEB	Mes de febrero 2017	Departamento del Quindío	\$ 150.000
TOTAL			\$ 150.000

#### 5.3.3.1. Promociones de ventas

Se quiere llegar a las fundaciones del departamento del Quindío para dar a conocer los productos, se darán promociones en diferentes fechas del año como el día del niño, Halloween y Navidad.

Con respecto a los niños con síndrome Down se les dará la importancia que ellos necesitan, se llegarán a ellos con dinámicas, actividades recreativas y concursos, así se premiarán con los juguetes que se comercializaran, se hará un sorteo para cada mes darle obsequios a niños que cumplan años.

Actividad	Fecha	Lugar	Valor
Días de recreación	Cada 3 meses	Fundaciones	\$ 130.000
Obsequios	Cada mes	Fundaciones	\$ 120.000
TOTAL			\$ 350.000



### 5.3.3.2. Merchandising y gestión en punto de venta.

Se tendrán asesores en el punto de venta propio, preparados para que orienten a los padres o familiares de los niños a adquirir el mejor juguete según su etapa de desarrollo.

Se realizarán eventos como:

Cada tres meses se hará exhibiciones especiales, invitando a los niños a unirse a las actividades.

Ejemplo: el mes de el niño realizaremos actividades y concursos para que conozcan los productos y tengan en cuenta los beneficios que podrán adquirir a la hora de comprarlos.

Actividad	Fecha	Lugar	Valor
Asesores	Fines de semana	Punto de venta	\$ 150.000
Exhibiciones	Trimestral	Punto de venta	\$ 120.000
Total			\$ 270.000

### 5.3.3.3. Marketing directo

Se realizará una actividad el día del niño en la fundación Abrazar, las actividades serán concursos los cuales premiaremos según el desempeño y esfuerzo de cada uno.

Actividad	Fecha	Lugar	Valor
Día recreativo	Día del niño	Fundación Abrazar	\$ 250.000
Total			\$ 250.000

## **5.4. Tácticas de Plaza y distribución**

### **5.4.1. Canales**

Los canales para comercializar nuestro producto están enfocados en la venta directa del local propio y mediante la página WEB de la compañía.

### **5.4.2. Cobertura**

Venta local propio: La juguetería será en el municipio de Calarcá.

Venta por página WEB: La juguetería se podrá comercializar en sectores y barrios que comprendan los estratos 2,3,4, y 5.

### **5.4.3. Estrategias de ventas y negociaciones**

Se tiene estipulados descuentos por el pago de facturas en periodos fijados:

- \* Pago de la factura a 8 días el 5% de descuento financiero
- \* Pago de la factura a 15 días el 3% de descuento financiero
- \* Pago de la factura a 30 días el 1.5% de descuento financiero

Esto con el fin de estimular a los clientes para que aprovechen el descuento y mi cartera no se vea afectada.

Descuentos en negociaciones especiales ya sea por:

- \* Volumen de compras

Daremos el 5 % de descuento por compras superiores a 50 unidades.

El 10 % por compras superiores a 90 unidades.

- \* Por eventos especiales tales como:

