

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE GRADO DE LICENCIATURA: MODALIDAD DE  
ESPECIALIZACIÓN EN DESARROLLO DE MODELO DE NEGOCIOS

**DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL “LUDIKINY SHARE”**

**PRESENTADO POR:**

NOMBRE	CODIGO DE CARRERA
TERESA LILIANA CANDELARIO GAVIDIA	L10805EL
MARÍA ROSALINA HERNÁNDEZ GUARDADO	L10805EL
JOSSELYN ALEJANDRA JIMÉNEZ BARRIENTOS	L10805EL

JULIO 2025

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA.

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

RECTOR: MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA  
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA  
SECRETARIO GENERAL: LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

## **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN  
SECRETARIO: LIC. JUAN PABLO MARÍN  
COORDINADOR GENERAL DE MAJ. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA  
PROCESOS DE GRADO:

## **ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA  
COORDINADOR DE PROCESOS LIC. EDWIN DAVID ÁRIAS MANCÍA  
DE GRADO DE LA ESCUELA:  
DOCENTE ASESOR: LICDA. CARMEN IVETTE ALVARENGA LAZO  
TRIBUNAL EVALUADOR: LICDA. CARMEN IVETTE ALVARENGA LAZO  
LIC. DANIEL ANTONIO CALLES CRISÓSTOMO  
LIC. FERNANDO DAVID ORTEZ GONZÁLEZ

**JULIO 2025**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco inmensamente a Dios por su guía y fortaleza; a mis amados hijos, ustedes son mi motor, mi mayor inspiración y razón de esfuerzo; a Ricardo Carranza por su inquebrantable apoyo y su fe en mí; su presencia ha sido mi pilar fundamental. A mi querida madre, que es mi ejemplo de perseverancia; y finalmente, a mi familia y amigos, quienes le dan un mayor significado a mi mundo y han contribuido a que este sueño sea una realidad.

Teresa Liliana Candelario Gavidia

Agradezco a Dios por haberme permitido culminar este proceso y por darme la sabiduría, la paciencia y la fortaleza para superar cada obstáculo; por recordarme en cada tropiezo, que rendirse no era una opción . A mi mamá y a mi hermana por siempre apoyarme, ya que han sido parte fundamental todo este tiempo; siendo este logro el resultado de mucho esfuerzo y dedicación.

María Rosalina Hernández Guardado

Quiero dar gracias a Dios por guiarnos en este viaje. He podido alcanzar esta etapa porque Él está presente en mi vida. También agradezco profundamente a todas las personas que estuvieron conmigo, creyeron en mí y me brindaron su apoyo y consejo. De manera especial, a mi hermana Nayely, porque sin su ayuda, esto no habría sido posible.

Josselyn Alejandra Jiménez Barrientos

**ÍNDICE**

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
<b>1. CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>9</b>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.1.1. Antecedentes	9
1.1.2. Descripción	10
1.1.3. Formulación	11
1.2. Delimitación del problema	12
1.2.1. Geográfica y temporal	12
1.2.2. Teórica	12
1.3. Justificación de la investigación	13
1.4. Objetivos	14
1.5. Marco teórico	15
1.5.1. Histórico	15
1.5.2. Conceptual	16
1.5.3. Legal	18
<b>1. CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>19</b>
1.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.1.1. Generalidades	19
1.1.2. Método	20
1.1.3. Enfoque de investigación	20
1.1.4. Universo	21
1.1.5. Población	21
1.1.6. Técnicas de investigación	21
1.1.7. Instrumento de investigación	22
1.1.8. Presentación de resultado	22

	3
1.1.8.1. Información obtenida	31
1.2. Diagnóstico	33
1.2.1. Desarrollo de las fuerzas de Michael Porter	34
1.2.2. Desarrollo de Pestel	36
1.2.3. CANVAS	39
1.3. Conclusiones del diagnóstico de la situación	41
<b>2. CAPÍTULO III. PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO</b>	<b>43</b>
2.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	43
2.1.1. Nombre del negocio	44
2.1.2. Información general del negocio	44
2.2. MARCO ESTRATÉGICO	45
2.2.1. Misión	45
2.2.2. Visión	45
2.2.3. Valores	46
2.2.4. Objetivos	46
2.2.5. Metas	47
2.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	47
2.3.1. Prototipos / Descripción general	48
2.4. VENTAJA COMPETITIVA	56
2.5. PLAN ORGANIZACIONAL	57
a. Objetivos del plan organizacional	57
b. Estructura organizativa de la empresa	58
c. Organización de gestión y recursos humanos	62
d. Proceso administrativo	63
2.6. PLAN DE MERCADEO	64
a. Objetivos del plan de mercadeo	64
b. Resultados de la investigación de mercadeo	64

	4
c. Marketing Mix digital	66
d. Estrategias del Marketing Mix digital	71
2.7. PLAN DE VENTAS	83
a. Objetivos del plan de ventas	83
b. Proyección de ventas	83
2.8. PLAN FINANCIERO	85
a. Objetivos del plan financiero	85
b. Plan de inversión	86
c. Estructura de costos	88
2.9. PLAN DE TRABAJO	96
a. Objetivos del plan de trabajo	96
b. Cronograma de actividades	97
2.10. INDICADORES DE MEDICIÓN	100
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>101</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>102</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>103</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>106</b>

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1: Resultados de entrevistas</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 2. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 3: Plan de suscripción básico</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 4: Plan de suscripción intermedio</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 5: Plan de suscripción avanzado</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 6: Plan de suscripción anual</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 7: Funciones</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 8: Tabla de identificación y características de recursos humanos</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 9: Ludicajas</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 10: Proyecciones de ventas en unidades año 2025</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 11: Proyecciones de ventas en dólares año 2025</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 12: Plan de inversión</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 13: Distribución de compra de juguetes</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 14: Gastos de operación</b>	<b>88</b>
<b>Tabla 15: Financiamiento para ejecución del modelo de negocio</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 16: Proyección de ventas</b>	<b>92</b>
<b>Tabla 17: Flujo de caja proyectado</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 18: Estado de resultados</b>	<b>94</b>
<b>Tabla 19. Cronograma de actividades</b>	<b>97</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1: ¿Cuál es su vínculo familiar con los infantes menores de 8 años en su hogar?</b>	<b>23</b>
<b>Figura 2: Seleccione su edad</b>	<b>23</b>
<b>Figura 3: Ingresos Familiares</b>	<b>24</b>
<b>Figura 4: ¿En qué lugar acostumbra comprar juguetes?</b>	<b>24</b>
<b>Figura 5 ¿Con qué frecuencia compra juguetes?</b>	<b>25</b>
<b>Figura 6. ¿Qué tipo de juguetes compra?</b>	<b>25</b>
<b>Figura 7 ¿A su criterio cuáles son los factores que más influyen a la hora de comprar o alquilar juguetes?</b>	<b>26</b>
<b>Figura 8 ¿Estaría dispuesto a alquilar juguetes en una plataforma digital que le garantice seguridad en la limpieza de los mismos?</b>	<b>27</b>
<b>Figura 9. ¿Qué tipo de acceso a internet utiliza?</b>	<b>27</b>
<b>Figura 10 ¿Alguna vez ha realizado alguna compra o suscripción en un sitio web o una plataforma digital?</b>	<b>28</b>
<b>Figura 11 ¿Qué formas de pago prefiere?</b>	<b>28</b>
<b>Figura 12 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una suscripción de juguetes con la oportunidad de poder cambiar los juguetes por la misma suscripción?</b>	<b>29</b>
<b>Figura 13: De las siguientes, ¿cuál red social utiliza con mayor frecuencia?</b>	<b>30</b>
<b>Figura 14. Lienzo CANVAS</b>	<b>39</b>
<b>Figura 15. Logo del negocio</b>	<b>44</b>
<b>Figura: 16: Características de desarrollo infantil</b>	<b>49</b>
<b>Figura 17: Estructura organizativa de la empresa</b>	<b>58</b>
<b>Figura 18: Catálogo de juguetes</b>	<b>72</b>
<b>Figura 19: Cuenta oficial de Facebook</b>	<b>79</b>
<b>Figura 20: Cuenta oficial de Tik Tok</b>	<b>79</b>
<b>Figura 21: Diseño de Ludikiny Share</b>	<b>82</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

La tasa de natalidad no se detiene y hoy en día los padres son cada vez más conscientes de la importancia del juego en la edad temprana de sus hijos e hijas ya que este estímulo ayuda a los pequeños en el desarrollo de habilidades cognitivas, sociales, sensoriales y motoras. Por tal motivo es común que los padres tiendan a comprar juguetes que aporten diversión y entretenimiento a sus infantes. Suelen adquirir productos acorde a la edad, como efecto de ello estos juguetes dejan de ser útiles conforme el niño crece, generando así acumulación en casa.

Esta problemática da lugar al modelo de negocio LUDIKINY SHARE, que busca dar respuesta a la problemática de acumulación de juguetes que surge por el constante cambio de preferencias en los niños menores de 8 años.

La investigación realizada, arrojó resultados de aceptación por parte de los padres o responsables de niños, con un 70% de aprobación en cuanto a la disposición de utilizar la plataforma para alquilar juguetes. Esto indica que el modelo de negocio es viable, se percibe como una propuesta innovadora que no cuenta con competencia directa, ya que no existe un negocio de alquiler de juguetes en la zona de Chalatenango, que es el mercado al que inicialmente está dirigido, ni en todo el país.

La finalidad del modelo de negocio LUDIKINY SHARE es ofrecer diferentes paquetes de juguetes en alquiler para solucionar la problemática que enfrentan los padres y responsables de niños menores de 8 años, relacionada con el acumulamiento innecesario de juguetes que los niños dejan de utilizar a medida que crecen. Además, busca promover el desarrollo infantil a través de juguetes lúdicos.

## INTRODUCCIÓN

Ludikiny Share es una propuesta para una nueva y sostenible ludoteca que se ofrece a los padres o responsables de niños menores de 8 años en el Distrito de Chalatenango, Municipio de Chalatenango Sur, Chalatenango, El Salvador. El objetivo de este modelo es que los padres y cuidadores principales reciban juguetes basados en el juego para brindar oportunidades a los niños menores de 8 años de crecer rodeados de juguetes que son importantes para su pensamiento, habla, sentimientos y relaciones.

La misión es hacer posible que los padres y miembros de la familia tengan acceso a juguetes lúdicos cuando los niños los necesiten (para que no todos tengan que comprarlos) y promover el consumo responsable y asequible a través de una plataforma en línea.

Actualmente se desconoce qué podría condicionar la aceptabilidad del modelo en el Distrito de Chalatenango, como la percepción de seguridad y calidad mediante el monitoreo del tipo de cuidado brindado, las preferencias de los padres y las barreras en la implementación del modelo.

Después de una revisión de la literatura, se desarrollaron los fundamentos teóricos del concepto, la metodología para determinar la viabilidad del modelo en un contexto local y un plan de negocios para la implementación exitosa del modelo. A través de esto, se busca tener una visión más profunda de lo que Ludikiny Share puede significar para los niños del Distrito de Chalatenango y un nuevo sistema de consumo más consciente, en manos de las familias.

## **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En El Salvador, muchas familias enfrentan dificultades económicas que limitan la adquisición constante de juguetes de calidad. A esto se suma una falta de espacios seguros, educativos y sostenibles para el juego. Además los juguetes suelen comprarse por impulso, usarse poco tiempo, acumularse y luego desecharse, lo cual impacta tanto al bolsillo familiar como al medio ambiente.

Además, no existen propuestas locales que ofrezcan alternativas sostenibles accesibles para las familias. La falta de espacios que fomenten un juego seguro, educativo y continuo, refuerza aún más la brecha entre lo que los niños necesitan y lo que realmente reciben. El modelo tradicional de consumo ha dejado fuera a muchas familias que sí desean brindar mejores herramientas de desarrollo a sus hijos, pero no encuentran opciones viables en su entorno. Ante este panorama, surge la necesidad de un modelo que permita compartir, reutilizar y educar a través del juego. Y es ahí donde Ludikiny Share cobra sentido.

Ludikiny Share adopta un enfoque innovador que podría cambiar las reglas del juego en cuanto al acceso a materiales de aprendizaje de calidad para niños en el distrito de Chalatenango

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1. Antecedentes**

En los últimos años, el concepto de alquiler se ha vuelto más popular y la suscripción aún más, como alternativa económica se presenta el alquiler de juguetes a la suscripción. Este modelo se basa en la idea de que los juguetes pueden ser compartidos, lo que reduce el consumo y promueve una economía circular. La oferta de alquiler proporciona a las familias acceso sin compromiso de compra a una gran variedad de artículos pensados en el desarrollo sensorial, motor, cognitivo y social de los pequeños.

Jugar es explorar. Es aprender sobre el mundo, sobre uno mismo, sobre el otro y sobre la vida. Lejos de ser tan solo un pasatiempo, el juego es una actividad fundamental para el desarrollo de las personas está vinculado con el apego, las relaciones con los padres

y el aprendizaje de habilidades. Como en otras actividades cotidianas, el juego va evolucionando conforme el niño o niña crece. (UNICEF, 2023)

La demanda de juguetes en El Salvador aumentó desde 1990 junto con la expansión de supermercados y tiendas exclusivas de juguetes y luego desde 2000, comenzaron a establecerse grandes cadenas de supermercados internacionales, aumentando la oferta de juguetes. En los últimos años, el mundo de los juguetes ha ganado popularidad en internet, y los padres tienen más opciones disponibles que nunca. Los padres de hoy buscan juguetes de desarrollo para sus hijos. Algunos lugares como la compañía LEGO han ganado prominencia al basar su enfoque en aprender jugando, es decir, los juguetes como instrumentos educativos.

### **1.1.2. Descripción**

La primera infancia en El Salvador presenta diversas deficiencias educativas, de salud y psicomotoras que afectan el desarrollo integral de los niños. Estos problemas están estrechamente relacionados con la demografía y la situación socioeconómica de la nación. Aquí están los principales desafíos en estas áreas:

#### **Problemas Educativos**

Hay una distribución muy desigual de las provisiones de educación infantil temprana, particularmente en las áreas rurales. La alta proporción de pobreza y la ausencia de instalaciones educativas adecuadas en las áreas rurales son responsables de la baja tasa de estudiantes y el abandono escolar también. La calidad de los maestros y las políticas de contratación, incluyendo la escasez de recursos escolares, la insuficiencia en el desarrollo cognitivo e incluso emocional de los niños, es otro factor muy importante.

#### **Problemas de Salud**

La desnutrición infantil es una etapa muy importante. Según un estudio del World Food Programme (2024), el 26% de los hogares vive en condiciones de pobreza multidimensional, enfrentando más de una dimensión de desventaja (por ejemplo: mala salud o desnutrición, mala calidad del trabajo o baja educación); además, hay un 14% de prevalencia de desnutrición crónica en niños entre 6 y 59 meses de edad.

Problemas Psicomotores estos resultan de la privación temprana, intervenciones deficientes y falta de seguridad. Numerosas familias no viven una vida que favorezca el crecimiento saludable de los niños, como la exposición a la violencia doméstica y las dificultades financieras. Pueden ser perjudiciales para el desarrollo de los niños.

El comportamiento de compra de los padres de juguetes para sus hijos en relación con aspectos económicos como el ingreso familiar, el costo de vida y la distribución de gastos para juguetes en El Salvador. Las familias más ricas tienen más fondos para adquirir educación y juguetes lúdicos de mayor calidad, pero las menos ricas favorecen sus gastos básicos de vida y seleccionan juguetes de menor aprendizaje para sus hijos.

El modelo de negocio digital LUDIKINY SHARE tiene como propósito tener una herramienta donde los padres y responsables puedan acceder a diferentes tipos de juguetes que contribuyan a desarrollar diferentes líneas en las etapas de vida de los niños.

### **1.1.3. Formulación**

La ausencia de juguetes de buena calidad para desarrollar el lado lúdico de los niños en la primera infancia de El Salvador, principalmente en el distrito de Chalatenango, limita el desarrollo lúdico y cognitivo de los niños; el modelo de negocio digital propuesto puede encontrar barreras para su implementación y adopción.

- ¿Qué factores influyen en la aceptación y adopción del alquiler de juguetes como alternativa viable en el mercado?
- ¿Cómo perciben los clientes la calidad, higiene y seguridad de los juguetes alquilados?
- ¿Cuáles son los costos asociados con la adquisición, mantenimiento, y renovación del inventario de juguetes?
- ¿Cómo puede un negocio de alquiler de juguetes establecer precios competitivos y sostenibles?
- ¿Qué tipo de juguetes prefieren los padres?
- ¿Qué normativas y regulaciones deben tener en cuenta para garantizar la seguridad de los juguetes?

## 1.2. Delimitación del problema

### 1.2.1. Geográfica y temporal

#### Geográfica

El modelo de negocio LUDIKINY SHARE es proporcionar un plan de alquiler de juguetes variado para resolver el problema de padres y responsables de niños menores de 8 años relacionada con el acumulación innecesario de juguetes que los niños dejan de utilizar a medida que crecen.

#### Temporal

La duración esperada para la implementación de este proyecto es de unos nueve meses: abril - diciembre de 2024.

### 1.2.2. Teórica

#### Marketing digital y evolución

Según Kotler y Keller (2006), el marketing digital es una evolución del marketing tradicional y se caracteriza por nuevas formas de distribución directa a través de internet. La evolución del marketing ha transitado por varias etapas:

- Marketing 1.0: Enfocado en el producto.
- Marketing 2.0: Orientado al cliente.
- Marketing 3.0: Enfocado en valores humanos.
- Marketing 4.0: Centrado en el propósito social.
- Marketing 5.0: Tecnologías al servicio de la humanidad (Kotler, 2007).

#### Modelos de negocio

Osterwalder y Pigneur (2010) proponen que la mejor forma de describir un modelo de negocio es desglosarlo en nueve bloques: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos.

#### Investigación metodológica

Hernández Sampieri (2014) plantea tres enfoques principales en la investigación

científica: cuantitativo, cualitativo y mixto, dependiendo de la naturaleza del fenómeno a estudiar.

## **Desarrollo**

## **infantil**

Piaget (1975) argumenta que el desarrollo intelectual infantil ocurre mediante procesos de adaptación a la realidad, a través de la asimilación y la acomodación. Este equilibrio es esencial para el aprendizaje. Además, el desarrollo motor, tanto grueso como fino, es fundamental para el aprendizaje, la exploración y la socialización del niño.

Jean Piaget, famoso por sus observaciones sobre el aprendizaje y la forma en que los niños aprenden. Según Piaget, el desarrollo intelectual resulta de un proceso perpetuo de adaptación a la realidad a través de dos mecanismos: asimilación (fusionar nueva información en esos entendimientos) y acomodación (alterar esos entendimientos para hacer que la nueva información sea más compatible). Este equilibrio de los dos procesos es esencial para el aprendizaje.

### **1.3. Justificación de la investigación**

- El análisis del alquiler de juguetes para niños en El Salvador es importante por varias razones, como las sociales, económicas y ambientales.
- Desarrollo Infantil: Jugar es importante para el desarrollo sensorial, motor y cognitivo de los niños, y al jugar con su familia adquieren conocimiento y desarrollo. Hay varios juguetes que se utilizan para lograr la destreza, un negocio de alquiler de juguetes puede permitir una variedad de objetos que promuevan el desarrollo de esto en un niño.
- Acceso Económico y Social: Hay muchas familias en hogares chatecos en este momento que no pueden permitirse pagar por un juguete, y algunas de ellas prefieren ahorrar ese dinero y comprar algo que puedan usar. Este modelo de negocio virtual podría lograr una opción más económica y fácil de usar.
- Responsabilidad en el Consumo de Alquiler: Con la crisis ambiental desafiando al mundo, prestar juguetes eleva la apuesta en una dimensión coherente con el concepto de economía circular (reducir), es decir, menos desechos en el mundo.

Tal modelo podría contribuir a un consenso desarrollado comunitariamente sobre el consumo responsable y sus efectos en la sociedad.

- **Conciencia Comunitaria:** Hay poco o ningún entendimiento del concepto de alquilar juguetes entre los futuros padres y tutores, y encontrar el negocio como valioso para los niños es un desafío. Empoderar educando: Aprender es empoderador para las comunidades.
- **Promoción de la Innovación Social:** La adopción de un modelo de alquiler de juguetes también representa una oportunidad para incentivar la innovación social en el país. Esta propuesta puede abrir camino a nuevos emprendimientos digitales enfocados en el bienestar infantil, la educación y la sostenibilidad. Además, puede actuar como catalizador para la creación de otros modelos de negocio socialmente responsables, orientados a mejorar la calidad de vida en las comunidades más vulnerables de El Salvador.

#### **1.4. Objetivos**

##### **Objetivo General**

Desarrollar un modelo de negocio digital sostenible y circular para el alquiler de juguetes para niños y niñas que se encuentran en su primera infancia a través de una plataforma de suscripción que cumpla con los estándares y expectativas económicas, didácticas y lúdicas de los padres de familia.

