



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVO FINANCIERO PARA LA
CREACIÓN DE JUGUETERÍA PSICOPEDAGÓGICA PARA EL
DESARROLLO INTELECTUAL DE LA NIÑEZ EN
TEGUCIGALPA**

SUSTENTADO POR:

**KENNYA YASSETT SALGADO ZAPATA
DANIEL EDUARDO BURGOS MEJÍA**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**MÁSTER EN
FINANZAS**

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

OCTUBRE, 2018

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLÓN ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA

DESIREE TEJADA CALVO

DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA
FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DE JUGUETERÍA
PSICOPEDAGÓGICA PARA EL DESARROLLO INTELECTUAL
DE LA NIÑEZ EN TEGUCIGALPA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN
FINANZAS**

ASESOR

BLANCA CELEA BARAHONA

MIEMBROS DE LA TERNA:

**MIGUEL DUBÓN
MARIO GALLO
ALBERTINA NAVARRO**



FACULTAD DE POSTGRADO

Factibilidad administrativa financiera para la creación de Juguetería psicopedagógica para el desarrollo intelectual de la niñez en Tegucigalpa

**Kenny Yasset Salgado Zapata
Daniel Eduardo Burgos Mejía**

Resumen

El siguiente informe tiene como objetivo exponer el trabajo desarrollado en la tesis de maestría en Finanzas, el cual trata sobre la factibilidad de crear una juguetería psicopedagógica en Tegucigalpa.

Las ludotecas es una termino que debe ser familiar antes de leer este documento, proviene de la palabra griega Ludus que significa “Juego” y Theke que significa “lugar donde se guarda algo”. Una Ludoteca es un lugar de esparcimiento para niños y el cual se considera una biblioteca infantil, estos lugares son importantes para el desarrollo del infante que en los objetivos sociales de KidsLand, está el crear ludotecas que incentiven el juego como herramienta en el crecimiento y aprendizaje del niño.

Cabe destacar, que aparte del englobe social de la juguetería, el primero paso es conocer la factibilidad financiera de crearla, para lo cual se realizó una investigación amplia sobre proveedores, precios de juguetes, así como gastos y proyecciones de ventas que deben considerarse al inicio del proyecto. Luego de recopilar la información se prosiguió al cuadro y desarrollo de los estados financieros; los cuales, constituidos por el Estado de Resultado, el balance general y los flujos de efectivo descontados, nos dan los parámetros suficientes para calcular y concluir sobre la rentabilidad del negocio planteado.

En el análisis financiero se desarrolló el cálculo del VPN y TIR, las cuales para la Juguetería KidsLand es de 64.65% y L 822,700.10 respectivamente, valores que sustentan la implementación de la misma y las acciones necesarias para tener el negocio en marcha.

Palabras claves:

Análisis Financiero - Juguetería Psicopedagógica - Ludotecas - TIR (Tasa Interna de Retorno) - VPN (Valor Presente Neto)



GRADUATE SCHOOL

Factibilidad administrativa financiera para la creación de Juguetería psicopedagógica para el desarrollo intelectual de la niñez en Tegucigalpa

**Kennya Yassett Salgado Zapata
Daniel Eduardo Burgos Mejía**

Abstract

The following report aims to expose the work developed in the master's thesis in Finance, which addresses the feasibility of creating a psycho pedagogical toy store in Tegucigalpa.

Playroom or "Ludoteca – in Spanish", is a term that must be familiar before reading this document, comes from the Greek word Ludus which means "Game" and Theke which means "place where something is kept". A playroom is a place of recreation for children and which is considered a children's library, these places are important for the development of the infant.

It is therefore proposed a toy store called KidsLand, that among its social objectives is to create playrooms that encourage the game as a tool in the growth and learning of the child.

It is noteworthy that apart from the social inclusion of the toy store, the first step is to know the financial feasibility of creating it, for which an extensive research was carried out on suppliers, toy prices, as well as expenses and sales projections that should be considered at the beginning of the project.

After gathering the information, the development of the financial statements was continued, which are constituted by the Income Statement, the balance sheet and discounted cash flows, which give us sufficient parameters to calculate and conclude on the profitability of the proposed business. In the financial analysis the calculation of NPV and IRR was developed, which for the KidsLand Toy Store is 64.65% and L 822,700.10 respectively, values that support the implementation of this and the necessary actions to have the business in motion.