Día del niño

Halloween

Navidad

## 6. RESULTADOS FINANCIEROS

### 6.1. Punto de Equilibrio:

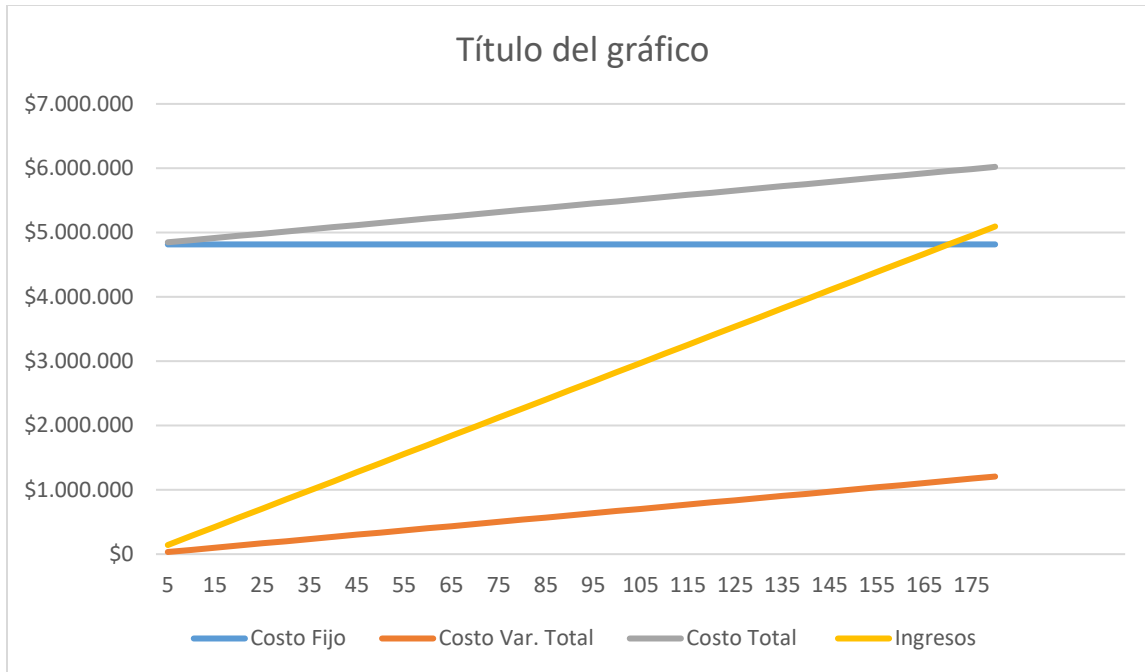
$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio unitario} - \text{costos variables}}$$

$$PE = \frac{3.615.300 \text{ (Nomina)} + 1.200.000 \text{ (Arriendo)}}{35.000 - 6.700}$$

$$PE = \frac{4'815.300}{28.300}$$

$$PE = 170$$

El punto de equilibrio se obtendrá a los 16 días del primer mes.



## 6.2. Estados de resultados a 1 año

### 6.2.1. Ventas

Mes	Proyección	
Enero	\$13.600.000	340
Febrero	\$13.600.000	340
Marzo	\$13.600.000	340
Abril	\$16.800.000	420
Mayo	\$13.600.000	340
Junio	\$13.600.000	340
Julio	\$13.600.000	340
Agosto	\$13.600.000	340
Septiembre	\$13.600.000	340
Octubre	\$16.800.000	420
Noviembre	\$13.600.000	340
Diciembre	\$18.400.000	460
Total	\$174.400.000	4360

Fuente propia

Estas ventas se obtienen vendiendo 340 unidades por mes y 11 unidades diarias.

Estas son las ventas que se esperan obtener con el plan de mercadeo propuesto, el resultado es de 174'400.000 que se obtendrán vendiendo 340 unidades al mes, diario se debería vender 12 unidades.

### 6.2.2. Costo de venta

Costo de producción		
Unidades anuales	Costo unitario	Costo total
4.360	\$19.000	\$82.840.000

### 6.2.3. Gastos de administración

#### *Gastos de Nómina mensual*

Liquidación nomina mensual Sonrisa de Angeles				
Cargo	salario básico	Caja de compensación	Prima	Salario
Gerente	\$1.260.000	\$12.600	\$25.200	\$1.297.800
Auxiliar de Finanzas	\$750.000	\$7.500	\$15.000	\$772.500
Auxiliar de R/H	\$750.000	\$7.500	\$15.000	\$772.500
Auxiliar de Marketin	\$750.000	\$7.500	\$15.000	\$772.500
Total	\$3.510.000	\$35.100	\$70.200	\$3.615.300

Fuente propia

Costos adicionales

Agua	\$18.000
Energía	\$81.000
Arriendo	\$1.200.000
Públicaidad	\$80.000
Aseo	\$22.000
Total	\$1.401.000

#### 6.2.4. Gastos de venta

Pública	\$150.000
Promoción de venta	\$350.000
Mershadising	\$270.000
Marketing	\$250.000
Total	\$1.020.000

### 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Juguetería para niños con síndrome Down Guía Infantil, (2000)

Guía infantil, (2000) Obtenido de

<http://www.guiainfantil.com/buscador.htm?cx=partner-pub-2587962886786266%3A2793832794&cof=FORID%3A10&ie=UTF-8&q=sindrome+down+&sa=&siteurl=www.guiainfantil.com%2F&ref=www.google.com.co%2F&ss=5433j5921013j14>

Caso Actividades físicas en niños con síndrome Down

Hernández Jhaiver et al. (2014) afirman Christian Enrique Puentes, Juan Jainer Sierra.