##### **Objetivos Específicos:**

- Analizar la percepción de las familias sobre el alquiler de juguetes como alternativa económica frente a la compra de juguetes en el distrito de Chalatenango.
- Identificar las barreras tecnológicas, económicas y culturales que enfrentan las familias en el distrito de Chalatenango y que puedan limitar el uso de la plataforma.
- Construir un sitio web con una interfaz amigable y efectiva para que los clientes puedan ver y adquirir los diferentes servicios y planes que se ofertan en el catálogo.

## **1.5. Marco teórico**

### **1.5.1. Histórico**

Desarrollo del Juego en la Infancia: El juego fue una de las dimensiones fundamentales de la secuencia cognitiva en la primera infancia que el psicólogo suizo Jean Piaget observó en la década de 1920 (Piaget 1952). Según Piaget, el niño aprende a dar sentido al mundo, resolver problemas y pensar críticamente a través del juego.

Problemas Sociales y Ambientales: Con el auge de los movimientos ambientales del siglo XX, las cuestiones sobre los desechos que generaba la sociedad de consumo se convirtieron en temas de debate. El libro *Cradle to Cradle* (McDonough & Braungart, 2002) indica un enfoque de diseño para la sostenibilidad donde el uso de materiales a nivel de juguetes puede ser alquilado para su reutilización para reducir desechos y promover la reutilización dentro de un mercado de ciclo cerrado.

Nuevos Modelos de Negocio: El alquiler (también conocido como leasing o préstamo) es un acuerdo en el que se realiza un pago por el uso temporal de un bien, servicio o propiedad de otro. Las bibliotecas de juguetes comenzaron a formarse en diferentes partes del mundo; como soluciones a esto, el préstamo de juguetes fue la acción más utilizada para permitir el acceso a los juguetes limitando los costos a las familias individuales por el hecho de que los niños juegan hasta que se aburren del juguete o han jugado con todas sus posibilidades.

Plataformas Digitales: Los servicios de alquiler de juguetes se han desarrollado y avanzado junto con la tecnología, y se han trasladado en línea, de manera similar a otros productos de consumo y junto con el creciente número de hogares en línea. Las aplicaciones y sitios web de diversas plataformas comenzaron a recibir atención mediática en 2010, con un creciente debate sobre el movimiento de entrada/salida y varios nuevos negocios llevando a los clientes en el viaje.

Contexto en El Salvador: La economía, el síndrome del pequeño mundo de la comunidad local y la oportunidad han limitado el tipo de juguetes para niños de familias. El préstamo de juguetes vale la pena explorar en este momento porque es una vía potencial para soluciones concretas al problema del acceso a juguetes para el desarrollo de los niños

pequeños. La situación en el país, donde el desarrollo infantil está en riesgo debido a la falta de recursos y acceso a servicios esenciales (UNICEF, 2020), implica que se requieren servicios como las bibliotecas de juguetes.

### 1.5.2. Conceptual

El marco teórico de la investigación presenta muchas definiciones importantes sobre la idea de negocio, el proceso de desarrollo infantil, la sostenibilidad y el consumo responsable. El siguiente párrafo explica estos términos y su relevancia para el estudio actual.

**Desarrollo Infantil:** El desarrollo infantil es el proceso por el cual los niños crecen física, mental y emocionalmente. Según Jean Piaget, (1952) el juego es el vehículo de aprendizaje y desarrollo para los jóvenes. Y cada uno de nuestros niños necesita y merece juguetes que ayuden a desarrollar su imaginación, que fomenten la resolución de problemas y que ayuden en el desarrollo de sus habilidades sociales.

**Alquiler de juguetes:** El alquiler de juguetes implica ofrecer a las familias la opción de acceder a juguetes mediante un sistema de suscripción, en lugar de comprarlos. Este modelo se basa en la idea de compartir recursos, lo que permite a las familias disfrutar de una mayor variedad de juguetes sin el gasto significativo que implica la compra.

- **Economía circular:** La economía circular es un modelo económico que busca minimizar el desperdicio y maximizar el uso de recursos a través de la reutilización y el reciclaje. En este contexto, el alquiler de juguetes se alinea con los principios de la economía circular, ya que fomenta la reutilización de juguetes y reduce el consumo excesivo. Según McDonough y Braungart (2002), este enfoque contribuye a un desarrollo más sostenible al disminuir la producción de desechos.

**Consumo responsable:** El consumo responsable se refiere a la práctica de tomar decisiones de compra que no solo benefician al consumidor, sino que también tienen un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente. Este concepto es relevante en el contexto del alquiler de juguetes, ya que permite a las familias acceder a recursos lúdicos de manera más económica y sostenible, promoviendo una cultura de responsabilidad hacia

el consumo (Jackson, 2005).

**Educación y Conciencia:** El aprendizaje puede contribuir significativamente al consumo responsable y sostenible. La promoción del valor de préstamo de juguetes puede aumentar la disposición de las personas a pedir prestado, causando así un comportamiento proambiental dentro de sus comunidades locales. (Cf Freire 1970 La educación es la concienciación a través de la cual las personas toman decisiones con el nivel de conciencia comunitaria).

**Juventud e Infancia:** Fuente: Ministerio de Salud (MINSAL, 2022) El concepto es conocido en la literatura como "niños desde la gestación hasta los 8 años". (Ley Integral de Crecimiento para la Protección Integral de la Primera Infancia, Infancia y Adolescencia. Art. 4).

**Lúdico:** La Real Academia Española (RAE, 2023) define: "Que tiene respeto o relación con el juego".

**Términos de Uso:** Si un juguete se daña, se pierde o es mordido por una mascota de alguna manera, La empresa no se hace responsable de daños o pérdidas de reemplazar el juguete y el cliente es completamente responsable de reemplazar el juguete a precio completo o incluso con descuento.

**Negocio Digital:** Una operación que entrega la mayor parte de su distribución a través de internet y utiliza tecnologías y plataformas digitales para comercializar o vender sus bienes y servicios.

**Modelo de Suscripción:** Los clientes pagan por algún tipo de servicio recurrente (mensual, trimestral, etc.) donde recibes una entrega de juguetes que puedes devolver/intercambiar en noches o semanas.

**Ecológico:** Es útil cuando se tienen niños, no se va a la tienda y ni se gasta dinero en comprar juguetes, entonces, ¿qué pasa cuando estos niños superan esto?

### **1.5.3. Legal**

- El alquiler de juguetes en El Salvador se basa en numerosas leyes y regulaciones, entre las cuales se encuentran regulaciones sobre la protección de los

consumidores, la seguridad y el medio ambiente. A continuación, se presentan los principales aspectos legales.

- **Protección al Consumidor:** La Ley de Protección al Consumidor de El Salvador, promulgada en 2010, establece los derechos básicos de los consumidores, incluyendo el derecho a un producto seguro y de buena calidad, y a recibir información suficiente sobre el producto. Esta es una ley que permite el alquiler de juguetes y que impone mecanismos para que los juguetes de alquiler sean controlados según la seguridad de calidad.
- **Legislación y Regulación Ambiental:** Las principales leyes relacionadas con el medio ambiente y la gestión de residuos en uso en El Salvador son la Ley de Gestión de Residuos Sólidos y la Ley Ambiental. Estas leyes se alinean perfectamente con estos valores: compartir, menos desperdicio. Las empresas del mercado secundario que buscan ser "ecológicas" podrían beneficiarse de adherirse a estas regulaciones.
- **Ley de Comercio Electrónico:** Debido a que el alquiler de juguetes en línea es factible, la Ley de Comercio Electrónico tiene aplicabilidad como una ley diseñada específicamente para gobernar el comportamiento de las transacciones entre consumidores y creadores en un entorno en línea, determinando los derechos y responsabilidades de las partes contratantes en un entorno en línea. Esta norma es crucial para la confianza y seguridad en el préstamo de juguetes.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La metodología de la investigación se realizó basada en proporcionar los resultados confiables y que además de eso puedan representar el impacto que puede tener el modelo de negocio digital Ludikiny Share contribuyendo de esta forma en conocimientos valiosos para investigaciones futuras. Este capítulo presenta la metodología que se utilizó para realizar la investigación. Se detalla el enfoque y método seleccionado, así como el universo y la población de estudio, y el proceso de selección de la muestra representativa. Además, se explican las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos, así como los métodos para presentar y analizar los resultados obtenidos.

### **1.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Según Cerda (2000), uno de los problemas más agudos y complejos que debe enfrentar en la actualidad cualquier persona que quiera investigar es, sin lugar a dudas, la gran cantidad de métodos, técnicas e instrumentos que existen como opciones, los cuales, a su vez, forman parte de un número ilimitado de paradigmas, posturas epistemológicas y escuelas filosóficas, cuyo volumen y diversidad desconciertan.

Siguiendo a Bonilla y Rodríguez (2005), el método científico se entiende como el conjunto de postulados, reglas y normas para el estudio y solución de problemas de investigación, institucionalizados por la denominada comunidad científica reconocida. Una buena investigación es aquella que disipa dudas con el uso del método científico, es decir, clarifica las relaciones entre variables que afectan al fenómeno bajo estudio. (Sampieri, 2014).

#### **1.1.1. Generalidades**

¿Qué es la metodología de la investigación?

Es la teoría de los procedimientos generales de investigación que describen las características que adopta el proceso general del conocimiento científico y las etapas en que se divide ese proceso, desde el punto de vista de su producción y las condiciones en las cuales debe hacerse (Bernal, 2016).

La metodología es el proceso que permite definir, clasificar y organizar las técnicas necesarias e instrumentos para obtener información confiable que respalde los planteamientos y soluciones. Además, estas técnicas están diseñadas para optimizar las estrategias de análisis. Además es de gran importancia conocer que la investigación es un proceso que no es necesariamente exclusiva de profesionales académicos.

### **1.1.2. Método**

Para la presente investigación se utilizó el método científico que según Tamayo (2003) es un procedimiento para descubrir las condiciones en que se presentan sucesos específicos, caracterizado generalmente por ser tentativo, verificable, de razonamiento riguroso y observación empírica.

### **1.1.3. Enfoque de investigación**

Según Sampieri (2014) los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos.

La investigación presentada utiliza un enfoque mixto, que combina el enfoque cualitativo y cuantitativo ya que los dos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento.

A través del enfoque cuantitativo se hizo la recolección de datos numérica para de esta forma hacer el análisis estadístico, con dicha información se logró conocer datos como ingresos familiares, frecuencia con la que compra juguetes, además de la disposición de utilizar una plataforma para alquilar juguetes; entre otros datos de importancia para el desarrollo del negocio digital Ludikiny Share.

Mientras que con el enfoque cualitativo se conoció la opinión de especialistas en desarrollo infantil sobre el uso de juguetes lúdicos en edades tempranas obteniendo información teórica que contribuye en saber seleccionar los juguetes adecuados para el uso de los pequeños.

#### **1.1.4. Universo**

El universo de esta investigación está constituido por los pobladores de Chalatenango que según datos proporcionados por el último censo y publicados por el Banco Central de Reserva ascienden a 185,930 compuesto por el 52.8 % de mujeres y el 47.20% de hombres (ver anexo 2). Estos incluyen tanto áreas urbanas como rurales del departamento, abarcando una diversidad de contextos socioeconómicos y culturales.

#### **1.1.5. Población**

La población objetivo de este estudio está conformada por los residentes del departamento de Chalatenango entre las edades de 15 a 100 años de diversos contextos socioeconómicos que según los datos del censo 2024 presentados por el Banco Central de Reserva son 145,166 habitantes.

#### **Muestra**

Según Sampieri (2014), toda investigación debe ser transparente, así como estar sujeta a crítica y réplica, y este ejercicio solamente es posible si el investigador delimita con claridad la población estudiada y hace explícito el proceso de selección de su muestra.

El autor también indica que para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativa de la población.

La investigación presentada se realizó siguiendo un muestreo probabilístico por asignación profesional con un total de 50 encuestados, mientras que el muestreo para las entrevistas se asignó un total de 3 personas.

#### **1.1.6. Técnicas de investigación**

Existen diversos instrumentos para la recolección de datos, en este caso los medios utilizados son la encuesta y la entrevista

La encuesta es una técnica de investigación que permite la recolección de información de un grupo de personas o unidades a través de un cuestionario o una serie de preguntas estructuradas (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014). Por lo tanto fue necesaria la participación de 50 padres, madres o familiares de infantes, todos residentes del distrito de Chalatenango.

Entrevista es una técnica basada en una conversación con preguntas previamente estructuradas que permiten indagar información de una forma más conversacional y menos estresante entre el entrevistado y el entrevistador. Se realizaron 2 entrevistas a maestros con especialidad en atención a la primera infancia y 1 médico pediatra.

#### **1.1.7. Instrumento de investigación**

Los instrumentos aplicados para la recolección de datos verídicos y precisos que facilitaron la investigación fueron los siguientes

El cuestionario fue estructurado por 14 preguntas, de las cuales 4 fueron de clasificación y 10 cerradas y de opción múltiple (ver anexo 1), con el propósito de analizar la percepción de las familias ante una alternativa de consumo de juguetes lúdicos y dirigida a padres, madres y responsables de niños menores de 8 años del distrito de Chalatenango. Para hacer más eficiente la recolección se utilizó *Google Forms*.

Para la entrevista se desarrolló una guía de preguntas dirigida a entrevistar a profesionales y especialistas en el área de la primera infancia con 4 preguntas como apertura para una conversación más amplia de la temática (ver anexo 2). Las entrevistas se llevaron a cabo por medio de *Google Meet*.

#### **1.1.8. Presentación de resultado**

Este análisis de los resultados arrojados por la encuesta proporciona un panorama de las preferencias y comportamientos en torno al consumo de juguetes y las posibilidades de implementar un servicio digital de alquiler.

#### **Datos de clasificación**

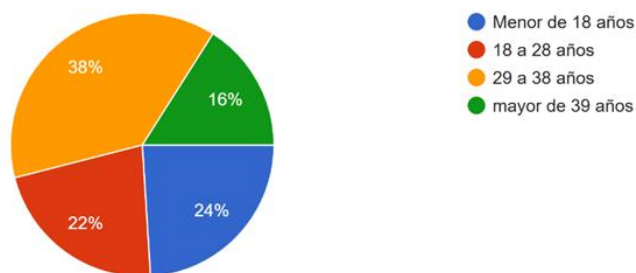
Figura 1: ¿Cuál es su vínculo familiar con los infantes menores de 8 años en su hogar?



Objetivo: Conocer el vínculo familiar de los futuros clientes

La primera sección de la encuesta se estructuró para la recopilación de datos de clasificación, a continuación se observa que en el caso del vínculo familiar la información recopilada indica que el 36% de los participantes que respondieron la pregunta son madres de familia.

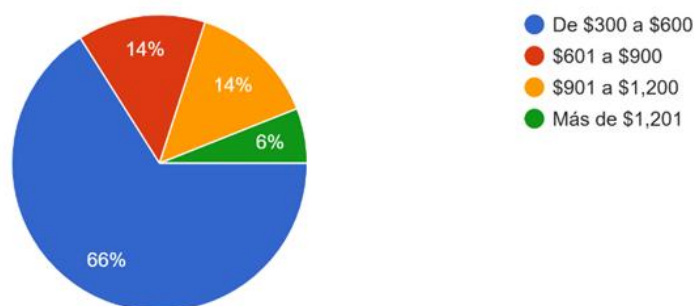
Figura 2: Seleccione su edad



Objetivo: Conocer las edades de los participantes en la encuesta.

En el caso de la edad con mayor interacción fue de 29 a 38 años con un 38%, esto favorece a la investigación puesto que significa que su poder adquisitivo en el tema de suscripción es mayor.

Figura 3: Ingresos Familiares

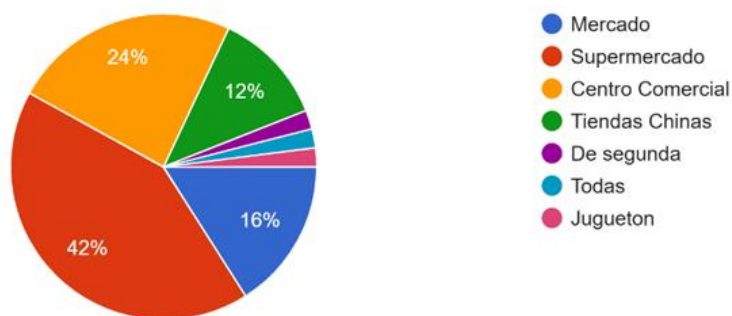


Objetivo: Conocer el nivel de ingresos familiares de los participantes.

Se ha identificado que los hogares con un nivel de ingreso entre los \$300 y \$600 ocupan el 66% de los encuestados, esto significa que las tarifas de suscripción deben ser acorde con el segmento de la población identificada.

### Preguntas:

Figura 4: ¿En qué lugar acostumbra comprar juguetes?



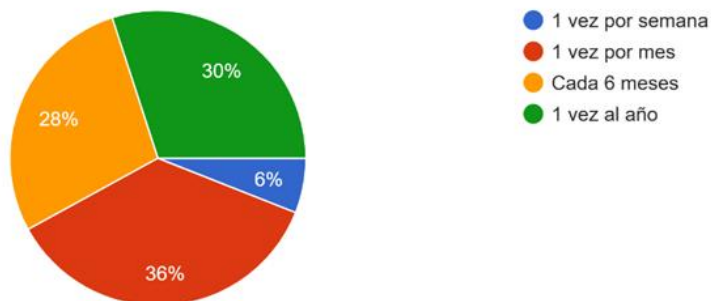
Objetivo: Identificar los lugares preferidos por la población para la compra de juguetes.

El gráfico presentado indica que el supermercado es el lugar preferido por la población encuestada para comprar juguetes, seguido por el centro comercial con un 24%.

Esto sugiere que la gente valora la conveniencia y la accesibilidad que ofrecen los supermercados a la hora de comprar juguetes y se postulan como una opción atractiva.

Por otra parte, los centros comerciales al contar con una amplia variedad de tiendas ofrecen una experiencia de compra más completa.

Figura 5 ¿Con qué frecuencia compra juguetes?



Objetivo: Objetivo conocer la frecuencia con la que los padres de familia adquieren artículos para entretener a sus pequeños.

Se ha identificado que el 36% dice que su frecuencia de compra es una vez al mes, seguido de aquellos que lo hacen una vez por año.

Figura 6. ¿Qué tipo de juguetes compra?

50 respuestas



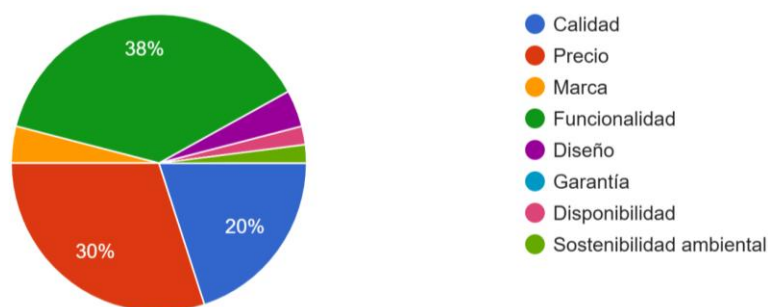
Objetivo: Identificar las preferencias de los participantes en relación a las diferentes funciones de los juguetes.

La preferencia del consumidor es de vital importancia para la oferta de productos que sean aceptados por las familias del distrito de Chalatenango, según el estudio realizado dice que el 34% compran juguetes simbólicos como muñecas,

carritos, títeres o figuras de acción, resulta interesante ver cómo la educación y los cambios de paradigmas van ganando terreno porque un 26% de la población encuestada indica que compra juguetes de motricidad.

Figura 7 ¿A su criterio cuáles son los factores que más influyen a la hora de comprar o alquilar juguetes?

50 respuestas

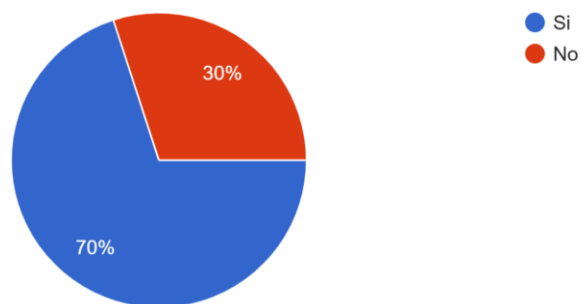


Objetivo: Identificar factores que más influyen a la hora de comprar o alquilar juguetes.

En cuanto a los factores que influyen en la toma de decisiones a la hora de comprar la población consultada se inclina con un 38% a la funcionalidad del artículo, seguido por el precio con un 30%.

Figura 8 ¿Estaría dispuesto a alquilar juguetes en una plataforma digital que le garantice seguridad en la limpieza de los mismos?