Keywords:

1.1.1 Financial analysis - IRR (Internal Rate Of Return) - Ludotecas – NPV (Net Present Value) - Psycho pedagogical toy store

DEDICATORIA

Este documento es dedicado a nuestro padre Dios, sin el cual nada de esto fuese posible, y del cual proviene la fortaleza y sabiduría para tomar las decisiones correctas durante nuestros estudios.

De igual manera agradecemos a nuestras familias, las cuales sin importar la circunstancia estuvieron siempre para apoyarnos y darnos los consejos sensatos y oportunos durante nuestra maestría en Finanzas.

AGRADECIMIENTO

El presente informe no hubiera sido posible sin la ayuda de nuestro asesor técnico, el cual retroalimentó y aprobó los métodos de investigación y financieros durante el análisis; y sobre todo a los amigos y familiares que brindaron su ayuda en aspectos técnicos o de forma de este documento, y crearon el camino por el cual nos guiamos en el desarrollo y culminación del mismo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.2 Introducción	1
1.3 Antecedentes del Problema	2
1.4 Definición del Problema.....	3
1.5 Objetivos del Proyecto	3
1.5.1 Objetivo general.....	3
1.5.2 Objetivos específicos	3
1.5.3 Preguntas.....	4
1.6 Justificación.....	4
1.7 La viabilidad del proyecto.....	4
1.7.1 Recursos materiales	5
1.7.2 Recursos económicos.....	5
1.7.3 Recursos Financieros	5
1.7.4 Recursos humanos	5
1.7.5 Tiempo	5
1.7.6 Información.....	6
1.8 La evaluación del proyecto	6
II. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Análisis de la Situación Actual	7
2.2 Teorías de Sustento	7
2.2.1 Análisis de las metodologías	8
2.2.1.1 Flujo de caja	8
2.2.1.2 Método del Valor Presente Neto.....	8
2.2.1.3 Método de la Tasa Interna de Rendimiento	9
2.2.2 Antecedentes de las metodologías.....	10
2.2.3 Criterio de las metodologías.....	10
2.3 Historia del juguete	11

2.3.1	Industria del juguete.....	11
2.4	Importancia de los juguetes psicopedagógicos	12
2.5	Juguetes TEGU	17
2.6	Marco legal.....	17
2.7	Ludoteca.....	17
2.8	Conceptualización	19
2.9	Hipótesis del proyecto.....	20
III.	METODOLOGÍA	21
3.1	Alcance.....	21
3.2	Unidades de Análisis (Variables de Investigación).....	21
3.3	Población y Muestra.....	22
3.4	Método de recolección de datos	26
3.4.1	Cuestionario	26
3.4.2	Grupo de dialogo.....	26
3.4.3	Análisis de documento	27
IV.	RESULTADOS Y ANÁLISIS	28
4.1	Resultados encuesta.....	28
4.2	Análisis administrativo.....	45
4.2.1	Perfiles de puesto	45
4.2.2	Misión	46
4.2.3	Visión.....	46
4.2.4	Proveedores.....	48
4.2.5	Marketing y Publicidad.....	53
4.3	Análisis Financiero.....	53
4.3.1	Proyecciones de Ventas	53
4.3.2	Inventario	58
4.3.2.1	Cedulas Juguetes Educativos	58
4.3.2.2	Cedulas Juguetes bajo licencia.....	60
4.3.2.3	Cedulas Juguetes al aire libre	61
4.3.2.4	Cedulas Juguetes electrónicos.....	63
4.3.2.5	Cedulas Juguetes de mesa	64

4.3.3	Ingresos por ventas	66
4.3.4	Compras de inventario	66
4.3.5	Costo de ventas	67
4.3.6	Inventario Final	67
4.3.7	Plan de Inversión.....	68
4.3.8	Financiamiento.....	69
4.3.9	Cálculo de Planilla	70
4.3.10	Estado de resultados Integral	71
4.3.11	Estado de Situación Financiera.....	72
4.3.12	Flujos de caja	73
4.3.13	VAN y TIR	75
4.3.14	Indicadores Financieros	75
4.4	Escenario pesimista y optimista del proyecto	76
4.4.1	Estado de resultados Integral - Escenario Pesimista.....	76
4.4.2	Estado de situación financiera – Escenario Pesimista	77
4.4.3	Flujo de Caja – Escenario Pesimista.....	78
4.4.4	Estado de resultados Integral - Escenario Optimista	79
4.4.5	Estado de situación financiera – Escenario Optimista	80
4.4.6	Flujo de Caja – Escenario Optimista	81
4.5	Propuesta	82
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
5.1	Conclusiones	84
5.2	Recomendaciones.....	85
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
VII.	ANEXOS	90
	Anexo 1 Encuesta.....	90
	Anexo 3 Cronograma	94
	Anexo 2 Certificado Alfinpos	94
VIII.	GLOSARIO.....	96