Obtenido de

[http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/3175/1/TEFIS\\_HernandezHernandezJhaiver\\_2014.pdf](http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/3175/1/TEFIS_HernandezHernandezJhaiver_2014.pdf)

Etapas de los niños con síndrome Down María Victoria Troncoso, (2005)

Obtenido de

[http://estudiaen.jalisco.gob.mx/educacion-especial/sites/estudiaen.jalisco.gob.mx/educacion-especial/files/metodo\\_troncoso.pdf](http://estudiaen.jalisco.gob.mx/educacion-especial/sites/estudiaen.jalisco.gob.mx/educacion-especial/files/metodo_troncoso.pdf)

Estimulación adecuada a niños con síndrome Down (Mapfre, 2016)

Obtenido de

<http://www.mihijodown.com/es/portada-menu/que-es-el-sindrome-de-down>

Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) (Confecamaras, 2015)

Obtenido de:

<http://www.confecamaras.org.co/gobierno-corporativo/168-en-sociedades-cerradas-y-empresas-familiares>

El juego como escuela de vida Karl Groos, (1902)

Obtenido de:

<https://prezi.com/pq51aqlshjuv/teoria-del-juego-segun-karl-groos/>

Teoría del juego Piaget, (1968)

Obtenido de:

[http://www.anpebadajoz.es/autodidacta/autodidacta\\_archivos/numero\\_9\\_archivos/c\\_p\\_cordero.pdf](http://www.anpebadajoz.es/autodidacta/autodidacta_archivos/numero_9_archivos/c_p_cordero.pdf)

Surgimiento del juego Vigotsky, (1024)

Obtenido de:

<http://cursomonitordejuegos.jimdo.com/teorias-sobre-el-juego/>

Retraso mental Clinica DAM, (2016)

Obtenido de:

<https://www.clinicadam.com/salud/5/001523.html>

Discapacidad Convenio de la ONU, (2006)

Obtenido de:

<http://biblioguias.cepal.org/c.php?g=159510&p=1044308>

Inclusión Unesco, (2005)

Obtenido de:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001931/193130s.pdf>

Causa del síndrome Down Ana Madrigal Muñoz, (2003)

Obtenido de:

[http://sid.usal.es/idocs/F8/FDO10413/informe\\_down.pdf](http://sid.usal.es/idocs/F8/FDO10413/informe_down.pdf)

Convenio internacional sobre los derechos de las personas con Discapacidad Cristina Gonzales Hernández, (2008)

Obtenido de

<http://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>

Ley estatutaria Industria y comercio, (2008)

Obtenido de

[http://www.sic.gov.co/recursos\\_user/reglamentos\\_tecnicos/RT\\_Juguetes\\_combinado.pdf](http://www.sic.gov.co/recursos_user/reglamentos_tecnicos/RT_Juguetes_combinado.pdf)

Seguridad de los juguetes Figueroa y morales, (2005)

Obtenida de

<http://www.abogadossanitarios.cl/?p=857>

Encuesta García Ferrando, (1997)