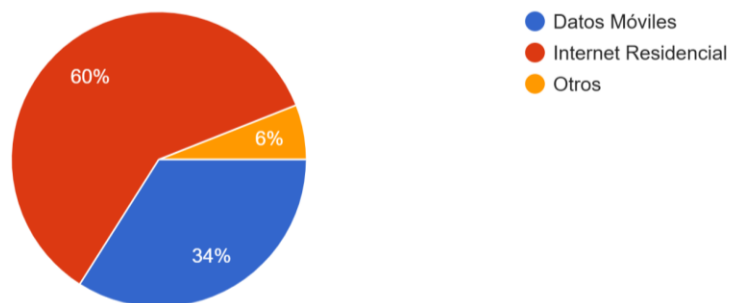
50 respuestas



Objetivo: Conocer la disposición de alquilar juguetes en una plataforma digital que garantice la sanitización de los artículos.

La cultura de alquiler de artículos va en crecimiento, en el rubro de juguetes es una idea innovadora de la que un 70% de los encuestados indica que si utilizaría la plataforma de alquiler de juguetes, es un dato de suma importancia para la presente investigación.

Figura 9. ¿Qué tipo de acceso a internet utiliza?



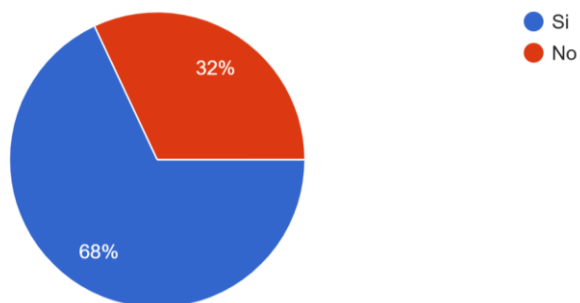
Objetivo: Identificar el acceso inmediato a la tienda en línea.

Para este modelo de negocio digital es importante conocer el tipo de acceso de los

posibles clientes puesto que de esta manera se garantiza que al actualizar la oferta de artículos un 60% puede acceder de forma inmediata a la página web.

Figura 10 ¿Alguna vez ha realizado alguna compra o suscripción en un sitio web o una plataforma digital?

50 respuestas

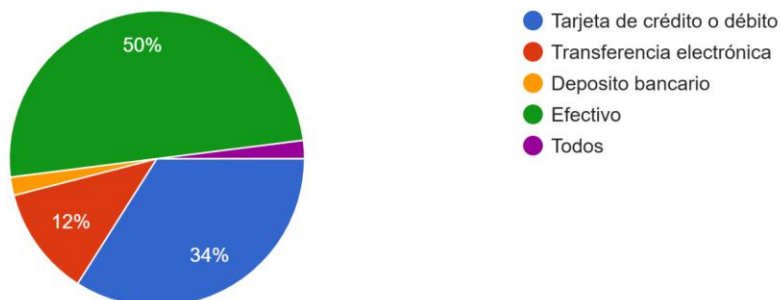


Objetivo: Analizar qué tan familiarizado está el participante con las compras en línea.

Uno de los efectos importantes en el ámbito de los negocios que dejó la pandemia fue las compras en línea y El Salvador es el segundo país con mayor crecimiento de comercio electrónico este dato se ve reflejado en el 68% de la población consultada que indica que si ha realizado compras en línea.

Figura 11 ¿Qué formas de pago prefiere?

50 respuestas

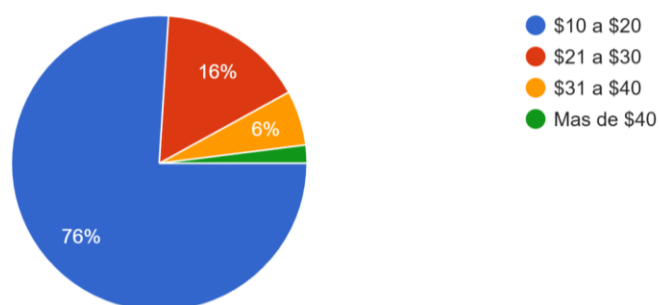


Objetivo: Identificar el alcance de realizar cargos automáticos según la referencia de formas de pago de los encuestados.

Las preferencias en la forma de pago indican que un 50% de los encuestados prefieren realizar sus pagos en efectivo y un 34% por medio de tarjeta de crédito o débito.

Figura 12 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una suscripción de juguetes con la oportunidad de poder cambiar los juguetes por la misma suscripción?

50 respuestas

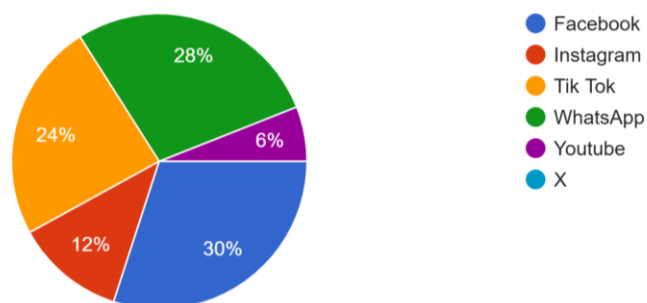


Objetivo: Analizar las preferencias para establecer los mejores precios de venta.

Este hallazgo es sumamente relevante para la toma de decisiones en la elaboración de tarifas para alquiler de juguetes, un 76% indica que entre \$10 a \$20, lo que implica que al momento de realizar el lanzamiento del modelo de negocio digital una tarifa intermedia puede ser aceptada por los clientes.

Figura 13: De las siguientes, ¿cuál red social utiliza con mayor frecuencia?

50 respuestas



Objetivo: Identificar las redes sociales más utilizadas por los participantes para canalizar la publicidad de la tienda

Como resultado de la preferencia en el uso de redes sociales Facebook es la favorita con un 30%, este dato abre una buena oportunidad para el equipo de marketing pues se puede direccionar la publicidad de forma eficiente. Por otra parte, el 28% indica que usa WhatsApp y siendo esta aplicación popular permitirá una comunicación directa y personalizada con el cliente.

La aceptación del modelo de negocio digital Ludikiny Share entre los participantes de la encuesta es notable, a pesar de ser una forma distinta de adquirir juguetes, y un hallazgo importante es el cambio en la forma de comprar de los salvadoreños, ya que las compras en línea van popularizando en la población, el acceso a internet facilita que la información llegue más rápido a los clientes potenciales.

La inclinación hacia factores como el precio y la funcionalidad en las decisiones de compra refuerza la oportunidad de ofrecer una alternativa económica y práctica en el formato de suscripción de alquiler de juguetes, entre los participantes de la investigación se identificaron diversos vínculos familiares que están dispuestos a adquirir la suscripción. A la vez se conoció que compran juguetes con una frecuencia variada y que sus tiendas preferidas son supermercados, mercados y centros comerciales. Buscan artículos que desarrollen la motricidad, que sean sensoriales o simbólicos, esto significa que le dan

mucha importancia a la funcionalidad.

Además se realizaron entrevistas a expertos en el tema del desarrollo en la infancia con el propósito de conocer la opinión de profesionales sobre los entornos para el desarrollo de habilidades en niños de primera infancia a través de juguetes lúdicos. Se realizaron entrevistas a expertos obteniendo los siguientes resultados:

### 1.1.8.1. Información obtenida

Tabla 1: Resultados de entrevistas

Participante	Género	Ocupación	Hallazgo clave
Mtra. Rina Yamileth Melara de Miranda	Femenino	Docente de primera infancia	Los juguetes educativos deben ser seguros, coloridos y adaptados a la edad de los niños, con formas no puntiagudas y tamaños adecuados para cada etapa de desarrollo. Estas herramientas lúdicas ayudan a mejorar habilidades motoras finas y gruesas, lenguaje, y aprendizaje significativo. En el aula, se trabajan nueve áreas que fomentan el cálculo matemático, la ubicación espacial, el reconocimiento de colores, y el desarrollo cognitivo y emocional mediante juegos de roles. Es esencial que los juguetes sean atractivos y divertidos, promoviendo el aprendizaje de colores primarios y secundarios, la coordinación física y el desarrollo de habilidades físicas, cognitivas y emocionales.

<p>Dra. Mónica María Vega Jiménez</p>	<p>Femenino</p>	<p>Pediatra</p>	<p>Los juguetes lúdicos deben ser artículos fáciles de usar, de materiales confiables y no tóxicos, deben estar diseñados para estimular el aprendizaje promoviendo el juego y la interacción.</p> <p>Es necesario que el artículo estimule la memoria, la atención, la motricidad, que fomente el desarrollo de nuevas habilidades tanto físicas como de coordinación y equilibrio, debe contribuir con el desarrollo de la imaginación y la expresión de emociones del infante.</p> <p>Para los padres de familia debe ser prioridad que cada juguete sea adecuado a la edad de su hijo para que sea llamativo, que no genere frustración al no poder usarlo de la forma correcta y su sistema neuronal reciba información positiva, no es necesario un artículo costoso, lo importante es que sea divertido, interesante, que tenga un objetivo educativo, el tamaño correcto para que sea seguro, que ofrezca un desafío.</p>
---	-----------------	-----------------	---

Profa. Ana Iris Cruz	Femenino	Profesora de educación Parvularia	Los juguetes utilizados con niños en etapa de primera infancia no necesariamente deben ser costosos, lo importante es que sean seguros, que no representen peligros tóxicos, que tengan colores llamativos con formas interesantes de acuerdo a la edad del niño. Es importante que cada artículo facilite el desarrollo de habilidades de lenguaje y motoras. Es indispensable que fomenten la creatividad, el desarrollo físico, emocional y cognitivo; los padres deben elegir juguetes que se adapten a la edad del niño porque no es lo mismo que un bebe de seis meses este jugando con un sonajero a que un niño de dos o tres años lo haga, este último ya no le presta interés, lo mismo sucede con los materiales y formas de los juguetes
----------------------	----------	-----------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

## 1.2. Diagnóstico

El diagnóstico de la situación actual incluye el desarrollo de las cinco fuerzas de Michael Porter, un análisis de los factores Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal (PESTEL) y un análisis CANVAS. Estos diagnósticos le permiten a LUDIKINY SHARE darse cuenta qué tan competitivo sería el negocio en el mercado, los factores externos que pueden afectar además de visualizar de forma clara el funcionamiento del negocio.

### 1.2.1. Desarrollo de las fuerzas de Michael Porter

Michael E. Porter, (1980) en su libro “Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia”; menciona que la intensidad de las cinco fuerzas varía de uno a otro sector y determina la rentabilidad a largo plazo del sector en cuestión. En sectores donde las cinco fuerzas son favorables muchos de los competidores consiguen unas rentabilidades hasta atractivas sobre el capital invertido. En sectores donde la presión de una o más de las fuerzas es intensa, pocas son las empresas que consiguen una rentabilidad elevada durante largos períodos. Las cinco fuerzas determinan la rentabilidad del sector porque conforman los precios que pueden cobrar las empresas, los costes que tienen que soportar, y las inversiones necesarias para competir en el sector.

**Tabla 2. Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter**

<b>Análisis de las 5 fuerzas de porter para el modelo de negocio digital LUDI KINY SHARE</b>	
El poder de negociación de los clientes	En Chalatenango, los consumidores tienen una gran variedad de opciones a su disposición, desde comprar juguetes nuevos en tiendas físicas hasta recurrir a plataformas de segunda mano en línea. Además, aún no existe en Chalatenango ni en El Salvador una opción de alquiler de juguetes para niños menores de 8 años como la que se está planteando, lo que puede ser beneficioso para el negocio LUDI KINY SHARE. Lo que significa que el cliente tiene poco poder de negociación por no tener más opciones donde alquilar juguetes.
El poder de negociación de los proveedores	Los proveedores de juguetes ya sean fabricantes locales o internacionales tienen un poder moderado debido a la concentración de marcas populares que dominan el mercado. Además, si se busca ofrecer productos de alta calidad y de marcas reconocidas, se dependerá de un número limitado de proveedores. El Salvador no es un gran centro de fabricación de

	<p>juguets, por lo que muchos productos serán importados, lo que puede generar costos más altos en transporte y aranceles aduaneros; sin embargo se espera que el negocio crezca, de esta forma tendrá más poder de negociación para obtener mejores precios o condiciones. Si bien la cantidad de proveedores locales es limitada, la opción de importar juguetes puede hacer que el poder de los proveedores sea relativamente alto, especialmente si se busca ofrecer productos exclusivos o de marcas famosas. Sin embargo, esto también ofrece oportunidades de diversificación al no depender únicamente de grandes marcas</p>
<p>La amenaza de nuevos competidores entrantes</p>	<p>Los costos de entrada para crear una plataforma digital de alquiler de juguetes pueden ser relativamente bajos. Sin embargo, los competidores tendrían que superar ciertos retos, como la logística de entrega y devolución de juguetes y la creación de una infraestructura que garantice la calidad y seguridad de los productos, algo esencial en el caso de productos para niños y que LUDIKINY SHARE ha tomado en cuenta para la seguridad e higiene de los juguetes. No obstante no se descarta la posibilidad que surja un nuevo negocio similar al ver el ejemplo de LUDIKINY SHARE.</p>
<p>La amenaza de nuevos productos sustitutos</p>	<p>Existen múltiples alternativas a los servicios de alquiler de juguetes. Los consumidores pueden optar por comprar juguetes en tiendas físicas o en línea, recurrir al mercado de segunda mano, o incluso usar alternativas digitales como aplicaciones móviles, juegos virtuales, etc. El mercado de sustitutos es una amenaza significativa, por lo que el negocio de alquiler de juguetes debe diferenciarse al ofrecer una experiencia que sea más económica, práctica y ecológica en comparación con la compra de juguetes nuevos o de segunda mano</p>

La rivalidad entre los competidores actuales	Aunque el mercado de alquiler de juguetes aún no existe en El Salvador, la competencia podría intensificarse rápidamente si el modelo resulta exitoso. Además, la competencia no solo provendría de otros servicios de alquiler, sino también de tiendas de juguetes, plataformas de segunda mano y otras alternativas de entretenimiento para niños. Pero si se habla de una plataforma de alquiler de juguetes por suscripción, se podría decir que el sector es sumamente atractivo por lo que no existen competidores directos.
--	---

Fuente: Elaboración propia

### 1.2.2. Desarrollo de Pestel

#### 1. Político:

- Estrategia nacional Juguetes juntos: "Juguemos Juntos" es una política de El Salvador dirigida a la primera infancia (niños menores de 8 años). Tiene como objetivo promover el desarrollo integral de los niños a través de actividades educativas y recreativas, su enfoque es la prevención de la violencia y el fortalecimiento del entorno familiar. Su lanzamiento fue en el año 2021 y es el Ministerio de Educación (MINED) quien está a cargo de su desarrollo, en colaboración con el Ministerio de Salud, involucrando al Ministerio de Cultura, otras instituciones públicas y organizaciones sociales.
- Como parte de su compromiso por asegurar el bienestar de la niñez hasta los 8 años el modelo de atención Integral para la Primera Infancia es una muy buena estrategia para garantizar un desarrollo integral que involucre los aspectos físicos, emocionales, sociales y cognitivos de los infantes, ya que involucra a la familia, instituciones y la comunidad en su implementación.
- Regulaciones gubernamentales: El cumplimiento de las normativas gubernamentales sobre la seguridad de los juguetes, etiquetado, estándares de calidad es parte importante a considerar. En El Salvador no se ha implementado una legislación sobre este tema, sin embargo la defensoría del consumidor puede intervenir.

- Políticas de comercio electrónico: Las políticas que afectan el comercio electrónico, como los requisitos fiscales y las normas de protección al consumidor, pueden impactar el modelo de negocio.
- Estabilidad política: influye en la seguridad y la eficiencia de las operaciones logísticas y de distribución.

## **2. Económico:**

- Condiciones económicas: La situación económica del país puede afectar el poder adquisitivo de las familias. Por tal razón en la actualidad podría haber una mayor demanda de alquiler de juguetes en lugar de compra.
- Costos operativos: El costo de adquisición y mantenimiento de los juguetes, así como los costos de logística (transporte, almacenamiento), influyen en los márgenes de beneficio.

## **3. Social:**

- Preferencias del consumidor: Las actitudes hacia el alquiler frente a la compra de juguetes están cambiando, y cada vez más consumidores buscan opciones sostenibles y económicas.
- Demografía: Las características de la población, como el tamaño de las familias y el nivel de ingresos, pueden influir en la demanda de servicios de alquiler de juguetes.
- Conciencia ambiental: El Salvador es un país golpeado por el cambio climático por lo que cada vez más los consumidores adoptan mayor conciencia ambiental buscando opciones ecológicas esto puede impulsar la demanda de alquiler de juguetes como una alternativa a la compra.

## **4. Tecnológico:**

- Plataforma en línea: La tecnología de la plataforma de e-commerce debe ser robusta y segura para ofrecer una buena experiencia al usuario. Las mejoras en la tecnología web y móvil pueden facilitar la gestión del alquiler y la atención al cliente.
- Innovaciones en logística: Las tecnologías de seguimiento, control y gestión de inventario pueden ser grandes aliados y optimizar el proceso de alquiler y devolución de juguetes.

- **Publicidad digital:** El uso de herramientas de marketing digital, como redes sociales, SEO y campañas pagadas, puede aumentar la visibilidad y atraer a más clientes.

#### **5. Ecológico:**

- **Sostenibilidad:** La tendencia hacia prácticas empresariales sostenibles puede beneficiar al negocio, ya que el alquiler de juguetes puede ser visto como una opción más ecológica en comparación con la compra.
- **Regulaciones ambientales:** Cumplir con las normativas ambientales sobre reciclaje y eliminación de residuos puede ser crucial para operar de manera responsable.
- **Impacto ambiental del transporte:** La logística y el transporte de los juguetes deben ser gestionados para minimizar su impacto ambiental, como optimizar las rutas y reducir las emisiones.

#### **6. Legal:**

- **Normativas de seguridad:** En El Salvador no existe una ley específica relacionada con la regulación en la seguridad y calidad de los juguetes.
- **Protección de datos:** Cumplir con las leyes de protección de datos (como el GDPR en Europa) es fundamental, especialmente en el manejo de información personal de los clientes.
- **Contratos y términos de alquiler:** Es crucial tener contratos claros y precisos que definan los términos y condiciones del alquiler, así como las responsabilidades en caso de daños o pérdidas.

### 1.2.3. CANVAS

Figura 14. Lienzo CANVAS



Fuente: Elaboración propia.

- Segmentos de clientes: padres o responsables familiares de niños menores de 8 años, interesados en la formación integral del niño, a través de la adquisición de juguetes lúdicos que favorezcan el desarrollo, con un nivel socioeconómico medio/alto, residentes del distrito de Chalatenango.
- Propuesta de valor: Ludikiny Share ofrece un servicio de alquiler de juguetes lúdicos para niños de primera infancia, brindando acceso a juguetes educativos y de alta calidad que favorecen su desarrollo. A través de la plataforma, los padres y responsables pueden alquilar y cambiar juguetes de manera flexible y económica, sin la necesidad de comprarlos. Se fomenta una economía circular,

reduciendo gastos y promoviendo la sostenibilidad. Además, se garantiza juguetes seguros y adaptados a las necesidades de cada niño.

- Canales: Los medios en los que se pondrán en contacto los clientes son por medio de la plataforma digital: para explorar el catálogo, hacer reservas y gestionar alquileres y redes sociales y publicidad en línea: Para promocionar los servicios y atraer clientes.
- Relaciones con los clientes: Asistencia personal a través de las plataformas digitales, la captación de los clientes se realizarán por medio de campañas digitales, la fidelización mediante programas de recompensas, reseñas o comentarios de los clientes.
- Fuentes de ingresos: tarifas de alquiler por el uso de los juguetes durante un período específico.
- Recursos clave:
  - Inventario de juguetes: Variada colección de juguetes en buen estado.
  - Sitio web: Para la gestión de alquileres y pagos.
  - Sistemas de logística y entrega Infraestructura para el transporte y la gestión de entregas y recogidas.
  - Juguetes: diferentes tipos de juguetes para las diferentes edades hasta los años 8
  - Personal preparado para cada área a la que se dedique.
  - Marca registrada: destacar frente a la competencia y así generar confianza.
- Actividades clave
  - Seguimiento y control de la calidad mediante encuestas realizadas o las reseñas y comentarios de los usuarios.
  - Gestión de inventario y mantenimiento de juguetes.
  - Desarrollo y actualización de la plataforma web.
  - Procesamiento de pedidos y logística de entrega.
  - Investigación de nuevos juguetes lúdicos.
- Socios clave

Proveedores de juguetes: Fabricantes o distribuidores de juguetes para el inventario.

Proveedores de empaques.

Empresas de logística y transporte: Socios para la entrega y recogida de juguetes.

Plataformas de pago: Servicios para procesar transacciones financieras por medio de la aplicación de Wompi del Banco agrícola.

- Estructura de costos:

Costos de adquisición y mantenimiento de juguetes: Compra, reparación y limpieza.

Gastos operativos: Alquiler de espacio, salarios, y otros costos administrativos.

Gastos asociados a la plataforma tecnológica: Costos asociados al software y al sitio web.