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. TIR	10
Ilustración 2. Cuadro de Ingresos	23
Ilustración 3. Tabla de puntuación Z	25
Ilustración 4. Cálculo de Muestra en STATS	25
Ilustración 5. Organigrama	46
Ilustración 6. Distribución de planta – Juguetería	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conceptualización de Variables.....	19
Tabla 2. Variables de análisis	21
Tabla 3. Hogares por nivel de pobreza según dominio.....	22
Tabla 4. Distribución pregunta 1	28
Tabla 5. Distribución pregunta 2	29
Tabla 6. Distribución pregunta 3	30
Tabla 7. Distribución pregunta 4	31
Tabla 8. Distribución pregunta 5	32
Tabla 9. Distribución pregunta 6	33
Tabla 10. Distribución pregunta 7	34
Tabla 11. Distribución pregunta 8	35
Tabla 12. Distribución pregunta 9	36
Tabla 13. Distribución pregunta 10	37
Tabla 14. Distribución pregunta 11	38
Tabla 15. Distribución pregunta 12	39
Tabla 16. Distribución pregunta 13	40
Tabla 17. Distribución pregunta 14	41
Tabla 18. Distribución pregunta 15	42
Tabla 19. Distribución pregunta 16	43
Tabla 20. Distribución pregunta 17	44

Tabla 21. Pedido Juguetes Educativos.....	48
Tabla 22. Pedido juguetes bajo licencia.....	49
Tabla 23. Pedido juguetes al aire libre.....	50
Tabla 24. Pedido juguetes electrónicos.....	51
Tabla 25. Pedido juguetes de mesa.....	52
Tabla 26. Mercado Meta.....	53
Tabla 27. Porcentaje de frecuencia de compras.....	55
Tabla 28. Porcentaje de ventas por tipo de juguete	55
Tabla 29. Porcentaje por el cual están dispuestos a pagar los clientes por el juguete	55
Tabla 30. Proyección de ventas - Juguete educativo	56
Tabla 31. Proyección de ventas - Juguete bajo licencia.....	56
Tabla 32. Proyección de ventas - Juguete al aire libre.....	56
Tabla 33. Proyección de ventas - Juguete electrónico	56
Tabla 34. Proyección de ventas - Juguete de mesa.....	57
Tabla 35. Inventario juguete educativo A.....	58
Tabla 36. Inventario juguete educativo B.....	59
Tabla 37. Inventario juguete educativo C.....	59
Tabla 38. Inventario juguete bajo licencia A.....	60
Tabla 39. Inventario juguete bajo licencia B.....	60
Tabla 40. Inventario juguete bajo licencia C.....	61
Tabla 41. Inventario juguete al aire libre A.....	61
Tabla 42. Inventario juguete al aire libre B.....	62
Tabla 43. Inventario juguete al aire libre C.....	62
Tabla 44. Inventario juguete electrónico A.....	63
Tabla 45. Inventario juguete electrónico B.....	63
Tabla 46. Inventario juguete electrónico C.....	64
Tabla 47. Inventario juguete de mesa A.....	64
Tabla 48. Inventario juguete de mesa B.....	65
Tabla 49. Inventario juguete de mesa C.....	65
Tabla 50. Ingresos por ventas	66
Tabla 51. Compras de inventario.....	66