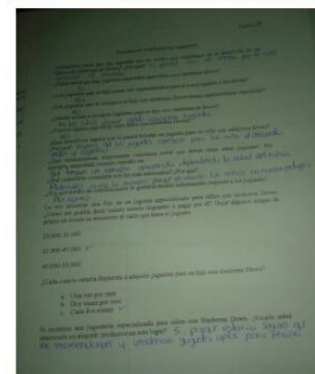
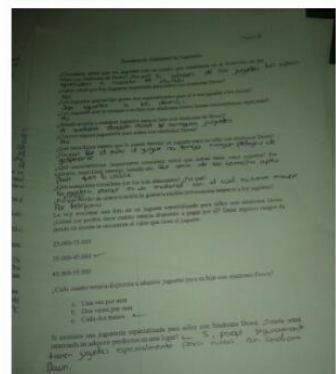
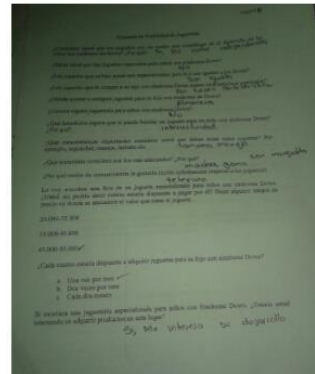
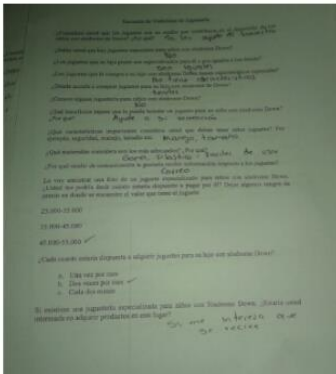
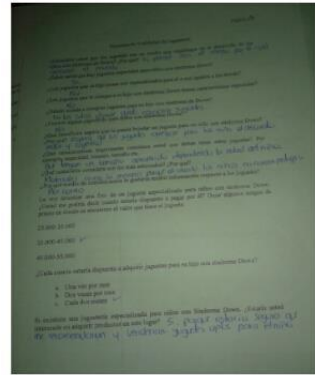
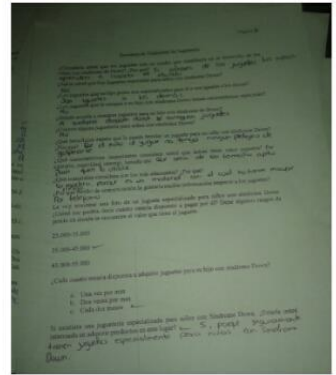
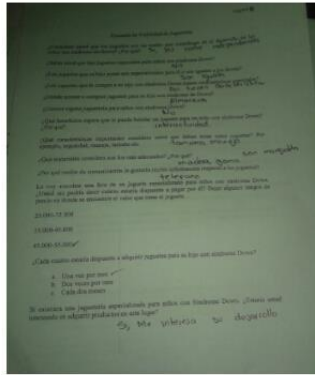
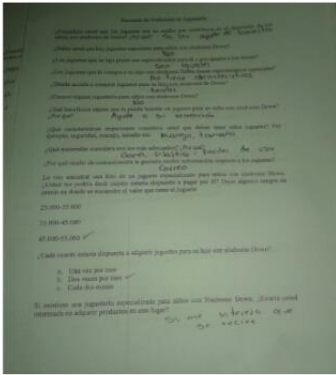
Obtenido de:

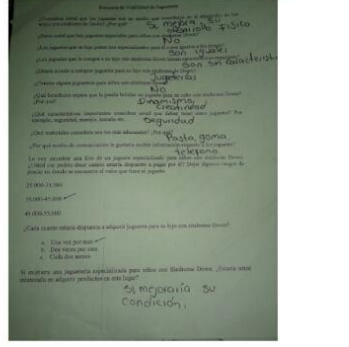
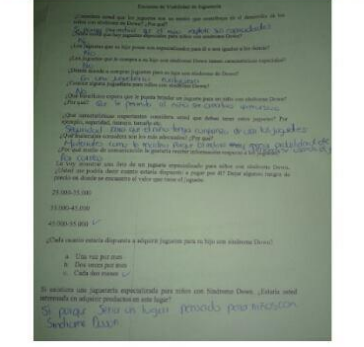
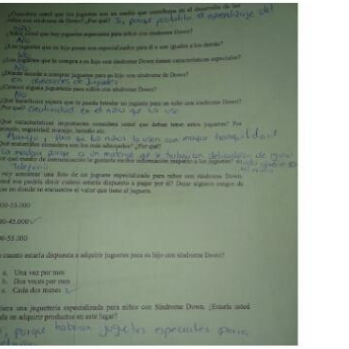
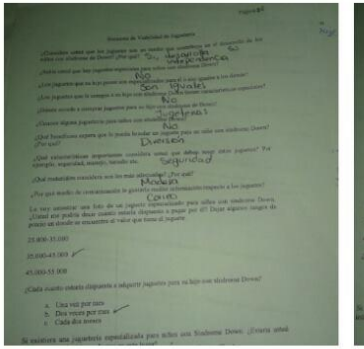
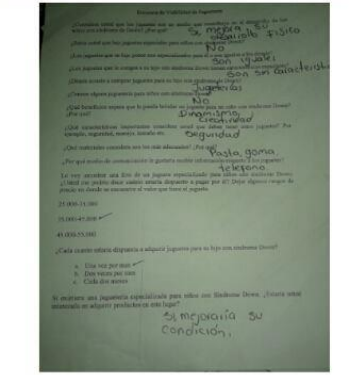
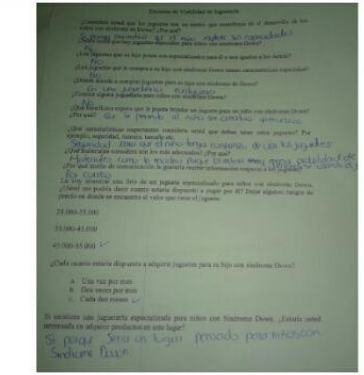
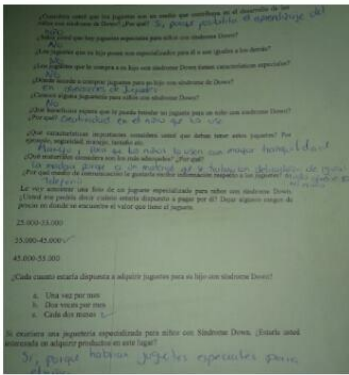
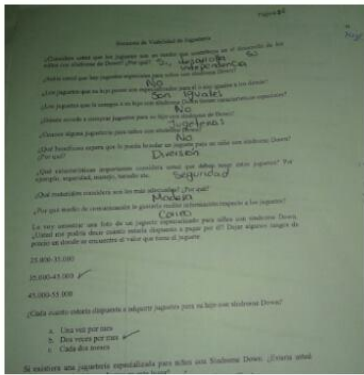
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>