### **1.3. Conclusiones del diagnóstico de la situación**

El modelo de negocio de alquiler de juguetes LUDIKINY SHARE tiene muchas posibilidades en el distrito de Chalatenango especialmente si se considera que en el distrito no hay opciones similares a las que la población pueda optar. El modelo de negocio, enfrenta amenazas de competidores nuevos, ya sea directos como indirectos, y de productos sustitutos, como la compra de juguetes nuevos o de segunda mano. Sin embargo, la clave para el éxito está en poder diferenciarse, ofreciendo una experiencia económica, práctica y ecológica. La falta de competencia directa en el segmento de alquiler de juguetes por suscripción hace que el mercado sea más atractivo.

El negocio debe de adaptarse a diferentes factores; como lo son políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales. En lo político, debe de cumplir con regulaciones de seguridad y comercio electrónico. En lo económico, la situación del país y los costos operativos son aspectos que influyen mucho en cómo puede funcionar el negocio. En lo social los consumidores que prefieren las opciones sostenibles como los que optan por la conciencia social es una ventaja para el negocio de LUDIKINY SHARE. En lo tecnológico, una plataforma y herramientas de marketing digital son claves para atraer clientes. Ecológicamente, el alquiler de juguetes se ajusta con prácticas sostenibles,

aunque la logística debe optimizarse para reducir su impacto ambiental. Legalmente, es necesario cumplir con normativas de seguridad, protección de datos y contar con contratos claros para evitar riesgos.

LUDIKINY SHARE presenta un modelo innovador, que se centra en el alquiler de juguetes que promuevan el desarrollo en los niños menores de 8 años, brindando a los padres una opción flexible. La propuesta de valor está basada en que los padres y responsables de niños puedan tener el acceso a juguetes de calidad, adaptados a las necesidades de los niños, promoviendo de esta forma la economía circular y garantizando seguridad. A través de una plataforma digital, los clientes pueden gestionar los juguetes a alquilar, mientras que el negocio genera ingresos mediante tarifas de alquiler por suscripciones. Los recursos clave incluyen un inventario, sistemas logísticos y una plataforma web. Las actividades clave están orientadas a la gestión de inventarios, mantenimiento, desarrollo tecnológico y logística, apoyándose en socios estratégicos para la distribución y pagos.

### **CAPÍTULO III. PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO**

En este capítulo se presenta lo relacionado con la idea del negocio Ludikiny Share, profundizando aspectos relevantes y su potencial de éxito. La propuesta de plan de negocio digital que se basa en el alquiler de juguetes para niños menores de 8 años por suscripción a través de una plataforma digital, este estudio se realiza con el objetivo de establecer las bases estratégicas y operativas que guiarán su crecimiento. Se inicia con la descripción del negocio, que incluye su nombre e información general. A continuación, se define el marco estratégico, que abarca la misión, visión, valores y metas de Ludikiny Share. La propuesta del plan de negocio; detallando elementos como la estructura organizacional, además de realizar el plan de marketing utilizando las 4P's, sin dejar de lado los costos y proyecciones. Asimismo, se presenta el plan de ventas, el plan financiero, el plan de trabajo y las indicaciones de medición, fundamentales para definir la estructura y las estrategias comerciales.

#### **2.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

LUDIKINY SHARE es una propuesta de negocio digital de alquiler de juguetes que busca proporcionar a los padres y responsables de infantes menores de ocho años la tranquilidad de educar con amor y por medio del juego, adquiriendo de forma temporal artículos lúdicos de alta calidad con una amplia variedad de opciones acorde a la etapa de crecimiento del pequeño. Los artículos son cuidadosamente seleccionados y categorizados en seis áreas de desarrollo:

1. Desarrollo matemático
2. Desarrollo de coordinación
3. Desarrollo de lenguaje
4. Desarrollo de concentración
5. Desarrollo de habilidades sociales
6. Desarrollo visual

### 2.1.1. Nombre del negocio

El nombre del modelo de negocio digital Ludikiny Share, tiene un significado especial. “Ludi” proviene de la palabra lúdico, que hace referencia a lo relacionado con el juego, lo divertido y lo creativo. Este término fue elegido porque transmite un enfoque dinámico, innovador y entretenido. “Kiny” no tiene un significado en particular, pero combina con Ludi y complementa la palabra dando una sonoridad que hace recordar el nombre del negocio. Por último “share” es de origen inglés que traducido al español significa “compartir”, este término engloba la propuesta del negocio, los juguetes no se quedan para siempre en un solo lugar, se comparten.

Nombre comercial: LUDIKINY SHARE

Figura 15. Logo del negocio



Fuente: Elaboración propia

### 2.1.2. Información general del negocio

En la actualidad existen cursos, guías, libros y una diversidad de elementos de utilidad para que los padres y responsables tengan herramientas suficientes en la educación y crianza de los niños, es claro que a pesar de todo es difícil estar listo para ser padre, en las familias todos se vuelven expertos en el tema cuando un nuevo miembro está por nacer, es abrumador para los futuros padres elegir lo mejor para sus pequeños.

Por tal motivo es importante reconocer que ante esta situación se abre una nueva oportunidad para hacer negocio, o como bien lo identifica W. Chan Kim y Renée Mauborgne ser un océano azul y eso es justo lo que el modelo de negocio digital Ludikiny Share pretende ser, un océano azul en el alquiler de juguetes que cumpla con las expectativas de los actuales padres de familia, que en su mayoría se preocupan porque los artículos que eligen para el desarrollo de sus hijos sean educativos, prácticos y económicos.

Cumpliendo con las populares tres B (Bueno, Bonito y Barato) esta tienda en línea está diseñada para que el acceso a artículos lúdicos y sobre todo divertidos sea más fácil y económico, marcas como Fisher Price, Lego, PlanToys, Hasbro, Mattel entre otras se encuentran en su catálogo. La tienda busca crear una cultura de alquiler con productos que acompañen a los padres en el desarrollo de sus niños, con una amplia variedad de juguetes seleccionados cuidadosamente para que al elegir una de las Ludicajas su interior esté lleno de magia y diversión.

Esta propuesta les da la oportunidad a los padres de ofrecer a sus hijos más juguetes y acumular menos residuos en casa, el aprovechamiento de espacios es imprescindible en cada hogar.

Según Bind ERP, las empresas SA de CV (Sociedad Anónima de Capital Variable) son un tipo de sociedad mercantil, cuyos dueños se vuelven socios por su participación en el capital social, a través de acciones.

Razón Social: Ludikiny Share Sociedad Anonima de Capital Variable.

Nombre del representante legal: María Rosalina Hernández Guardado

Giro del negocio: Servicios n.c.p.

Eslogan: “Más juguetes, menos almacenamiento”.

Ubicación: Negocio digital.

## **2.2. MARCO ESTRATÉGICO**

### **2.2.1. Misión**

Ser una empresa dedicada a la estimulación lúdica, que ofrece una alternativa de alquiler de juguetes educativos que inspire la imaginación, el aprendizaje, la diversión, la resolución de problemas y el pensamiento crítico desde temprana edad.

### **2.2.2. Visión**

Ser líderes en el alquiler de juguetes educativos en El Salvador, reconocidos por mantener nuestra calidad, innovación y compromiso con el desarrollo infantil, facilitando el acceso a herramientas de juego educativas que contribuyen al crecimiento y bienestar de las nuevas generaciones.

### **2.2.3. Valores**

Nuestros valores son el corazón y motor que impulsa el crecimiento y desarrollo ético de este negocio innovador y comprometido con la niñez. Garantizar el éxito de la empresa incluye crear un vínculo fuerte con los colaboradores bajo una dirección humanizada que les haga sentir y vivir estos principios de forma coherente en cada una de las actividades desarrolladas.

Los valores que nos guían son:

- **Innovación:** Fomentando un ambiente de trabajo creativo, ameno, solidario en el que nuestros colaboradores se mantengan actualizados con las nuevas herramientas tecnológicas y tendencias del mercado internacional, de esta manera asegurar que los clientes mantengan el acceso a juguetes educativos de primera.
- **Compromiso:** Proporcionar juguetes lúdicos cuidadosamente seleccionados que promuevan el aprendizaje y el desarrollo de habilidades de los niños garantizando diversión y seguridad.
- **Sostenibilidad:** Promovemos la reutilización por medio del alquiler de juguetes lúdicos para disminuir el impacto ambiental y fomentar mejores prácticas de consumo responsable.
- **Calidad:** Asegurar que todos los juguetes cumplan con los más altos estándares de seguridad y desinfección.

### **2.2.4. Objetivos**

Influir en las tendencias del mercado de los juguetes lúdicos a través de un modelo de negocio digital sostenible y económico que promueva el juego como una herramienta para el desarrollo integral del niño.

**Específicos:**

- Optimizar los procesos de recepción, clasificación, almacenamiento y sanitización de los juguetes, para el aseguramiento de la calidad, así como su disponibilidad y conservación.

- Desarrollar una plataforma digital funcional e intuitiva que permita una gestión eficiente del catálogo de juguetes y un proceso eficiente en la contratación del servicio.

### 2.2.5. Metas

- Lograr que la plataforma digital sea pionera en el alquiler de juguetes lúdicos, atrayendo suscriptores que puedan registrarse, seleccionar y gestionar sus pedidos de forma autónoma, asegurando una experiencia fluida y satisfactoria.
- Garantizar que cada pedido sea entregado en condiciones óptimas en el domicilio indicado por el cliente asegurando una experiencia cómoda y confiable.
- Asegurar que cada pedido cumpla con las normas de embalaje y seguridad, para que cada paquete llegue conforme los estándares requeridos para el bienestar de los niños.
- Expandir el negocio a nivel nacional en los próximos 3 años.

## 2.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

El negocio cuenta con cuatro planes de suscripción:

	Nombre del plan	Periodo	Precio	Descripción
1	Plan Básico	Mensual	\$ 25.00	Incluye dos juguetes, únicamente se realiza cambio de ludicaja por pago de renovación, envío incluido.
2	Plan Intermedio	Mensual	\$ 37.50	Incluye tres juguetes y un cambio de ludicaja por treinta días pagando solamente los gastos de envío.
3	Plan Avanzado	Mensual	\$ 62.50	Incluye cinco juguetes y un cambio de ludicaja por treinta días, incluyendo gastos de envío.

4	Plan Oro	Anual	\$ 180.00	Incluye cinco juguetes y un cambio de ludicaja mensual, incluyendo gastos de envío
---	----------	-------	-----------	--

Fuente: Elaboración propia

¿Cómo funciona?

1. Debe ingresar a la tienda en línea de Ludikiny Share y elegir el icono crear cuenta
2. Se solicitará que cree un usuario con dirección de correo electrónico, y la creación de contraseña y número telefónico.
3. Se debe ingresar la dirección exacta donde serán enviados los ludi paquetes.
4. Será necesario el ingreso de la información de la tarjeta a la que se hará el cargo por la suscripción del servicio.
5. Se asignará un Ludiasesor de juegos, esta persona se encargará de guiar la elección de juguetes basada en los gustos y preferencias del suscriptor, estará en constante contacto para enviar tres propuestas de combinación de juguetes para que el suscriptor pueda verlas y formar su elección.
6. Cuando se finalice la elección y esté lista la Ludicaja será enviada a la dirección proporcionada por el cliente.

### **2.3.1. Prototipos / Descripción general**

El juego es una actividad de estimulación de la capacidad de aprendizaje por tal razón Ludikiny Share ha desarrollado una selección de juguetes acorde a la edad del infante y a su madurez en el plano físico, cognitivo y social, de esta forma los padres pueden estar tranquilos a la hora de elegir un artículo pues será apropiado y seguro para el pequeño.

A continuación, se detallan las diversas categorías establecidas según la edad:

#### Categoría 1

0 a 12 meses: la estimulación de los sentidos es primordial en la primera etapa, por lo tanto, se han seleccionado artículos de exploración, desarrollo de habilidades motoras finas y gruesas que tengan texturas suaves, que incluyan colores contrastantes y sonidos

que ayuden al bebe a interactuar y desarrollarse de forma segura con su entorno.

### Categoría 2

1 a 2 años: Para esta etapa los pequeños están en un momento de exploración y de aprendizaje de comunicación por lo tanto los juguetes interactivos de empuje, bloques, figuras apilables son artículos que estimulan sus sentidos y aportan gran valor en su desarrollo motor.

### Categoría 3

2 a 3 años: El juego simbólico y el aprendizaje de conceptos, aumento de vocabulario son elementos que se impulsan por medio de juguetes para construir, juguetes que estimulan la resolución de problemas y la exploración son parte de esta categoría.

### Categoría 4

3 a 4 años: la socialización y el juego cooperativo están presentes en esta etapa, se han elegido juegos de mesa simples, pistas de juego y artículos que promueven la interacción con otros niños y les ayuden a fortalecer el trabajo en equipo.

### Categoría 5

5 a 8 años: en esta etapa la resolución de problemas complejos, incentivar el pensamiento lógico y la creatividad es primordial. Por tal motivo los rompecabezas, juegos que incluyen el abecedario, otros que impulsen la actividad al aire libre fomentando el movimiento se han elegido pues así el pequeño explora su entorno y se enfrenta a desafíos.

Cada juguete ha sido elegido por sus características de desarrollo infantil, estas son las siguientes:

**Figura: 16: Características de desarrollo infantil**





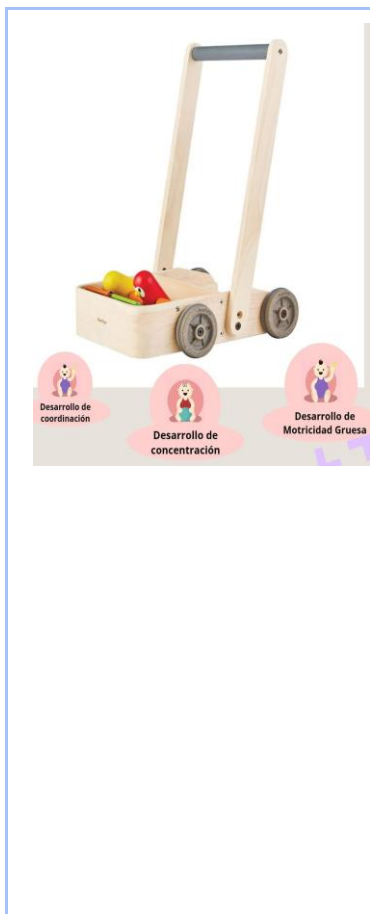
Fuente: Elaboración propia



### Mi primer Zoológico

De 12 meses en adelante

Deja volar la imaginación de tu peque con el juguete Animalitos de madera para apilar y ordenar para niños y niñas pequeños de Fisher-Price! Los niños pueden apilar las piezas en la base para hacer un cocodrilo, un león, un koala o cualquier criatura que puedan imaginar. Además, toda esa actividad de ordenar y apilar les ayuda a desarrollar su motricidad fina y su capacidad de resolución de problemas. Está hecho con madera de bosques sostenibles con certificación del Forest Stewardship Council y viene sin plástico. Incluye 1 base de apilamiento y 9 bloques apilables Juego creativo inspirado en Montessori para niños y niñas pequeños a partir de 1 año



### Andador musical

de 12 a 24 meses

Observa cómo los pájaros cobran vida y tocan música mientras tu hijo empuja el andador musical con forma de pájaro. La música anima a los niños a caminar y moverse mientras ven a los pájaros picoteando frente a ellos. El andador viene equipado con una llave de tensión para ajustar la velocidad de giro de las ruedas. Velocidad de rueda ajustable y barra de sujeción según el tamaño y el nivel de habilidad del niño.

Desarrollar habilidades motoras gruesas y sentirse más cómodo con sus propios pies a través del juego.

Fabricado de forma sostenible en Tailandia con madera de caucho sin químicos, pegamento sin formaldehído, pigmentos orgánicos y tintes a base de agua.



### Magnetic Board Game



Edad de 2 a 3 años

Crea un momento divertido con este juego de mesa magnético! Este juego viene con 2 palos magnéticos, 2 jugadores magnéticos y 1 pelota. Comience a jugar separándose en 2 equipos y luego el niño tiene que controlar el jugador magnético sosteniendo el palo magnético debajo del tablero. La persona que pueda moverse y lanzar el balón a la portería contraria es el ganador.

¡Invita a amigos y familiares a jugar este juego creativo con imanes!

Incluye 2 palos magnéticos, 2 jugadores magnéticos y 1 pelota.

Controla a los jugadores magnéticos sosteniendo los palos magnéticos debajo del tablero. ¡Muévete y dispara el balón hacia la portería contraria para sumar puntos!

	<p style="text-align: center;"><b>Pista de Canicas</b> de 3 a 4 años</p> <p>Circuito de canicas de 129 piezas: bloques de madera, vías, conectores, campana, 2 pistas espiral, 2 atrapa canicas, tobogán, 40 canicas y mucho más.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Un primer circuito de canicas de fácil montaje para los más pequeños a partir de 3 años.</li> <li>● Con un tríptico con diferentes propuestas de construcción.</li> <li>● Un primer juego de construcción STEAM con el que desarrollarán una visión espacial y lógica mientras se divierten construyendo.</li> <li>● Ampliable con los demás circuitos y complementos para circuitos de canicas Hape.</li> </ul>
	<p style="text-align: center;"><b>Smartmax Start de 4 a 5 años</b></p> <p>¡Un divertido juego de construcción magnética para los más pequeños! Con 23 piezas de colores, de gran tamaño, para su fácil manipulación. Será un primer juego de construcción que los acercará a los principios de ingeniería y geometría, mientras van explorando sus piezas y unen las bolas y las barras magnéticas entre ellas. Diversión, seguridad y aprendizaje con cada una de sus piezas</p>



### Aros de 5 a 6 años

¡Practica tu puntería con este juego de lanzamiento de aros de pradera! Incluye 6 aros de cuerda con cuentas de colores y 3 postes de madera de distintas alturas. ¡Coloca los postes cerca para principiantes y separarlos para un juego avanzado!

Explora las habilidades motoras finas mientras desarrollas una comprensión de causa y efecto y el pensamiento estratégico.

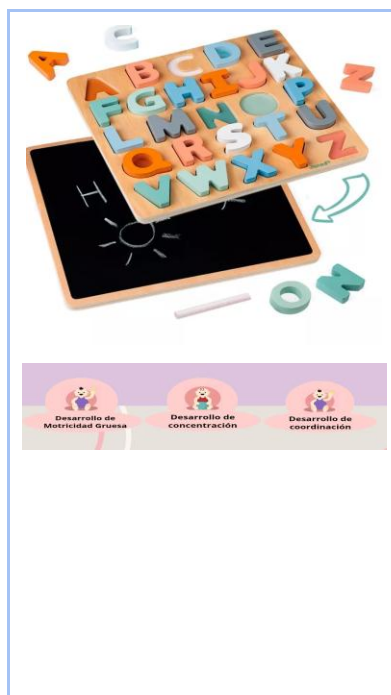
Incluye 6 anillos con cuentas de colores y 3 postes de madera para jugar.



### Juego de criquet de 6 a 7 años

Juego de croquet se puede jugar en interiores y exteriores.

Incluye 4 bolas de madera de diferentes animales (pájaro, tigre, mono y rana), 2 mazos, 4 portillos, bolsa y un soporte.



### Puzzle Abecedario Sweet Cocoon

De 7 a 8 años

Un juego perfecto para aprender el abecedario desde 3 niveles diferentes. Primero podrán encajar cada letra en su color correspondiente mientras trabajan a nivel sensorial y reconocen su forma a través del tacto. Seguidamente podemos animarlos a nombrarlas para iniciarse en la etapa alfabética. Y finalmente, podrán dibujarlas en la pizarra para ir poco a poco escribiendo sus primeras palabras. ¡Un juego muy completo para iniciarse en la lectoescritura!

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3: Plan de suscripción básico**

Nombre del plan	Ludiplan básico
Precio	\$25.00
Descripción	Incluye dos juguetes, únicamente se realiza cambio de ludicaja por pago de renovación, envío incluido.
Lugar y espacio	Tienda en línea
Insumos directos	Dos juguetes elegidos por el cliente

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4: Plan de suscripción intermedio**

Nombre del plan	Ludiplan intermedio
Precio	\$37.50
Descripción	Incluye tres juguetes y un cambio de ludicaja por treinta días pagando solamente los gastos de envío.
Lugar y espacio	Tienda en línea
Insumos directos	Tres juguetes elegidos por el cliente

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5: Plan de suscripción avanzado**

Nombre del plan	Ludiplan avanzado
Precio	\$62.50
Descripción	Incluye cinco juguetes y un cambio de ludicaja por treinta días, incluyendo gastos de envío.
Lugar y espacio	Tienda en línea
Insumos directos	5 juguetes elegidos por el cliente

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 6: Plan de suscripción anual**

Nombre del plan	Ludiplan anual
Precio	\$180.00

Descripción	Incluye cinco juguetes y un cambio de ludicaja mensual, incluyendo gastos de envío
Lugar y espacio	Tienda en línea
Insumos directos	Cinco juguetes elegidos por el cliente

Fuente: Elaboración propia

#### **2.4. VENTAJA COMPETITIVA**

El desarrollo de la ventaja competitiva para un negocio digital como Ludikiny share implica analizar su valor como idea innovadora en El Salvador, cada empresa busca distintas vías para lograr sus objetivos, algunas se basan en reducir sus costos para ofertar precios que sean aceptados por el mercado, otras buscan desarrollar características únicas en sus productos para diferenciarse de la competencia y otras por su parte se enfocan en mercados más reducidos.