Tabla 52. Costo de ventas	67
Tabla 53. Inventario Final.....	67
Tabla 54. Plan de Inversión	68
Tabla 55. Financiamiento.....	69
Tabla 56. Cálculo Planilla 2019.....	70
Tabla 57. Cálculo IHSS para planilla	70
Tabla 58. Estado de Resultados Integral.....	71
Tabla 59. Estado de Situación Financiera.....	72
Tabla 60. Flujos de caja	73
Tabla 61. VAN, TIR	75
Tabla 62. Indicadores Financieros	75
Tabla 63. Estado de resultados Integral-Escenario Pesimista.....	76
Tabla 64. Estado de Situación Financiera - Escenario Pesimista	77
Tabla 65. Flujo de Caja – Escenario Pesimista.....	78
Tabla 66. Estado de resultados Integral - Escenario Optimista	79
Tabla 67. Estado de situación financiera – Escenario Optimista.....	80
Tabla 68. Flujo de Caja – Escenario Optimista	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráficos 1. Pregunta 1.....	28
Gráficos 2. Pregunta 2.....	29
Gráficos 3. Pregunta 3.....	30
Gráficos 4. Pregunta 4.....	31
Gráficos 5. Pregunta 5.....	32
Gráficos 6. Pregunta 6.....	33
Gráficos 7. Pregunta 7.....	34
Gráficos 8. Pregunta 8.....	35
Gráficos 9. Pregunta 9.....	36
Gráficos 10. Pregunta 10.....	37
Gráficos 11. Pregunta 11.....	38

Gráficos 12. Pregunta 12.....	39
Gráficos 13. Pregunta 13.....	40
Gráficos 14. Pregunta 14.....	41
Gráficos 15. Pregunta 15.....	42
Gráficos 16. Pregunta 16.....	43
Gráficos 17. Pregunta 17.....	44

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuaciones 1. Cálculo del VPN.....	9
Ecuaciones 2. Cálculo de la población	24
Ecuaciones 3.Cálculo de la Muestra	24

I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.2 Introducción

Los niños van desarrollando las habilidades y aptitudes desde los primeros meses de vida. Muchos autores hablan de la importancia de la estimulación temprana en los bebés y del impacto que esta tiene en el desenvolvimiento y desarrollo de las actividades lingüísticas, sociales, cognitivas, motrices y afectivas en el niño. KidsLand es una empresa que busca posicionarse en el mercado nacional, específicamente en la ciudad de Tegucigalpa, donde mediante la disposición de un lugar físico en City Mall centro comercial de la capital, se busca potenciar el desarrollo de la juguetería y sobre todo actividades y talleres en pro del desarrollo infantil, actividades que van de la mano de los objetivos de la empresa de buscar una rentabilidad y de crear un impacto social en la visión que se tiene del juguete y en la relación que este crea con el niño y hace más efectivo en el crecimiento.

En el presente documento se presentará un análisis administrativo financiero de crear una juguetería psicopedagógica, en la cual, mediante encuestas, grupos focos etc. se busca entender los hábitos de consumo y con una muestra significativa poder proyectar las ventas y costos necesarios para tener la juguetería en marcha.

Los diferentes tipos de juguetes que se comercializaran en KidsLand según el área de enseñanza al niño son educativos, bajo licencia, electrónicos, al aire libre y juegos de mesa, de manera que al llegar a la juguetería KidsLand exista una segmentación que permita y facilite al adulto la decisión de qué tipo de juguete comprar y al niño le permita interactuar con juguetes de muestra y hacer distintas actividades en islas de manualidades.

El presente informe comenzará dando un preámbulo de las generalidades de la una juguetería, para luego exponer el planteamiento del problema y la justificación de la importancia

de atacar el mismo desde el enfoque psicopedagógico, los objetivos del trabajo a realizar serán desglosados y de igual manera el marco teórico que detalle las herramientas utilizadas para llevar a cabo el trabajo.

En la metodología de trabajo se explica la manera en que se utilizaron las herramientas financieras para la resolución de los problemas, las cuales serán descritas con más detalle junto con las actividades realizadas durante la tesis en el apartado de trabajo realizado.

En la parte final del documento se enumerarán las conclusiones, en donde se mostrarán los resultados del trabajo realizado y que irán acorde a los objetivos planteados con anterioridad, finalizando se presentarán las recomendaciones en cuanto a la implementación y desarrollo de la juguetería.