## 8. ANEXOS







Documento de trabajo de la asignatura de Matemáticas II, tema de Derivadas. Se trata de un texto que explica las reglas de derivación y se resuelve un ejercicio de aplicación. El texto incluye la regla de la potencia, el producto y la derivada de una función compuesta. El ejercicio resuelto trata de encontrar la derivada de una función dada.

Documento de trabajo de la asignatura de Matemáticas II, tema de Derivadas. Se trata de un texto que explica las reglas de derivación y se resuelve un ejercicio de aplicación. El texto incluye la regla de la potencia, el producto y la derivada de una función compuesta. El ejercicio resuelto trata de encontrar la derivada de una función dada.

Documento de trabajo de la asignatura de Matemáticas II, tema de Derivadas. Se trata de un texto que explica las reglas de derivación y se resuelve un ejercicio de aplicación. El texto incluye la regla de la potencia, el producto y la derivada de una función compuesta. El ejercicio resuelto trata de encontrar la derivada de una función dada.

Documento de trabajo de la asignatura de Matemáticas II, tema de Derivadas. Se trata de un texto que explica las reglas de derivación y se resuelve un ejercicio de aplicación. El texto incluye la regla de la potencia, el producto y la derivada de una función compuesta. El ejercicio resuelto trata de encontrar la derivada de una función dada.

Documento de trabajo de la asignatura de Matemáticas II, tema de Derivadas. Se trata de un texto que explica las reglas de derivación y se resuelve un ejercicio de aplicación. El texto incluye la regla de la potencia, el producto y la derivada de una función compuesta. El ejercicio resuelto trata de encontrar la derivada de una función dada.

Documento de trabajo de la asignatura de Matemáticas II, tema de Derivadas. Se trata de un texto que explica las reglas de derivación y se resuelve un ejercicio de aplicación. El texto incluye la regla de la potencia, el producto y la derivada de una función compuesta. El ejercicio resuelto trata de encontrar la derivada de una función dada.

Documento de trabajo de la asignatura de Matemáticas II, tema de Derivadas. Se trata de un texto que explica las reglas de derivación y se resuelve un ejercicio de aplicación. El texto incluye la regla de la potencia, el producto y la derivada de una función compuesta. El ejercicio resuelto trata de encontrar la derivada de una función dada.

Documento de trabajo de la asignatura de Matemáticas II, tema de Derivadas. Se trata de un texto que explica las reglas de derivación y se resuelve un ejercicio de aplicación. El texto incluye la regla de la potencia, el producto y la derivada de una función compuesta. El ejercicio resuelto trata de encontrar la derivada de una función dada.