Ludikiny Share busca crear ventaja por medio de la diferenciación ofreciendo una experiencia única que implica interactuar con los usuarios por medio de una plataforma digital visualmente atractiva que integre información valiosa sobre temas de interés en la educación de los pequeños.



## 2.5. PLAN ORGANIZACIONAL

### a. Objetivos del plan organizacional

#### Objetivo General

- Crear una estructura organizativa eficiente que mantenga una gestión fluida de las operaciones de la empresa y que asegure claridad en los roles de cada colaborador para mantener una comunicación eficiente entre los departamentos.

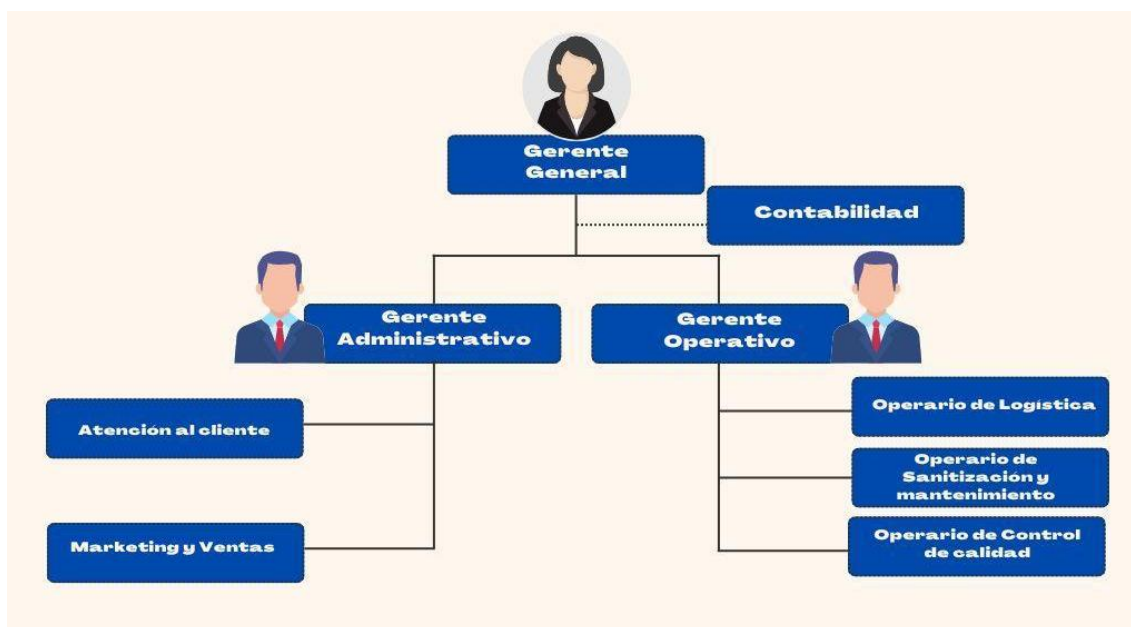
#### Objetivos Específicos

- Fomentar una cultura organizacional basada en la colaboración, en la innovación y responsabilidad social, para que todos los miembros trabajen en equipo con la misión de ofrecer una solución eficiente ante cualquier dificultad.

- Retener talento clave en áreas como atención al cliente, tecnología y logística por medio de programas de capacitación claros e innovadores que motiven al equipo en cumplir con la misión de la empresa.

### b. Estructura organizativa de la empresa

Figura 17: Estructura organizativa de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Se ha desarrollado una estructura organizativa que cubra con el personal mínimo las necesidades que surgen en la ejecución del negocio, teniendo como pilar principal la comunicación efectiva para ofertar un servicio competitivo e integral.

### Funciones

Tabla 7: Funciones

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	No personas asignadas	Persona responsable
Gerencia General	Liderar de forma estratégica y con acciones concretas la misión y visión de la empresa.	Liderazgo organizacional	1	Josselyn

	<p>Monitorear los indicadores claves de desempeño.</p> <p>Coordinar y supervisar las operaciones de todos los departamentos.</p> <p>Identificar posibilidades de expansión para la empresa.</p>	<p>Inteligencia emocional</p> <p>Comunicación efectiva</p> <p>Inteligencia emocional</p> <p>Habilidades financieras</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Manejo de paquetes de Office</p>		
Gerencia Administrativa	<p>Gestión del recurso humano.</p> <p>Elaboración de proyecciones.</p> <p>Analizar costos y optimizar procesos.</p> <p>Contratación de servicios logísticos.</p> <p>Compra de inventario.</p> <p>Supervisión de campañas de marketing.</p> <p>Control presupuestario.</p>	<p>Conocimiento de tecnología</p> <p>Liderazgo</p> <p>Resolución de conflictos</p> <p>Manejo eficiente del tiempo</p> <p>Manejo de paquetes de Office</p>	1	Rosalina Hernández
Gerencia Operativa	<p>Dirigir personal a su cargo.</p> <p>Asegurar la correcta aplicación de procesos de sanitización de juguetes.</p> <p>Gestionar lineamientos de mejora de procesos.</p> <p>Revisar y controlar inventarios</p>	<p>Liderazgo</p> <p>Neutralidad</p> <p>Autoridad</p> <p>Organización</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Planificación efectiva</p>	1	Teresa Liliana Candelario

Atención al Cliente	<p>Responder a consultas de los clientes.</p> <p>Procesar los pedidos.</p> <p>Procesar cambios de cajas.</p> <p>Verificar que las entregas sean realizadas a tiempo.</p> <p>Procesar y dar seguimiento a quejas para que sean resueltas de forma efectiva.</p> <p>Brindar asesoramiento sobre la elección de los juguetes.</p>	<p>Creatividad e innovación.</p> <p>Ser empático/a.</p> <p>Comunicación efectiva.</p> <p>Conocimiento de herramientas informáticas.</p> <p>Excelente manejo de relaciones interpersonales.</p>	1	Colaborador 1
Marketing y Ventas	<p>Desarrollar estrategias de marketing.</p> <p>Retroalimentar a la gerencia sobre las metas alcanzadas.</p> <p>Establecer parámetros de medición de resultados.</p> <p>Supervisar el buen funcionamiento de la tienda en línea.</p> <p>Analizar el mercado y las competencias.</p> <p>Mantener una imagen de marca coherente en todas las plataformas digitales.</p>	<p>Ser creativo</p> <p>Pensamiento estratégico</p> <p>Adaptabilidad</p> <p>Ser estrategia para mantener el engagement de los usuarios en diversas plataformas</p>	1	Colaborador 2
Operario de Logística	<p>Organizar y empacar las cajas de juguetes según el listado solicitado por el cliente.</p> <p>Etiquetar cada paquete verificando dirección, número de contacto, nombre del cliente entre otros datos. para que pueda llegar a su destino.</p>	<p>Excelente comunicación oral y escrita</p> <p>Manejo de paquetes de office</p>	1	Colaborador 3

	<p>Colocar el número correcto de juguetes según la especificación del pedido.</p> <p>Recepción de paquetes devueltos.</p> <p>Traslado a sanitización de paquetes recibidos.</p> <p>Coordinar recogida y entrega con las empresas de transporte.</p> <p>Supervisar el estado de los juguetes.</p> <p>Realizar inventario.</p> <p>Pasar la requisición de materiales o juguetes que deben ser sustituidos para su respectiva compra.</p>	<p>Manejo de herramientas tecnológicas de inventarios.</p> <p>Organización.</p> <p>Atención a los detalles</p>		
Operario de Sanitización y mantenimiento	<p>Desinfección con productos adecuados según el material del juguete.</p> <p>Dar atención a los protocolos de limpieza establecidos por la tienda.</p> <p>Realizar cambio de baterías.</p> <p>Pruebas con regularidad del funcionamiento de los artículos.</p> <p>Realizar reporte de fallas en juguetes.</p> <p>Poner en cuarentena los juguetes que retornan a la tienda.</p>	<p>Atención a los detalles.</p> <p>Excelente comunicación oral y escrita.</p> <p>Manejo de herramientas de limpieza.</p> <p>Manejo de herramientas de Office</p>	1	Colaborador 4
	<p>Revisión a detalle de cada juguete que forme parte del inventario.</p>	<p>Organización.</p>	1	Colaborador 5

Operario de control de Calidad	Reemplazo de piezas dañadas o deterioradas para garantizar la calidad de los juguetes.	Atención a los detalles.		
	Pruebas con regularidad del funcionamiento de los artículos.	Conocimiento de herramientas.		
	Dar seguimiento a reportes de fallas.	Conocimiento de juguetes y sus funciones.		
	Verificación de empaqueo de productos.			
	Verificación de que el artículo cumpla con la desinfección estipulada.			

Fuente: Elaboración propia

### c. Organización de gestión y recursos humanos

Es necesario promover la contratación de personal para puestos administrativos con habilidades diversas, que cuenten con formación profesional universitaria y experiencia previa que abone con ideas frescas y enfoques creativos para la resolución de problemas.

A continuación se plasma el procedimiento para la contratación de personal:



A largo plazo es necesario crear un programa de capacitación enfocado en el desarrollo de habilidades que influyen en el funcionamiento del negocio. Siendo una empresa de manejo de artículos para niños será clave crear una cultura de bioseguridad integral y planes especiales de bonificaciones por alcance de metas.

La creación de un ambiente inclusivo con el fin de retener el talento a largo plazo que se ha desarrollado en la empresa, atendiendo sus necesidades, siendo siempre empáticos entre compañeros.

#### **d. Proceso administrativo**

**Planificación:** Se ofrecerá un servicio práctico y sostenible que permita a los padres y cuidadores alquilar juguetes educativos de alta calidad a través de un sistema de suscripción en línea. A corto plazo se captará los primeros suscriptores mediante el lanzamiento de una plataforma funcional; mientras que a largo plazo se establecerá la marca como líder en alquiler de juguetes y expandir la oferta de productos a nivel nacional.

**Organización:** Se designará a una persona para realizar las supervisiones generales del negocio. Se realizarán las contrataciones necesarias para los procesos, así como para el mantenimiento de sitios web. Se realizará un inventario inicial de juguetes, clasificados por edad y función educativa; además de una plataforma web con funcionalidades para suscripción, selección de productos y pagos en línea. Se coordinarán los servicios logísticos para la entrega y recolección de los paquetes de juguetes.

**Dirección:** En esta etapa se fomenta en el equipo la motivación necesaria además de alinearlos con los valores del negocio. Se promueve un enfoque innovador y orientado al cliente. Reuniones para evaluar objetivos y resolver problemas operativos.

**Control:** Para esta etapa se verificará que las tareas se realicen correctamente. Se medirá el nivel de satisfacción del cliente a través de reseñas, encuestas. Esto servirá para ver si se está dando cumplimiento a lo planeado.

### e. Identificación y características de recursos humanos

**Tabla 8: Tabla de identificación y características de recursos humanos**

Área	Características
Persona encargada de repartir los paquetes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Buen trato al cliente</li> <li>• Puntualidad</li> <li>• Gestión del tiempo</li> <li>• Manejo de tecnología básica</li> <li>• Puntualidad</li> <li>• Atención al detalle</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## 2.6. PLAN DE MERCADEO

### a. Objetivos del plan de mercadeo

#### Objetivo General

- Establecer estrategias comerciales funcionales que permitan alcanzar las ganancias proyectadas para el retorno de la inversión y expansión de la tienda en línea.

#### Objetivos específicos:

- Crear promociones que incentiven la suscripción de al menos 200 clientes en los próximos 3 meses con el ludiplan oro anual.
- Garantizar que la experiencia de alquiler de los productos promocionados en la tienda en línea cumpla con las expectativas del cliente.

### b. Resultados de la investigación de mercadeo

Se realizó una encuesta en línea utilizando como herramienta de recolección Google Forms dirigida a 50 personas de diversas edades que tengan relación con niños menores de 8 años, la información recolectada fue analizada con el objetivo de conocer la aceptación y percepción de un negocio digital de alquiler de juguetes lúdicos que ofrece

diferentes intercambiables por medio de la modalidad de suscripción. Se obtuvo un resultado que indica que la comunidad etaria entre los 29 y 38 años fue la de mayor participación con un 36%, esto es positivo para la investigación ya que el poder adquisitivo de este grupo es más estable.

Si se analiza la frecuencia de compra de juguetes de los encuestados, se observa que la preferencia de compra es de 1 vez al mes, lo que beneficia a LUDIKNY SHARE en donde puede tomar ventaja con los planes de suscripción mensual.

Otro aspecto importante que se obtuvo fue que los participantes tuvieron una mayor inclinación por la funcionalidad de los juguetes permitiendo de esta manera buscar artículos que cumplan con estas características y generen mejor aceptación al momento de la elección del cliente incluyendo funcionalidad motora, cognitiva y social.

El aseguramiento y la certeza que los artículos sean sanitizados de forma correcta es lo que el 70% de los encuestados indicaba para la toma de decisión de alquilar

Un punto de referencia en el caso de los métodos de pago analizados es que el 50% de los encuestados indicaba que prefiere hacer sus pagos en efectivo esto se puede ejecutar, aunque no es viable para el servicio ya que se pretende contratar empresas particulares para la entrega de paquetes; el uso de tarjetas de crédito y debito tuvo un 34% como resultado, esto indica que es necesario establecer proceso más fáciles y confiables en la plataforma para no perder clientes potenciales.

Sobre el uso de redes sociales

Al analizar los resultados del uso de redes sociales, se obtuvo que Facebook y WhatsApp son las redes sociales más populares entre los encuestados (30% y 28%, respectivamente). Esto representa una oportunidad única para desarrollar estrategias publicitarias efectivas y conectar con un público más amplio de padres de familia y responsables de niños.

### **c. Marketing Mix digital**

Como lo indica Philip Kotler (2012), el marketing es la administración de relaciones redituables con el cliente. La meta doble del marketing consiste en atraer a nuevos clientes prometiéndoles un valor superior y mantener y hacer crecer a los clientes actuales satisfaciendo sus necesidades.

En cuatro grandes grupos se han clasificado las principales herramientas de la mezcla de marketing, denominadas las cuatro P del marketing: producto, precio, plaza y promoción. Para entregar su propuesta de valor, la empresa primero debe crear una oferta que satisfaga una necesidad (producto). Debe decidir cuánto cobrará por la oferta (precio) y cómo la pondrá a disposición de los consumidores meta (plaza). Finalmente, debe comunicarles a los clientes meta la oferta y persuadirlos de sus méritos (promoción). (Kotler, 2012, p.12).

### **PRODUCTO**

Existen muchas definiciones para el término, pero en mercadeo el concepto más acorde es el que establece Stanton (2007) quien indica que producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

En el mundo todo negocio busca establecer reputación, colocarse como favorito entre los consumidores, generar las máximas ganancias posibles, para lograrlo las empresas desarrollan productos innovadores con el propósito de ir un paso arriba de la competencia, los mercados se vuelven más exigentes y las últimas generaciones de consumidores buscan productos de tendencia.

### **PRECIO**

Según Kotler y Armstrong (2017), el precio es "la cantidad de dinero que un consumidor está dispuesto a pagar por un producto o servicio" (p. 340). Este concepto destaca que el precio no solo refleja un valor monetario, sino que también está relacionado con las percepciones de valor y la disposición de los consumidores a intercambiar dinero por los beneficios que perciben en un producto o servicio.

El precio como instrumento de valor: el precio está íntimamente relacionado con el valor percibido por el consumidor. Kotler y Armstrong señalan que "el precio es el único componente del marketing mix que genera ingresos, mientras que los demás componentes generan costos" (Kotler & Armstrong, 2017, p. 342). Esto refleja su importancia en la estrategia global de la empresa, ya que no solo es un factor clave de competitividad, sino también un reflejo del valor que se percibe en el mercado.

Precios basados en costos: Según Kotler y Armstrong (2017), "una estrategia comúnmente usada es la fijación de precios basada en costos, que se calcula sumando un margen de ganancia a los costos totales del producto" (p. 343). Este enfoque es útil para empresas que operan con márgenes más predecibles, pero no siempre refleja el valor percibido por los consumidores.

Precios basados en el valor: En este caso, el precio se establece en función del valor que el producto tiene para el cliente, más que los costos de producción. Kotler y Armstrong indican que "el precio basado en el valor requiere que los vendedores comprendan las expectativas y percepciones de valor del consumidor" (2017, p. 344). Aquí, el precio puede ser superior al de los competidores si los consumidores perciben un valor adicional en el producto o servicio.

Precios basados en la competencia: "En mercados con mucha competencia, las empresas pueden fijar precios en función de los precios de la competencia, ajustándose según la ventaja o desventaja percibida en el producto" (Kotler & Armstrong, 2017, p. 345). Esta estrategia se usa para mantener la competitividad y evitar pérdidas de cuota de mercado.

Estrategias de fijación de precios de una mezcla de productos según Kotler y Armstrong (2017):

Fijación de precios de línea de productos: Las compañías acostumbran desarrollar líneas de productos, en lugar de productos únicos. En la fijación de precios de línea de productos, la gerencia debe decidir los escalones de precios entre los diversos productos de una línea.

Fijación de precios de productos opcional: Muchas compañías usan la fijación de precios de producto opcional; es decir, ofrecen la venta de productos opcionales o accesorios junto

con el producto principal. Las compañías deben decidir qué artículos incluirán con el precio base y cuáles como opcionales.

**Fijación de precios de producto cautivo:** Las compañías que fabrican productos que deben usarse junto con un producto principal emplean la fijación de precios de producto cautivo. Algunos ejemplos son las hojas para máquinas de afeitar, los videojuegos y los cartuchos para impresoras.

**Fijación de precios de subproductos:** La producción de productos y servicios a menudo genera subproductos. Si los subproductos no tienen valor y deshacerse de ellos es costoso, esto afecta la fijación del precio del producto principal. Por medio de la fijación de precios de subproductos el fabricante busca un mercado para estos subproductos para compensar los costos de desecharlos y lograr que el precio del producto principal sea más competitivo.

**Fijación de precios de productos colectivos:** Al fijar precios de productos colectivos, los vendedores suelen combinar varios de sus productos y ofrecer el conjunto a un precio reducido. La fijación de precios de productos colectivos ayuda a promover las ventas de productos que de otra forma los consumidores tal vez no comprarían, pero el precio combinado debe ser lo suficientemente bajo como para lograr que compren el paquete.

## **PLAZA**

Plaza, dentro de las 4Ps del marketing representa un conjunto de actividades que una empresa realiza para lograr que sus productos lleguen al mercado meta, considerando canales, cobertura, ubicaciones, inventario, transporte y logística.

Según Kotler y Armstrong (2018), la Plaza implica el conjunto de actividades y decisiones como:

### **Canales de distribución**

Una de las decisiones más importantes en la Plaza es la elección de los canales de distribución que permiten determinar los caminos a través de los cuales el producto pasa para llegar al consumidor final.

- **Canal de marketing directo**, no tiene niveles de intermediarios; la compañía vende directamente a los consumidores
- **Canales de marketing indirecto**: Involucra intermediarios como mayoristas, distribuidores, minoristas, etc., que facilitan el proceso de llevar el producto al consumidor final.

### **Gestión de Canales Verticales y Horizontales**

Se debe profundizar en el comportamiento de los canales de distribución desde una perspectiva vertical y horizontal

- **El conflicto horizontal** es el que ocurre entre empresas que están en el mismo nivel del canal
- **El conflicto vertical** ocurre entre distintos niveles del mismo canal, Un canal vertical puede ser integrado (donde una empresa controla todas las etapas del canal, desde la producción hasta la venta) o contractual (donde varias empresas independientes se comprometen a colaborar en el mismo canal).

### **Logística y Gestión de Inventarios**

El aspecto logístico de la Plaza es esencial para la distribución eficiente de los productos. Según Kotler y Armstrong, la gestión logística cubre almacenamiento, transporte y distribución dentro de:

- **Almacenamiento** : La ubicación y gestión de los almacenes son fundamentales para asegurar la disponibilidad continua del producto. Kotler y Armstrong mencionan la importancia de las decisiones sobre la centralización o descentralización de los almacenes, dependiendo de las necesidades del mercado y la estrategia de distribución.
- **Transporte**: El transporte es el primer componente de la logística y se refiere al movimiento físico de los productos desde el lugar de producción hasta los puntos de venta
- **Logística en la distribución**: Kotler y Armstrong (2018) definen la logística como el conjunto de actividades necesarias para gestionar el transporte, almacenamiento y entrega de productos de manera eficiente al consumidor final.

### **Distribución Multicanal**

Kotler y Armstrong subraya el creciente uso de la distribución multicanal, que implica canales tradicionales (tiendas físicas) y canales digitales (comercio electrónico), en la cual las empresas utilizan diferentes tipos de canales de distribución para llegar a distintos segmentos de mercado. Este modelo se basa en la idea de que una empresa no debe depender de un solo canal, sino diversificar sus esfuerzos para asegurar mayor alcance y cobertura de mercado.

Manejo de la cadena de suministro: Es crucial gestionar bien la cadena de suministro, que incluye todas las actividades y procesos necesarios para que el producto llegue de manera eficiente desde el productor hasta el consumidor final.

### **PROMOCIÓN**

Según Stanton (2007), la promoción desde la perspectiva de marketing sirve para lograr los objetivos de una organización. En ella, se usan diversas herramientas para tres funciones promocionales indispensables: informar, persuadir y comunicar un recordatorio al auditorio meta.

El producto más útil fracasa si nadie sabe de su existencia, de modo que la primera tarea de la promoción es informar. Más allá de simplemente tener conciencia de un producto o marca, los consumidores deben entender qué beneficios proporciona, cómo funciona y cómo obtenerlo. Otro objetivo de la promoción es la persuasión. La competencia intensa entre las compañías genera una presión enorme sobre los programas promocionales de los vendedores. En una economía con oferta abundante de productos, los consumidores disponen de muchas alternativas para satisfacer, inclusive, sus necesidades fisiológicas básicas. En consecuencia, la promoción persuasiva es esencial. También se debe recordar a los consumidores sobre la disponibilidad de un producto y su potencial para satisfacer. Los vendedores bombardean el mercado con miles de mensajes cada día con la esperanza de atraer a consumidores nuevos y establecer mercados para productos nuevos. Dada la intensa competencia para atraer la atención de los consumidores, hasta una empresa establecida debe recordar constantemente a la gente su marca para conservar un lugar en sus mentes. (Stanton, 2007).

La mezcla de promoción de una compañía, también llamada mezcla de comunicaciones de marketing, consiste en la mezcla específica de publicidad, relaciones públicas, ventas personales, promoción de ventas y herramientas de marketing directo que utiliza la compañía para comunicar valor para el cliente de forma persuasiva y establecer relaciones con éste. (Kotler, 2012).

Las variables utilizadas en la investigación son publicidad y marketing directo.

#### **d. Estrategias del Marketing Mix digital**

##### **PRODUCTO**

Ludikiny Share en su catálogo cuenta con diferentes líneas de productos, que se han estructurado basándose en las características de funcionamiento de los juguetes y en los factores de desarrollo infantil.

Cada Ludicaja tendrá una combinación de estas líneas elegidas acorde a los gustos y preferencias del cliente.

##### **Estrategia 1: Creación de un portafolio de productos**

Objetivo: Ofrecer una variedad de juguetes para los diferentes gustos de los padres y responsables familiares con sus hijos.

Descripción: Agrupar los juguetes según las edades para un fácil acceso a la selección de los productos y facilitar la gestión y organización

Táctica:

- Creación de líneas de productos con juguetes acorde a cada edad.

Figura 18: Catálogo de juguetes

## Catálogo de juguetes

### Edad sugerida 1 a 2 años



#### Nido de Gallinas

Consta de 4 piezas y una base circular. Los niños pueden aprender sobre la secuencia y el ciclo de vida de una gallina y jugar en varios estilos.

- Incluye 4 piezas para apilar y una base anidada.
- Fortalecer las habilidades motoras finas, desarrollar el pensamiento lógico y la resolución de problemas, y practicar el ordenamiento de tamaño y forma.
- Cronometra el tiempo mientras apilas el pollo para un desafío adicional!
- Fabricado de forma sostenible en Tailandia con madera de caucho sin químicos, pegamento sin formaldehído, pigmentos orgánicos y tintes a base de agua.

**Desarrollo matemático** **Desarrollo de coordinación** **Desarrollo Visual**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Caimán bailarín

Al movimiento, el caimán bailarín caminará y emitirá sonidos rítmicos de clic-clac.

- El caimán baila y hace un sonido de clic-clac mientras el niño camina con él
- Fabricado de forma sostenible en Tailandia con madera de caucho sin químicos, pegamento sin formaldehído, pigmentos orgánicos y tintes a base de agua.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo de lenguaje**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Martillo Peg

Incluye una tabla de madera con cuatro agujeros y un mazo de madera para practicar el martillo. Los niños pueden darle la vuelta y comenzar la diversión de nuevo.

Clava las clavijas en el tablero y luego dale la vuelta para comenzar el juego de nuevo!

Fortalece las habilidades motoras y la coordinación mano-ojo al tiempo que estimula el pensamiento estratégico del niño. Incluye 1 tabla, 1 martillo y 4 clavijas.

Fabricado de forma sostenible en Tailandia con madera de caucho sin químicos, pegamento sin formaldehído, pigmentos orgánicos y tintes a base de agua.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo Visual**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Andador Musical

Observa cómo los pájaros cobran vida y tocan música mientras tu hijo empuja el andador musical con forma de pájaro.

La música anima a los niños a caminar y moverse mientras ven a los pájaros picoteando frente a ellos. El andador viene equipado con una llave de tensión para ajustar la velocidad de giro de las ruedas. Velocidad de rueda ajustable y barra de sujeción según el tamaño y el nivel de habilidad del niño.

Desarrollar habilidades motoras gruesas y sentirse más cómodo con sus propios pies a través del juego.

Fabricado de forma sostenible en Tailandia con madera de caucho sin químicos, pegamento sin formaldehído, pigmentos orgánicos y tintes a base de agua.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo de lenguaje**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Caballito de pinguino

Fácil de agarrar para la mano de un niño pequeño. El pinguino se balancea mientras lo empujan por el suelo.

De tamaño perfecto para que lo agarren las manos pequeñas.

Utiliza pigmentos orgánicos y tintes a base de agua.

Fabricado con materiales sostenibles en Tailandia.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo de lenguaje**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Oso musical

Mientras está en movimiento, el oso golpea un xilófono para producir sonidos musicales únicos que estimulan a los niños pequeños a aprender a caminar. Si se tira de la cuerda hacia un lado, el oso golpeará el xilófono en diferentes tonos. Los juguetes de arrastre como estos son excelentes para alentar a los pequeños a seguir caminando y explorando el mundo con sus propios pies. Mejora el equilibrio, fortalece la coordinación mano-ojo y observa cómo se desarrollan las habilidades motoras gruesas a través del juego. Este oso de madera es el mejor compañero musical para caminar.

Las patas del oso gran y "corren" mientras es arrastrado.

El oso tocará notas diferentes a medida que tires de la cuerda hacia la izquierda y hacia la derecha, cambiando la orientación del xilófono y el lugar donde el oso golpea las teclas.

A través del juego, mejora el equilibrio, fortalece la coordinación mano-ojo y desarrolla la motricidad gruesa.

Fabricado de forma sostenible en Tailandia con madera de caucho sin químicos, pegamento sin formaldehído, pigmentos orgánicos y tintes a base de agua.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo de lenguaje**

## Catálogo de juguetes

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Golpear y Soltar

Es muy divertido para los niños golpear las pelotas hasta que caen y se deslizan.

Desarrolla la motricidad fina, favorece la coordinación mano-ojo y también mejora la comprensión de la causa y el efecto.

Alto para mayores de 12 meses.

Una rampa inclinada garantiza que ninguna bola se quede atrás una vez que cae a la base después de ser golpeada por el ligero martillo de madera.

Fabricado de forma sostenible en Tailandia con madera de caucho sin químicos, pegamento sin formaldehído, pigmentos orgánicos y tintes a base de agua.

**Desarrollo matemático** **Desarrollo de coordinación** **Desarrollo Visual**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Estrépito

Utilizando un movimiento alternativo hacia arriba y hacia abajo con ambas manos, los segmentos coloridos del juguete crearán varios sonidos de clic-clac.

Se producen varios sonidos de clic-clac cuando se manipula el juguete.

Mejora la motricidad fina al tiempo que fomenta la expresión creativa.

Adecuado para niños de 18 meses en adelante.

Fabricado de forma sostenible en Tailandia con madera de caucho sin químicos, pegamento sin formaldehído, pigmentos orgánicos y tintes a base de agua.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo de lenguaje**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Bloques Creativos

Construye un castillo o una ciudad! ¡Deja volar tu creatividad! Contiene 30 piezas con 10 formas. Hay 6 bloques de colores y 18 bloques naturales.

Contiene 30 piezas con 10 formas únicas.

6 bloques de colores y 18 bloques de colores naturales.

Los niños desarrollarán la resolución de problemas y el pensamiento matemático a través del juego con bloques.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo Visual**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Vasos para clasificar y contar

Los niños pueden aprender a clasificar y contar con este diseño simple que se puede utilizar de diversas maneras. Incluye instrucciones de juego y bolsa de algodón.

Incluye 5 vasos de colores, 25 fichas (5 de cada color) y 1 bolsa de almacenamiento.

Coloca cada ficha en su taza correspondiente después de mezclar las fichas sobre una superficie plana! ¡Tómate el tiempo para enfrentarte a un desafío adicional!

Puede incorporar estos vasos y fichas en casi cualquier entorno de juego educativo o sensorial para lograr un dinamismo adicional.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo de lenguaje**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Animalitos De Madera

Deja volar la imaginación de tu peque con el juguete Animalitos de madera para apilar y ordenar para niños y niñas pequeños de Fisher-Price! Los niños pueden apilar las piezas en la base para hacer un cocodrilo, un león, un koala o cualquier criatura que puedan imaginar. Además, toda esa actividad de ordenar y apilar les ayuda a desarrollar su motricidad fina y su capacidad de resolución de problemas. Está hecho con madera de bosques sostenibles con certificación FSC.

Este divertido juguete de clasificación y apilamiento con temática de animales fomenta la creatividad.

Está hecho con madera de bosques sostenibles con certificación del Forest Stewardship Council y viene sin plástico.

Ayuda a desarrollar la motricidad fina y la capacidad de resolución de problemas. Incluye 1 base de apilamiento y 3 bloques apilables.

Juego creativo inspirado en Montessori para niños y niñas pequeños a partir de 1 año.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo de lenguaje**

### Edad sugerida 1 a 2 años

#### Juguete Con Formas Y Sonidos De Vehículos

El Rompecaebas de vehículos con formas y sonidos de combina la clasificación de formas con los juegos de rompecabezas para disfrutar del doble de diversión con juegos que fomentan el desarrollo de habilidades. El bebé escuchará sonidos divertidos de vehículos y animales, así como también verá luces, a modo de recompensa cada vez que coloque una pieza del rompecabezas o una forma de temática animal en el lugar correcto. Las formas de animales se pueden encajar en la base o en la pieza correspondiente del rompecabezas de vehículos.

Coloca las piezas del rompecabezas y las formas en la base para activar los sonidos de vehículos y animales, así como las luces.

Pusha el botón del sol para activar los sonidos adicionales y juegos musicales divertidos.

Fomenta el desarrollo de la motricidad fina y enseña a bebés y niños y niñas pequeños a parte de cinco habilidades para resolver problemas.

**Desarrollo de coordinación** **Desarrollo de concentración** **Desarrollo de lenguaje**

# Catálogo de juguetes



## MEGA Bloks Mesa construye y destruye



Edad sugerida 1 a 2 años

**Descripción del producto:** Los niños pequeños pueden descubrir una nueva forma de jugar. Los pequeños constructores pueden ponerlos creativos cuando construyan sobre la mesa. Una vez que hayan terminado de construir, pueden pulsar los botones para activar los funciones de demeritar y echar abajo sus creaciones. Estos bloques están diseñados para adaptarse a manos pequeñas, por lo que son fáciles de sostener y apilar para desarrollar la motricidad fina, la creatividad y la imaginación. El juego de construcción incluye 1 mesa con 2 funciones de demeritar, 23 bloques de construcción grandes de diseño resistente y 1 figura de Bloks Builders. La mesa incluye la función de demeritar. Los niños pueden construir sobre la mesa y, a continuación, pulsar los botones para demeritar los bloques apilados sobre ella. Los bloques son compatibles con todos los conjuntos de construcción de MEGA Bloks para que los niños se diviertan aprendiendo sin parar. Estos bloques son ideales para niños a partir de 1 año, están respaldados por Fisher-Price y ayudan a desarrollar la motricidad fina, la creatividad y la imaginación.



Edad sugerida 1 a 2 años

## Casa del árbol de madera

A los bebés y niños pequeños les encantará la acción de rodar la pelota del juego de bolas. Los niños pueden usar el balancín para hacer que la pelota suene y suene la campana de la casa del árbol, o pueden dejarla caer en la rampa para que ruede hacia abajo y comience la diversión de nuevo. Este juguete es una forma emocionante para que su hijo descubra la causa y el efecto mientras desarrolla sus habilidades motoras finas. Juega para bebés y niños pequeños con temática de casa del árbol y emocionante acción de carrera con pelota.



## Magnetic Board Game

Edad sugerida 2 a 3 años



¡Crea un momento divertido con este juego de mesa magnético! Este juego viene con 2 palos magnéticos, 2 jugadores magnéticos y 1 pelota. Comience a jugar separándose en 2 equipos y juegue el niño tiene que controlar el jugador magnético sosteniendo el palo magnético debajo del tablero. La persona que pueda moverse y lanzar el balón a la portería contraria es el ganador.

¡Invita a amigos y familiares a jugar este juego creativo con imanes! Incluye 2 palos magnéticos, 2 jugadores magnéticos y 1 pelota. Controla a los jugadores magnéticos sosteniendo los palos magnéticos debajo del tablero. ¡Muevete y dispara el balón hacia la portería contraria para sumar puntos!



Edad sugerida 5 a 8 años

## Puzzle Abecedario

Un juego perfecto para aprender el abecedario desde 3 niveles diferentes. Primero podrán encajar cada letra en su color correspondiente mientras las trabajan a nivel sensorial y reconocen su forma a través del tacto. Seguidamente podremos animarlos a nombrarlas para iniciarse en la etapa alfabética. Y finalmente, podrán dibujarlas en la pizarra para ir poco a poco escribiendo sus primeras palabras. ¡Un juego muy completo para iniciarse en la lectoescritura!



## Pista de Canicas Trucos y Giros

Edad sugerida 3 a 4 años



Deja volar la imaginación de tu peque con el juguete Animalitos de madera para apilar y ordenar para niños y niñas pequeños de Fisher-Price! Los niños pueden apilar las piezas en la base para hacer un cocodrilo, un león, un koala o cualquier criatura que puedan imaginar. Además, toda esa actividad de ordenar y apilar les ayuda a desarrollar su motricidad fina y su capacidad de resolución de problemas. Está hecho con madera de bosques sostenibles con certificación FSC. Este divertido juguete de clasificación y apilamiento con temática de animales fomenta la creatividad.

Está hecho con madera de bosques sostenibles con certificación del Forest Stewardship Council y viene sin plástico. Ayuda a desarrollar la motricidad fina y la capacidad de resolución de problemas. Incluye 1 base de apilamiento y 9 bloques apilables.

Juego creativo inspirado en Montessori para niños y niñas pequeños a partir de 1 año.



## Smartmax Start

Edad sugerida 5 a 8 años

¡Un divertido juego de construcción magnética para los más pequeños! Con 23 piezas de colores, de gran tamaño, para su fácil manipulación. Será un primer juego de construcción que los acercará a los principios de ingeniería y geometría, mientras van explorando sus piezas y unen las bolas y las barras magnéticas entre ellas. Diversión, seguridad y aprendizaje con cada una de sus piezas.



# Catálogo de juguetes



## Aros



Edad sugerida 5 a 8 años

¡Practica tu puntería con este juego de lanzamiento de aros de madera! Incluye 6 aros de cuerda con cuentas de colores y 3 postes de madera de distintas alturas. ¡Coloca los postes cerca para principiantes y sepálos para un juego avanzado!

Explora las habilidades motoras finas mientras desarrolla una comprensión de causa y efecto y el pensamiento estratégico. Incluye 6 anillos con cuentas de colores y 3 postes de madera para jugar.



## Juego de criquet

Edad sugerida 5 a 8 años

Juego de croquet se puede jugar en interiores y exteriores. El juego incluye 4 bolas de madera de diferentes animales: pájaro, tigre, mono y rana, 2 mazos, 4 portillos y un soporte final. Bolsa incluida. ¡Es una versión para niños de un clásico juego de patio! Incluye 4 bolas de madera de diferentes animales (pájaro, tigre, mono y rana), 2 mazos, 4 portillos, bolsa y un soporte. Se puede jugar solo, con un compañero o en equipos.



Edad sugerida 3 a 4 años

## Minigolf



Juega al golf en la sala de juegos o en el patio trasero. El juego completo de minigolf consta de 2 palos de golf de madera para niños, 2 pelotas de madera, 3 tipos diferentes de pistas desafiantes y 1 hoyo. Ideal para 2 jugadores. Bolsa incluida. Desarrolle el amor por el juego desde una edad temprana con el juego completo de minigolf. Los niños crean diseños y crean su propio recorrido tanto en interiores como en exteriores con las pistas de actividad y el juego de bolas y agujeros incluidos. El juego incluye 2 putters, 2 pelotas de golf, 3 colinas de golf, 1 bandera y hoyo, y 1 bolsa para viaje y almacenamiento.



## Juego de pesca

Edad sugerida 3 a 4 años

Fomenta la coordinación y la motricidad. Estimula la concentración y la observación. Desarrolla la socialización y el trabajo en equipo. Favorece el reconocimiento de colores.



Fuente: Elaboración propia

- Creación de ludi cajas

Tabla 9: Ludicajas

	Nombre del plan	Cantidad de juguetes incluidos
1	Plan Básico Mensual	2 juguetes
2	Plan Intermedio Mensual	3 juguetes
3	Plan Avanzado Mensual	5 juguetes
4	Plan Oro Anual	5 juguetes

Fuente: Elaboración propia

## Estrategia 2: Asignación de marca

Objetivo: Diferenciar los productos en el mercado a través del uso de una marca

Descripción: Se busca crear un identidad que fluya en la percepción del consumidor y fortalezca la lealtad hacia la marca; facilitando la identificación del producto en el mercado.

Tácticas:

- Creación de logotipo



En cuanto a la tipografía tiene un estilo juguetón, lo que da a conocer un enfoque lúdico y amigable, evocando diversión y creatividad.

En cuanto a los colores se asocian a los siguiente:

Rojo: pasión, emoción y dinamismo

Verde: frescura, crecimiento y naturaleza

Azul: confianza, seguridad y estabilidad

Amarillo: alegría, creatividad y optimismo

En cuanto a la identidad visual es divertido y accesible; ideal para marcas que van enfocadas a infantes. La combinación de colores y forma transmite entusiasmo y dinamismo

- Registro en CNR

La inscripción de la empresa de alquiler de juguetes lúdicos para niños menores de 8 años es una táctica clave para formalizar su presencia en el mercado y generar confianza en sus clientes. Al estar registrada, asegura el cumplimiento de normativas legales, permitiendo una operación profesional y transparente.

### **Estrategia 3: Posicionamiento por atributo del producto**

Objetivo: Posicionar como atributo principal la bioseguridad del cliente, garantizando una desinfección rigurosa de los artículos puestos en alquiler.

Descripción de la Estrategia: Utilizar bolsas de tela etiquetadas con el proceso de desinfección para que el cliente se sienta seguro de que los artículos que recibe en su caja están limpios y son completamente confiables para el uso de sus hijos

Tácticas:

- Escribir una reseña en redes sociales del proceso de desinfección utilizado en la tienda, acompañado de fotografías y videos.
- Elaborar un sticker de garantía para que el cliente sepa que sus artículos han sido sanitizados.

- Envío de juguetes en bolsa protectora y caja plástica sanitizada



## PRECIO

Ludikiny Share ha elegido la asignación de precios de línea de productos.

### Estrategia 1: Asignación de precio de entrega uniforme

Objetivo: Cubrir el mercado del distrito de Chalatenango bajo los mismos precios de suscripción.

Descripción de la Estrategia: Utilizar diferentes empresas de envío de paquetes con el propósito de promediar los costos de envío.

Objetivo: Equilibrar el valor percibido por el cliente, reflejando el nivel de calidad e innovación teniendo en cuenta lo que los padres o responsables están dispuestos a pagar.

Tácticas:

- Planes escalonados: Crear diferentes niveles de suscripción que ofrecen más juguetes según el plan.

### Estrategia 2: Posicionamiento por Precio y Calidad

Objetivo: Ofrecer accesibilidad a juguetes de marcas reconocidas por su calidad, garantizando que los paquetes de suscripción tengan un precio atractivo en relación a los artículos que serán recibidos.

Descripción de la Estrategia: Crear un inventario con marcas de juguetes populares y de calidad, para garantizar que el precio de suscripción es bajo en relación a la compra de uno de los artículos ofrecidos

Tácticas:

- Comprar juguetes que estén en tendencia y que sean populares.
- Crear una ficha de identificación del artículo, que incluya la descripción del factor de desarrollo infantil para el que ha sido creado el juguete, la cantidad de piezas que lo conforman y las instrucciones de uso.
- Elegir artículos de materiales resistentes.

## **PLAZA**

Ludikiny Share, que ofrece un servicio de alquiler de juguetes para niños de primera infancia a través de suscripciones, las estrategias para la "plaza" (distribución) deben centrarse en garantizar la accesibilidad, conveniencia y la confianza del cliente.

### **Estrategia 1: Distribución Online Directa**

Objetivo: Proporcionar un acceso rápido y fácil al servicio de alquiler de juguetes creando una plataforma en línea intuitiva y accesible.

Descripción de la estrategia: El servicio es ofrecido por medio de suscripciones, por tanto, la distribución debe centrarse en facilitar la contratación del servicio online. A través de una plataforma web fácil de usar, los clientes pueden seleccionar y suscribir a los paquetes de alquiler de juguetes desde la comodidad de sus hogares.

Tácticas:

- Optimización de la plataforma estableciendo un proceso de suscripción claro y sin fricciones, fácil de navegar y sobre todo segura.
- Creación de una interfaz amigable de esta manera los usuarios ven de forma clara sus opciones de suscripción, la disponibilidad de artículos y el beneficio de cada paquete.

## **Estrategia 2: Entrega y Recogida Flexible de Juguetes**

Objetivo: Crear una logística de entrega y recolección de paquetes que permita visualizar en tiempo real la entrega del paquete según la contratación del usuario.

Descripción de la estrategia: establecer un sistema flexible y eficiente de entrega y recogida de juguetes en el domicilio del cliente, creando un esquema para ser compartido y negociado con las empresas que presten el servicio de entrega y recolección de las cajas.

Tácticas:

- Planificación efectiva de canales de entrega: Garantizar puntualidad y flexibilidad para cada suscripción. Por ejemplo, entrega dentro de 48 horas posterior a la suscripción.
- Recogida programada: coordinar de manera efectiva la fecha y hora de entrega de juguetes a la empresa encargada de recolectarlos.
- Supervisión y medición del rendimiento de entregas: Proporcionar un enlace que permita rastrear la entrega del paquete y que a su vez al ser recibido permita calificar la efectividad de la entrega y el tiempo.

## **PROMOCIÓN**

### **Estrategia 1: Marketing de contenidos**

Objetivo: Aumentar la visibilidad en las redes sociales a través de contenido informativo y educativo.

Descripción: Se utilizarán las redes sociales, haciendo mayor énfasis en Facebook por ser la que más utilizan las personas según los resultados de la investigación, seguido de WhatsApp, Tik Tok e Instagram.

Facebook: Se crearán anuncios de video y de imágenes, anuncios en historias, Carousel Ads, anuncios de colección, Lead Ads. Además de hacer publicaciones diarias en la página para llamar la atención de los padres y responsables de niños menores de 8 años.

Figura 19: Cuenta oficial de Facebook



Fuente: Elaboración propia

Tik tok: Crear Reels de carácter informativo, educativo para atraer a los padres y responsables a suscribirse.

Figura 20: Cuenta oficial de Tik Tok



Fuente: Elaboración propia

Instagram: Crear una cuenta profesional de empresa que sirva para la creación de contenido en historias, Reels, por carrusel, con el propósito de atraer a más seguidores a través de publicaciones que sirvan para informar como para educar.

Táctica:

- Crear contenido relevante a largo plazo.
- Publicar un tipo de contenido diferente para cada día de la semana.
- Responder a los comentarios de los que interactúan en las publicaciones.

### **Estrategia 2: Estrategia SEO**

Objetivo: Posicionar el sitio web en los primeros listados de búsqueda de buscadores como Google.

Descripción: Se definirán las palabras clave, para que al momento de hacer una búsqueda relacionada con juguetes para niños, sea el sitio de Ludikiny Share el que aparezca en las primeras listas y permita generar más visitas al sitio y que a la vez se suscriban.

Táctica:

- Generar enlaces directos a las redes sociales del negocio
- Utilizar Google Analytics para rastrear el tráfico del sitio web y de esta forma generar datos estadísticos sobre el negocio en línea.

### **Estrategia 3: Crear contenido publicitario**

Objetivo: Lograr que los que vean la publicidad se suscriban a un paquete de juguetes.

Descripción: Se crearán anuncios en las diferentes redes sociales en las que se promocióne los paquetes de juguetes disponibles y atraer a los usuarios hasta el sitio web donde se podrán suscribir. Además se publicarán las promociones o descuentos que se harán en fechas específicas.

Táctica:

- La creación de anuncios serán con diseños atractivos y llamativos que resalten los paquetes de suscripción de juguetes.
- Giveaway en fechas especiales.

### **Estrategia 4: Creación de sitio web**

Objetivo: Convertir a los visitantes del sitio web en clientes para de esta forma ir generando ventas.

Descripción: A través de la creación del sitio web se mostrarán los juguetes que están en disponibilidad, además se mostrará los planes con los que se cuenta. Los usuarios van a poder suscribirse y elegir el tipo de plan que prefieren, cancelar su suscripción elegida así como visualizar los diferentes medios de contacto que se ofrecen.

Táctica:

- Que el sitio web tenga un diseño atractivo y profesional para llamar la atención de los visitantes.
- Diferentes formas de pago

Figura 21: Diseño de Ludikiny Share

Fuente: Elaboración propia



## 2.7. PLAN DE VENTAS

### a. Objetivos del plan de ventas

#### Objetivo general

Establecer un sistema de suscripción eficiente que permita gestionar al menos 1900 suscriptores activos en el primer año, garantizando un proceso de selección, entrega y recolección de juguetes de manera puntual, con un índice de satisfacción del cliente superior al 90%.

#### Objetivos específicos

- Lograr una tasa de retención de al menos 60% asegurando una experiencia satisfactoria al usuario.
- Aumentar en más del 10% la cantidad de usuarios suscritos en el plan anual

### b. Proyección de ventas

Proyección de Ventas de Ludikiny share para el 2025

	Plan de Suscripción	Periodo	Precio
1	Plan Básico	Mensual	\$ 25.00
2	Plan Intermedio	Mensual	\$ 37.50
3	Plan Avanzado	Mensual	\$ 62.50
4	Plan Oro	Anual	\$ 180.00

#### Estimación de clientes:

- El número de suscriptores por plan será proyectado en función de un total estimado de clientes.

Tabla 10: Proyecciones de ventas en unidades año 2025

No	Planes	Unidad de medida	Precio unitario	2025												Total
				Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
1	Plan básico	Unidad	\$25.00	35	35	35	40	45	50	55	60	65	70	75	85	650
2	Plan intermedio	Unidad	\$37.50	30	30	30	35	40	45	50	55	60	65	70	90	600
3	Plan avanzado	Unidad	\$62.50	10	10	10	15	20	25	30	35	40	45	50	60	350
4	Plan oro	Unidad	\$180.00	6	6	6	11	16	21	26	31	36	41	46	54	300

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Proyecciones de ventas en dólares año 2025

No	Planes	2025												Total
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
1	Plan básico	\$875.00	\$875.00	\$875.00	\$1,000.00	\$1,125.00	\$1,250.00	\$1,375.00	\$1,500.00	\$1,625.00	\$1,750.00	\$1,875.00	\$2,125.00	\$16,250.00
2	Plan intermedio	\$1,125.00	\$1,125.00	\$1,125.00	\$1,312.50	\$1,500.00	\$1,687.50	\$1,875.00	\$2,062.50	\$2,250.00	\$2,437.50	\$2,625.00	\$3,375.00	\$22,500.00
3	Plan avanzado	\$625.00	\$625.00	\$625.00	\$937.50	\$1,250.00	\$1,562.50	\$1,875.00	\$2,187.50	\$2,500.00	\$2,812.50	\$3,125.00	\$3,750.00	\$21,875.00
4	Plan oro	\$1,080.00	\$1,080.00	\$1,080.00	\$1,980.00	\$2,880.00	\$3,780.00	\$4,680.00	\$5,580.00	\$6,480.00	\$7,380.00	\$8,280.00	\$9,720.00	\$54,000.00
<b>Total de ventas mensuales</b>		\$3,705.00	\$3,705.00	\$3,705.00	\$5,230.00	\$6,755.00	\$8,280.00	\$9,805.00	\$11,330.00	\$12,855.00	\$14,380.00	\$15,905.00	\$18,970.00	<b>\$114,625.00</b>
<b>Total de ventas anuales</b>														

Fuente: Elaboración propias

Este es un estimado basado en una cantidad inicial de 1900 clientes. Con el crecimiento de la base de clientes o la retención de los actuales, estos ingresos podrían aumentar.

## **2.8. PLAN FINANCIERO**

Este apartado permite conocer la situación financiera de la empresa, los planes de inversión, sus proyecciones de crecimiento, su estructura de costos y tener una idea de los resultados esperados si las metas se cumplen

### **a. Objetivos del plan financiero**

#### **Objetivo General**

Ser una herramienta de información veraz que ayude a la toma oportuna de decisiones de inversión.

#### **Objetivos Específicos**

- Identificar el punto de equilibrio que debe cumplirse para que la empresa tenga un crecimiento en los primeros cinco años.
- Conocer las proyecciones de inversión de los próximos cinco años y las oportunidades de crecimiento.

### b. Plan de inversión

Este plan de inversión muestra los objetivos financieros de la empresa, ya sea a corto, mediano o largo plazo con lo que pretende funcionar.

La inversión total inicial del negocio estimada es de \$21,284.11

**Tabla 12: Plan de inversión**

INVERSION INICIAL				
Concepto	Monto	Total Inversión	Fondos propios	Prestamos financieros
<b>Locales:</b>		\$ 200.00		
Alquiler	\$ 200.00			\$ 200.00
<b>Maquinaria y equipo</b>		\$ 1,408.00	\$ 1,408.00	
Computadora	\$ 600.00			
Máquina de desinfección (Polti Vaporetto Eco Pro 3.0)	\$ 250.00			
Estantes	\$ 199.00			
Escritorio	\$ 89.00			
Sillas	\$ 70.00			
Celular	\$ 200.00			
<b>Capital de trabajo</b>		\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
Efectivo	\$ 1,000.00			
<b>Inventario</b>				
Compra de juguetes	\$17,185.89	\$ 17,585.89	\$ 501.22	\$ 17,084.67
Plataforma digital	\$ 400.00			\$ -
<b>Constitución de la sociedad</b>		\$ 904.22	\$ 904.22	
Honorarios notariales por registro	\$ 750.00			
Inscripción de escritura pública y derechos de matrícula de comercio	\$ 154.22			
<b>Registro de marca de CNR</b>		\$ 186.00	\$ 186.00	
Conecta-DO	\$ 8.00			
Diario Oficial	\$ 38.00			
Diario El Salvador	\$ 40.00			
Pago Aranceles Registro de Propiedad Intelectual por cada clase de marca	\$ 100.00			
<b>Total</b>		<b>\$21,284.11</b>	<b>\$3,999.44</b>	<b>\$17,284.67</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 13: Distribución de compra de juguetes**

Detalle	Año 1		Costo total
	Unidades	Precio	
<b>Juguetes 1 a 2 años</b>	<b>255</b>		
Caiman Bailarin	30	\$30.00	\$900.00
Andador Musical	25	\$100.00	\$2,500.00
Caballito de pinguino	30	\$15.00	\$450.00
Golpear y soltar	40	\$40.00	\$1,600.00
Oso musical	25	\$60.00	\$1,500.00
Martillo Peg	35	\$30.00	\$1,050.00
Nidito de gallinas	35	\$25.00	\$875.00
Fisher-Price Juguete Con Formas Y Sonidos Puzzle De Vehículos	35	\$15.78	\$552.30
<b>Juguetes 2 a 3 años</b>	<b>95</b>		
Estrepito	20	\$25.00	\$500.00
Bloques Creativo	20	\$40.00	\$800.00
Vasos de clasificar y contar	15	\$25.00	\$375.00
Mini camara	25	\$6.00	\$150.00
Bloques de 40 unidades	15	\$10.00	\$150.00
<b>Juguetes 3 a 4 años</b>	<b>55</b>		
Zapato con cordones - Huerto	20	\$12.00	\$240.00
Magnetic Board Game	15	\$100.00	\$1,500.00
Juego de pesca	20	\$25.00	\$500.00
<b>Juguetes 5 a 8 años</b>	<b>91</b>		
Puzzle Abecedario Sweet Cocoon	21	\$30.39	\$638.19
Pista de Canicas Trucos y Giros	20	\$36.67	\$733.40
Smartmax Start	16	\$52.00	\$832.00
Aros	18	\$30.00	\$540.00
Juego de Croquet	16	\$50.00	\$800.00
<b>Total</b>			<b>\$17,185.89</b>

Fuente: Elaboración propia

c. Estructura de costos

En el siguiente cuadro se muestran los gastos de operación que la empresa devengará durante el proceso de operaciones.

**Tabla 14: Gastos de operación**

<b>ESTRUCTURA DE COSTOS DE OPERACIÓN LUDIKINY SHARE S.A. DE C.V.</b>		
<b>Rubro</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
<b>Costo de personal</b>		
Salarios	\$ 1,615.00	\$ 19,380.00
Prestaciones	\$ 254.36	\$ 3,052.35
<b>Sub total</b>	<b>\$ 1,869.36</b>	<b>\$ 22,432.35</b>
<b>Costos Operativos</b>		\$ -
Alquiler de local	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Servicios básicos	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Papelería	\$ 50.00	\$ 600.00
Publicidad y promoción	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Viáticos	\$ 50.00	\$ 600.00
Mantenimiento y sanitización	\$ 75.00	\$ 900.00
Servicio de reparto	\$ 475.00	\$ 5,700.00
Wompi	\$ 125.00	\$ 1,500.00
<b>Sub total</b>	<b>\$ 1,225.00</b>	<b>\$ 14,700.00</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 3,094.36</b>	<b>\$ 37,132.35</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 15: Financiamiento para ejecución del modelo de negocio**

Estos datos han sido consultados en Banco de América Central (ver anexo 5)

Años	5
Tasa Anual	16%
Financiamiento	\$ 17,284.67
Cuotas	60
Cuota Mensual	\$420.33

Año 1				
Mes	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
0				\$ 17,284.67
1	\$420.33	\$ 230.46	\$ 189.87	\$ 17,094.80
2	\$420.33	\$ 227.93	\$ 192.40	\$ 16,902.40
4	\$420.33	\$ 222.77	\$ 197.56	\$ 16,509.88
5	\$420.33	\$ 220.13	\$ 200.20	\$ 16,309.68
6	\$420.33	\$ 217.46	\$ 202.87	\$ 16,106.81
7	\$420.33	\$ 214.76	\$ 205.57	\$ 15,901.24
8	\$420.33	\$ 212.02	\$ 208.31	\$ 15,692.93
9	\$420.33	\$ 209.24	\$ 211.09	\$ 15,481.83
10	\$420.33	\$ 206.42	\$ 213.91	\$ 15,267.93
11	\$420.33	\$ 203.57	\$ 216.76	\$ 15,051.17
12	\$420.33	\$ 200.68	\$ 219.65	\$ 14,831.53

Año 2				
Mes	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
13	\$420.33	\$ 197.75	\$ 222.58	\$ 14,608.95
14	\$420.33	\$ 194.79	\$ 225.54	\$ 14,383.41
15	\$420.33	\$ 191.78	\$ 228.55	\$ 14,154.85
16	\$420.33	\$ 188.73	\$ 231.60	\$ 13,923.26
17	\$420.33	\$ 185.64	\$ 234.69	\$ 13,688.57
18	\$420.33	\$ 182.51	\$ 237.82	\$ 13,450.76
19	\$420.33	\$ 179.34	\$ 240.99	\$ 13,209.77
20	\$420.33	\$ 176.13	\$ 244.20	\$ 12,965.57
21	\$420.33	\$ 172.87	\$ 247.46	\$ 12,718.11
22	\$420.33	\$ 169.57	\$ 250.75	\$ 12,467.36
23	\$420.33	\$ 166.23	\$ 254.10	\$ 12,213.26
24	\$420.33	\$ 162.84	\$ 257.49	\$ 11,955.78

Año 3				
-------	--	--	--	--

Mes	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
25	\$420.33	\$ 159.41	\$ 260.92	\$ 11,694.86
26	\$420.33	\$ 155.93	\$ 264.40	\$ 11,430.46
27	\$420.33	\$ 152.41	\$ 267.92	\$ 11,162.53
28	\$420.33	\$ 148.83	\$ 271.50	\$ 10,891.04
29	\$420.33	\$ 145.21	\$ 275.12	\$ 10,615.92
30	\$420.33	\$ 141.55	\$ 278.78	\$ 10,337.14
31	\$420.33	\$ 137.83	\$ 282.50	\$ 10,054.64
32	\$420.33	\$ 134.06	\$ 286.27	\$ 9,768.37
33	\$420.33	\$ 130.24	\$ 290.08	\$ 9,478.29
34	\$420.33	\$ 126.38	\$ 293.95	\$ 9,184.33
35	\$420.33	\$ 122.46	\$ 297.87	\$ 8,886.46
36	\$420.33	\$ 118.49	\$ 301.84	\$ 8,584.62

Año 4				
Mes	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
37	\$420.33	\$ 114.46	\$ 305.87	\$ 8,278.75
38	\$420.33	\$ 110.38	\$ 309.95	\$ 7,968.80
39	\$420.33	\$ 106.25	\$ 314.08	\$ 7,654.72
40	\$420.33	\$ 102.06	\$ 318.27	\$ 7,336.46
41	\$420.33	\$ 97.82	\$ 322.51	\$ 7,013.95
42	\$420.33	\$ 93.52	\$ 326.81	\$ 6,687.14
43	\$420.33	\$ 89.16	\$ 331.17	\$ 6,355.97
44	\$420.33	\$ 84.75	\$ 335.58	\$ 6,020.39
45	\$420.33	\$ 80.27	\$ 340.06	\$ 5,680.33
46	\$420.33	\$ 75.74	\$ 344.59	\$ 5,335.74
47	\$420.33	\$ 71.14	\$ 349.19	\$ 4,986.55
48	\$420.33	\$ 66.49	\$ 353.84	\$ 4,632.71

Año 5				
Mes	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
49	\$420.33	\$ 61.77	\$ 358.56	\$ 4,274.15
50	\$420.33	\$ 56.99	\$ 363.34	\$ 3,910.81
51	\$420.33	\$ 52.14	\$ 368.19	\$ 3,542.62
52	\$420.33	\$ 47.23	\$ 373.09	\$ 3,169.53
53	\$420.33	\$ 42.26	\$ 378.07	\$ 2,791.46
54	\$420.33	\$ 37.22	\$ 383.11	\$ 2,408.35
55	\$420.33	\$ 32.11	\$ 388.22	\$ 2,020.13
56	\$420.33	\$ 26.94	\$ 393.39	\$ 1,626.73
57	\$420.33	\$ 21.69	\$ 398.64	\$ 1,228.09
58	\$420.33	\$ 16.37	\$ 403.95	\$ 824.14
59	\$420.33	\$ 10.99	\$ 409.34	\$ 414.80
60	\$420.33	\$ 5.53	\$ 414.80	\$ -

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 16: Proyección de ventas**

La proyección de ventas que se presenta a continuación indica que a partir del segundo año se calcula un crecimiento de 8% y para los siguientes años se proyecta un 10% anual respectivamente.

PROYECCIÓN DE VENTAS															
Ventas	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Cantidad	Precio unitario	Total	Cantidad	Precio unitario	Total	Cantidad	Precio unitario	Total	Cantidad	Precio unitario	Total	Cantidad	Precio unitario	Total
Paquetes de suscripción y renovación															
Plan Básico	650	\$25.00	\$16,250.00	702	\$25.00	\$17,550.00	772	\$25.00	\$19,305.00	849	\$25.00	\$21,235.50	934	\$25.00	\$23,359.05
Plan Intermedio	600	\$37.50	\$22,500.00	648	\$37.50	\$24,300.00	713	\$37.50	\$26,730.00	784	\$37.50	\$29,403.00	862	\$37.50	\$32,343.30
Plan Avanzado	350	\$62.50	\$21,875.00	378	\$62.50	\$23,625.00	416	\$62.50	\$25,987.50	457	\$62.50	\$28,586.25	503	\$62.50	\$31,444.88
Plan Anual	300	\$180.00	\$54,000.00	324	\$180.00	\$58,320.00	356	\$180.00	\$64,152.00	392	\$180.00	\$70,567.20	431	\$180.00	\$77,623.92
	1900		\$114,625.00	2052		\$123,795.00	2257.2		\$136,174.50	2482.92		\$149,791.95	2731		\$164,771.15

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17: Flujo de caja proyectado

Flujo de Caja Proyectado													
Año 2025													
	Inversión	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingreso por ventas		\$ 3,705.00	\$ 3,705.00	\$ 3,705.00	\$ 5,230.00	\$ 6,755.00	\$ 8,280.00	\$ 9,805.00	\$ 11,330.00	\$ 12,855.00	\$ 14,380.00	\$ 15,905.00	\$ 18,970.00
Capital inicial	\$ 17,284.67	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08	\$ 288.08
Total Ingresos		\$ 3,993.08	\$ 3,993.08	\$ 3,993.08	\$ 5,518.08	\$ 7,043.08	\$ 8,568.08	\$ 10,093.08	\$ 11,618.08	\$ 13,143.08	\$ 14,668.08	\$ 16,193.08	\$ 19,258.08
Egresos													
Costo de Venta		\$ 370.98	\$ 370.98	\$ 370.98	\$ 462.58	\$ 554.18	\$ 645.78	\$ 737.38	\$ 828.98	\$ 920.58	\$ 1,012.18	\$ 1,103.78	\$ 1,323.62
Alquiler		\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Servicios básicos		\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Sueldos y salarios		\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36	\$ 1,869.36
Otros gastos		\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00
Amortización de capital		\$ 189.87	\$ 192.40	\$ 194.96	\$ 197.56	\$ 200.20	\$ 202.87	\$ 205.57	\$ 208.31	\$ 211.09	\$ 213.91	\$ 216.76	\$ 219.65
Total de Egresos		\$ 3,655.21	\$ 3,657.74	\$ 3,660.30	\$ 3,754.50	\$ 3,848.74	\$ 3,943.01	\$ 4,037.31	\$ 4,131.65	\$ 4,226.03	\$ 4,320.45	\$ 4,414.90	\$ 4,637.63
Flujo de caja		\$ 337.87	\$ 335.34	\$ 332.78	\$ 1,763.58	\$ 3,194.34	\$ 4,625.07	\$ 6,055.77	\$ 7,486.43	\$ 8,917.05	\$ 10,347.63	\$ 11,778.18	\$ 14,620.45
Saldo Acumulado		\$ 337.87	\$ 673.21	\$ 1,005.99	\$ 2,769.57	\$ 5,963.91	\$ 10,588.98	\$ 16,644.75	\$ 24,131.18	\$ 33,048.23	\$ 43,395.86	\$ 55,174.04	\$ 69,794.49

Fuente: Elaboración propia

VAN = \$1,743.53

TIR = 17.37%

Valor Actual Neto (VAN): Indica que la valoración de rentabilidad en unidades monetarias es de \$1,743.53, esto significa que el proyecto considerando una tasa de interés de 16% es rentable, lo ideal es buscar un financiamiento con una tasa menor, para que se tenga un mejor margen.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Nos dice que la rentabilidad promedio anual es de 17.37%, es rentable, pero es necesario buscar un financiamiento con mejores tasas de interés.

**Tabla 18: Estado de resultados**

LUDIKINY SHARE SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE					
Estado de Resultados Proyectado del 31 dic 2025 al 31 dic 2030					
(EXPRESADO EN DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA)					
	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas	\$ 114,625.00	\$ 123,795.00	\$ 136,174.50	\$ 149,791.95	\$ 164,771.15
Costo de ventas	\$ 8,700.00	\$ 9,396.00	\$ 10,335.60	\$ 11,369.16	\$ 12,506.08
Ganancia Bruta	\$ 105,925.00	\$ 114,399.00	\$ 125,838.90	\$ 138,422.79	\$ 152,265.07
Gastos de Administración	\$ 26,632.35	\$ 28,762.94	\$ 31,639.23	\$ 34,803.15	\$ 38,283.47
Gastos de Venta	\$ 1,800.00	\$ 1,944.00	\$ 2,138.40	\$ 2,352.24	\$ 2,587.46
Gastos financieros	\$ 2,590.81	\$ 2,168.21	\$ 1,672.80	\$ 1,092.05	\$ 411.25
Utilidad antes de la Reserva Legal	\$ 74,901.84	\$ 81,523.86	\$ 90,388.47	\$ 100,175.35	\$ 110,982.89
Reserva Legal	\$ 5,243.13	\$ 5,706.67	\$ 6,327.19	\$ 7,012.27	\$ 7,768.80
Utilidad antes del ISR	\$ 69,658.71	\$ 75,817.19	\$ 84,061.28	\$ 93,163.08	\$ 103,214.09
Impuesto Sobre la Renta (ISR)	\$ 17,414.68	\$ 18,954.30	\$ 21,015.32	\$ 23,290.77	\$ 25,803.52
Ganancia del año	\$ 52,244.03	\$ 56,862.89	\$ 63,045.96	\$ 69,872.31	\$ 77,410.56

Ramirez Padilla indica que el punto en que los ingresos de la empresa son iguales a sus costos se llama punto de equilibrio; en él no hay utilidad ni pérdida. Para determinar el punto de equilibrio al ser un empresa que comercializa diversos paquetes de suscripción, se utilizó la fórmula siguiente:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Ponderado}}$$

Tomando los datos siguientes:

Costos fijos: 31,023.16

Margen de Contribución ponderado por producto:

Plan básico: \$6.99

Plan Intermedio: \$10.40

Plan avanzado: \$10.67

Plan oro: \$27.70

Dando como resultado lo siguiente:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$ 31,023.16}{\$ 55.75} = 556 \text{ paquetes}$$

## **2.9. PLAN DE TRABAJO**

### **a. Objetivos del plan de trabajo**

#### **Objetivo general**

- Planificar cada una de las actividades para llevar control y registro detallado de cada tarea y terminarla satisfactoriamente, sin gastos financieramente y sin gastos de tiempo.

#### **Objetivos específicos**

- Optimizar la gestión del tiempo en la ejecución de tareas
- Mantener un control riguroso de los recursos financieros y materiales





La plataforma ha logrado que un número significativo de clientes se suscriban, quienes ahora acceden a servicios y funciones exclusivas												
Con una base de clientes suscritos que se mantiene activa, la plataforma busca constantemente aumentar su comunidad.												
Diagnóstico y fortalecimiento del modelo												

Fuente: Elaboración propia

## **2.10. INDICADORES DE MEDICIÓN**

Con el propósito de medir el progreso del modelo de negocio digital Ludikiny Share utilizará como herramienta algunos KPI (Key Performance Indicator) traducido al español Indicador Clave de Rendimiento, se conoce que estos indicadores pueden ser aplicados a casi todas las áreas de una empresa, pero para que sean realmente efectivos deben cumplir con las siguientes características: Ser relevantes y estar enfocados en obtener información útil, tener bien definido el tiempo que van a medir, ser cuantificables, ser específicos y enfocarse en un solo aspecto, ser medibles estableciendo parámetros para conocer su magnitud.

A continuación se plantean algunos indicadores que se pretende aplicar en Ludikiny Share

1. Porcentaje de conversión de visitas a suscripciones del primer semestre 2025
2. Suscripción promedio contratada en el primer semestre 2025
3. Porcentaje de entregas completadas a tiempo en el primer semestre de 2025

Este indicador medirá la eficiencia logística del servicio, evaluando cuántas entregas de juguetes fueron realizadas dentro del plazo acordado con el cliente.

4. Nivel de satisfacción del cliente basado en valoraciones post-servicio durante el primer semestre de 2025

Se evaluará mediante encuestas o valoraciones recibidas por WhatsApp o redes sociales, con el fin de conocer la percepción de los usuarios respecto al servicio brindado.

## CONCLUSIONES

La importancia de incorporar elementos de juego educativos en las primeras etapas de vida se está volviendo parte importante en la cultura salvadoreña, esto como resultado de la influencia que tienen las tendencias, las nuevas generaciones quieren estar a la vanguardia, esto también influye en el comportamiento que los padres tienen con sus pequeños y su forma de educar con amor, con paciencia y tolerancia. Esta conclusión se concibe posterior a conocer lo que la población del distrito de Chalatenango opina al presentarse un proyecto de negocio digital como Ludikiny Share y su concepto distinto a lo habitual en el ámbito de compra de juguetes.

El cambio de idea de alquilar y no comprar en algo tan sensible como los juguetes de los pequeños es un punto a lo algunos padres no habían prestado atención, pero al tener una alternativa sustentable que evite una acumulación de artículos que son desfasados rápidamente y que en algunas ocasiones no son del total agrado de los pequeños; esto lo vuelve atractivo y comienza a crear la necesidad de buscar esta opción.

La oferta de una solución eficiente que permita a los niños disfrutar de una variedad de juegos que en algunos casos por su alto precio no están al alcance de las familias es un punto a favor para la idea de negocio planteada.

Nuevas políticas gubernamentales que El Salvador está adoptando como el modelo de Integración de la Primera Infancia y “Jugar Juntos” concientiza aun más a los padres sobre el valor del juego educativo y su impacto en el desarrollo infantil fomentando la participación activa de la familia y la integración de recursos que apoyen este proceso.

Es por ello que Ludikiny Share ofrece una alternativa de solución para las familias brindando acceso a juguetes de calidad, seguros e innovadores, por tal razón estar a la vanguardia de las tecnologías aplicadas en estos artículos es parte importante en el desarrollo y ejecución de este modelo, porque el mundo está cambiando y de la misma forma la educación infantil demanda mejores herramientas para estimular su desarrollo.

## RECOMENDACIONES

- El desarrollo infantil integral va tomando relevancia en el distrito de Chalatenango y como parte de la estrategia es recomendable que la tienda Ludikiny Share implemente campañas de sensibilización que vayan dirigidas a padres y responsables de niños menores de 8 años, esta iniciativa debe ser canalizada en informar los beneficios e impacto que los juguetes lúdicos representan en el desarrollo infantil, incluyendo contenido claro y realizando los estándares de seguridad e higiene que la empresa ofrece en sus productos.
- La tienda puede implementar diversos planes de incentivos que generen impacto en los clientes y estos recomienden los productos a otros usuarios que aún no estén seguros o convencidos de los beneficios asociados al alquiler de juguetes y a la rotación periódica de los artículos en casa que estimulan el desarrollo de nuevas habilidades en los pequeños, pero sobre todo que con esta iniciativa de negocio contribuyen a la reducción de desperdicios.
- La integración activa de juguetes lúdicos como herramienta complementaria en el proceso educativo de los niños debe ser acorde a la etapa de crecimiento y desarrollo, los padres deben acompañar y sobre todo proporcionar a sus pequeños tiempo de calidad acompañando con juegos que fortalezcan el vínculo familiar.
- El modelo de negocio Ludikiny Share tiene potencial para ser ejecutado, es recomendable optimizar el costo del financiamiento. Buscar alternativas crediticias con tasas de interés más competitivas por medio de programas gubernamentales es una solución que puede permitir incrementar los márgenes de rentabilidad y la inversión.

## BIBLIOGRAFÍA

- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de investigación. (6ta ed.). McGraw-Hill.
- Bernal, C. (2016). Aspectos generales sobre epistemología de la investigación. O, Fernandez. Metodología de la investigación.
- Sampieri, H., Collado, C., & Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Alonso, L. (1994). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Madrid: Síntesis.
- Kotler, P.. & Armstrong, G. (2012). Marketing. Naucalpan de Juárez, México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Porter, M. E. (1980). Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. (4º. ed). CECSA
- Ramírez Padilla David Noel. Contabilidad Administrativa (8va ed). Mc.Graw Hill
- Piaget, J. (1952). El nacimiento de la inteligencia en el niño. International Universities Press.
- Tamayo, M., (2003), El proceso de la investigación científica. México D. F., México: Limusa
- Faas, Ana Eugenia “Psicología del desarrollo de la niñez” Ana Eugenia Faas. - 2a ed
- Cerda, H. (2000). La investigación total. Bogotá: Magisterio, Mesa Redonda.
- ANDER-EGG, Ezequiel. 1995. Técnicas de investigación social. Lumen. Buenos Aires (Argentina).
- Bonilla Castro, E. y Rodríguez S. P. (2005). Más allá del dilema de los métodos: La investigación en ciencias sociales. Bogotá: Norma.
- Mendizábal, N. (2006). Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa. En: Vasilachis, Irene. (2006). Estrategias de investigación cualitativa. España: Gedisa.
- Freire, P. (1970). Pedagogy of the Oppressed. Continuum.

- Jackson, T. (2005). *Motivating Sustainable Consumption: A Review of Evidence on Consumer Behaviour and Behavioural Change*. Sustainable Development Research Network.
- McDonough, W., & Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.
- Lineamientos técnicos para la implementación del modelo de atención integral a la primera infancia. (2023). Gobierno de El Salvador.
- Juguemos juntos - Estrategia nacional del juego. (2023). Gobierno de El Salvador.
- Asociación Internacional para el Juego (IPA). (2013). *The Importance of Play in Early Childhood Development*.
- Westley, F., McGowan, K., & Tjornbo, O. (2014). *The Evolution of Social Innovation*. Stanford Social Innovation Review.
- UNICEF. (2020). *Estado mundial de la infancia 2020: niños, alimentación y nutrición - Crecer bien en un mundo cambiante*.
- UNICEF. (2023). *¿Por qué es importante el juego en la primera infancia?* Obtenido de <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/primeros-anos/por-que-es-importante-el-juego-en-la-primera-infancia>
- World Food Programme. (2024). El Salvador. Obtenido de <https://www.wfp.org/countries/el-salvador>
- MINSAL. (2023). “Ley Crecer Juntos para la Protección Integral de la Primera Infancia, Niñez y Adolescencia. Art.4”. Obtenido de <https://www.unicef.org/elsalvador/media/4611/file/Ley%20Crece%20Juntos.pdf>
- RAE. (2023). “Lúdico”. Obtenido de <https://dle.rae.es/l%C3%BAdico>
- Bind ERP. (2024). *¿Qué es una empresa S.A. de C.V?* Obtenido de <https://bind.com.mx/blog/emprendimiento-y-estrategia/empresas-sa-de-cv#:~:text=Espec%C3%ADficamente%2C%20las%20empresas%20SA%20de,d,e%20acciones%2C%20explica%20Negocios%20Inteligentes>.

- Centro Nacional de Registro (CNR). (Agosto 2024). Solicitud de Registro de Marca – persona natural (Formulario F0625). Recuperado de <https://www.cnr.gob.sv/download/solicitud-de-registro-de-marca-persona-natural-formulario-fspi01/>

## ANEXOS

### Anexo 1. Cuestionario estructurado para recolección de información sobre la percepción del modelo de negocio digital.



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



#### **Percepción de padres y responsables familiares de niños de 0 a 8 años en relación a un modelo de negocio digital de alquiler de juguetes**

**Objetivo:** Conocer la opinión de los padres y responsables familiares de niños menores de 8 años en relación a la adquisición de juguetes lúdicos por medio de una plataforma digital de alquiler con el fin de fomentar la adopción de un modelo de consumo más sostenible.

**Indicaciones:** Estimado participante, su opinión es muy importante para el desarrollo de la investigación que tiene fin académico; le agradecemos completar la encuesta seleccionando la opción que considere conveniente.

¿Cuál es su vínculo familiar con los infantes de 0 a 8 años que habitan en su hogar?

- Padre
- Madre
- Responsable Familiar (tutor)
- Abuelo/a
- Hermano/a
- Tío/a
- Primo/a

Otro: \_\_\_\_\_

Seleccione su edad:

- Menor de 18 años
- 18 a 28 años
- 29 a 38 años
- Mayor de 39 años

Género:

- Femenino
- Masculino

Ingresos familiares:

- De \$300 a \$600
- \$601 a \$900
- \$901 a \$1,200
- Más de \$1,201

1. ¿En qué lugar acostumbra comprar juguetes?

- Mercado
- Supermercado
- Centro comercial
- Tiendas chinas

2. ¿Con qué frecuencia compra juguetes?

- 1 vez por semana
- 1 vez por mes
- Cada 6 meses
- 1 vez al año

3. ¿Qué tipo de juguetes compra?

- Juguetes Sensoriales (Peluches, juguetes de agua, pelotas con textura, etc.)
- Juguetes de Motricidad (Bloques de construcción, caminadores, etc.)
- Juguetes Educativos (Libros de tela o cartón, instrumentos musicales, etc.)
- Juguetes Simbólicos (Muñecas, carritos, títeres, figuras de acción, etc.)
- Juguetes Electrónicos (Robots programables, tablets educativas, juegos de video, etc.)

Otro: \_\_\_\_\_

4. ¿A su criterio cuáles son los factores que más influyen a la hora de comprar o alquilar juguetes?

- Calidad
- Precio
- Marca
- Funcionalidad
- Diseño
- Garantía
- Disponibilidad
- Sostenibilidad ambiental

Otro: \_\_\_\_\_

5. ¿Estaría dispuesto a alquilar juguetes en una plataforma digital que le garantice seguridad en la limpieza de los mismos?

- Si
- No

6. ¿Qué tipo de acceso a internet utiliza?

- Datos Móviles
- Internet Residencial

Otros: \_\_\_\_\_

7. ¿Alguna vez ha realizado alguna compra o suscripción en un sitio web o una plataforma digital?

- Si
- No

8. ¿Qué formas de pago prefiere?

- Tarjeta de crédito o débito
- Efectivo
- Transferencia electrónica
- Depósito

Otros: \_\_\_\_\_

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una suscripción de juguetes con la oportunidad de poder cambiar los juguetes por la misma suscripción?

- \$10 a \$20
- \$21 a \$30
- \$31 a \$40
- Más de \$40

10. De las siguientes, ¿cuál red social utiliza con mayor frecuencia?

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- WhatsApp
- Youtube
- X

¡Gracias por su participación!

## Anexo 2: Formato de entrevista



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



### ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES Y ESPECIALISTAS EN EL ÁMBITO DE LA PRIMERA INFANCIA

**Objetivo:** Conocer la opinión de profesionales sobre los entornos y ambientes óptimos para el desarrollo de habilidades en niños de primera infancia a través de juguetes lúdicos.

Tema: “Diseño de modelo de negocio digital: LUDIKINY SHARE”

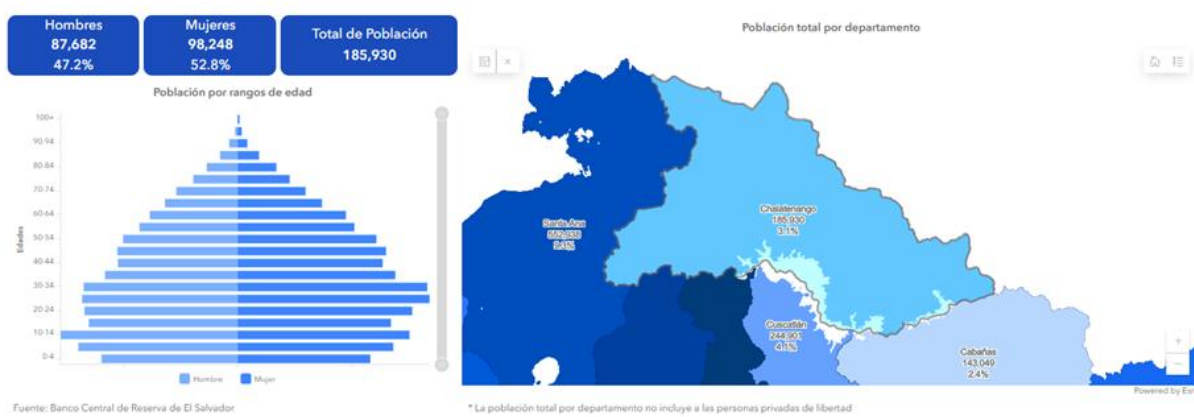
Fecha de entrevista: \_\_\_\_\_

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Profesión o cargo: \_\_\_\_\_

1. ¿Qué características considera que deben tener los juguetes para ser considerados adecuados para el aprendizaje y el desarrollo en la primera infancia?
2. ¿De qué manera un juguete lúdico contribuye al buen desarrollo de un niño en la primera infancia?
3. ¿Porque considera importante que los padres o responsables adquieran juguetes acorde a la etapa del desarrollo del infante?
4. ¿Qué características debe cumplir o poseer un juguete para ser considerado "Lúdico"?

### Anexo 3. Resultados censo 2024






## Anexo 5

[Página principal - Google Drive](#)
[Locking Share - Final - Docum...](#)
[Google Gemini](#)
[Simulador de cuotas y costo...](#)
[WhatsApp](#)
[Calculadora de Prestamo BAC](#)

[content.baccredomatic.com/es-es/applications/calc\\_pto/calculadora\\_pto.html?gad\\_source=1&gad\\_campaignid=22168188477&gclid=CjwKCAjw...](#)

Sucursal Electrónica | El Salvador



[PERSONAS](#)
[TARJETAS](#)
[PYMES](#)
[AFILIADOS](#)
[CORPORACIONES](#)
[NUESTRA EMPRESA](#)

## CALCULE LA CUOTA DE SU PRÉSTAMO

Monto a Solicitar:   
 Tasa de Interés:   
 Plazo en años:

Su cuota mensual es\*:

**\*IMPORTANTE:** Este servicio solo es de consulta, y no representa ninguna obligación para el Banco. El cálculo corresponde al valor de una cuota mensual. La información puede ser cambiada sin previo aviso. El cálculo solo comprende valor a capital mas intereses.No incluye seguros, comisiones, ni otros recargos relacionados.

[COOKIES](#) | [SEGURIDAD](#) | [POLÍTICA DE PRIVACIDAD](#) | [TÉRMINOS Y CONDICIONES](#)

Activar Windows  
 Vea a Configuración para activar Windows.  
 TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. 2016 © BAC INTERNATIONAL BANK