1.3 Antecedentes del Problema

UNESCO (1980) afirma:

El juego se define como una actividad libre, estructurada mediante unas reglas, que definen unos movimientos acotados en el espacio y en el tiempo, y que se basa en una ficción. El niño sabe que juega. La conciencia del jugador determina el orden del juego. Se trata de una dialéctica entre la magia y la lucidez. La índole del pasatiempo o diversión tiene su raíz en la conciencia de los jugadores, más que en una observación objetiva del comportamiento. (p. 49)

La declaración de los Derechos del Niño, proclamada en Ginebra el 20 de noviembre de 1959, reconoce que los niños necesitan protección y cuidados especiales, e insta a los gobiernos a contar con medidas legislativas cubriendo los principios planteados en dicha asamblea. Cada principio refuerza que el niño debe crecer en un entorno seguro y cálido para que pueda desarrollarse de manera integral (Marín, 2009). Los juguetes son los primeros objetos con los que el ser humano tiene interacción y esto le permite tener una noción de lo que es el mundo. Los juguetes psicopedagógicos nutren el intelecto de los niños y claramente influyen en sus futuras aspiraciones laborales (Vallejo, 2009).

En América hay riqueza cultural e histórica y, los juegos y juguetes son un reflejo de ello;

la mayoría de las actividades lúdicas son en campo abierto, esto explica porque arqueólogos han encontrado canchas de juego en diversos puntos de este continente. Aunque en América Latina hay fuerte influencia extranjera por la industria del juguete, en algunos de los casos los niños crecen en entornos pobres y los juguetes tienden a ser artesanales, elaborados de materiales asequibles por los mismos niños (UNESCO, 1980).

En Honduras, se carece el sentimiento de juguetería, no hay tal negocio donde los niños interactúen con juguetes educativos y jueguen entre sí en un espacio lleno de alegría y de aprendizaje.

1.4 Definición del Problema

El problema principal de la creación de la juguetería KidsLand, se basará en contemplar todos los aspectos técnicos como administrativos que se requieren para el buen funcionamiento de la empresa, de manera que los estados financieros contengan la información requerida y suficiente para desarrollar los indicadores financieros que dicten la factibilidad o no de la puesta en marcha la juguetería.

1.5 Objetivos del Proyecto

1.5.1 Objetivo general

Analizar la factibilidad de la idea de negocio de una juguetería con enfoque de responsabilidad social en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras.

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar los hábitos de compra y percepción de la población en Tegucigalpa en relación a los juguetes.
- Analizar la aceptación del mercado capitalino en cuanto a la idea de negocio; de igual forma, descubrir los gustos y preferencias del mismo.

- Determinar factores de interés al momento de comprar juguetes que ayuden a diferenciar la juguetería.

1.5.3 Preguntas

¿Qué juguetes prefieren comprar los habitantes de la ciudad de Tegucigalpa?

¿Cuántas familias capitalinas comprarían en la juguetería? ¿Qué precios están dispuestos a pagar?

¿Cuáles son los vacíos que hay al momento de comprar juguetes? ¿Cómo facilitar la compra de juguetes?

1.6 Justificación

Al niño no se le puede privar del juego, ya que es necesario para que su personalidad e inteligencia se desarrollen en un agradable entorno sin presión u obligación alguna; esto crea armonía en el sujeto. El juguete como tal tiene un gran valor simbólico para el niño, ya que al manipularlo expresa sentimientos y experiencias (Vélez, 2010). En Estados Unidos y Europa, se han originado espacios psicopedagógicos donde los niños pueden jugar e interactuar independientemente de su clase social.

En Honduras la niñez no suele ser tan colorida y memorable como debe ser, sino más bien enfrenta mucho tipo de dificultades. La juguetería como empresa socialmente responsable fomentará diversos proyectos en atención a la niñez desfavorecida del país, el principal de ellos la creación de espacios de educación y entretenimiento en escuelas, comunidades y organizaciones benéficas.

1.7 La viabilidad del proyecto

El desarrollo de la juguetería con enfoque psicopedagógico requiere de la disponibilidad de los siguientes factores tanto cuantitativos como cualitativos para la realización de la misma:

1.7.1 Recursos materiales

Para el desarrollo del estudio se necesitan objetos materiales como ser computadoras, cuadernos, lápices, hojas papel bond blancas, impresora y data show para presentar el proyecto final, la aplicación de encuestas será de forma digital. Estos suministros son necesarios para la recopilación y almacenamiento de la información.

1.7.2 Recursos económicos

En cuanto al aspecto económico, sería en su 100% para el coste y suministro de los recursos materiales enunciados en el inciso de recursos materiales, los cuales poseen casi en su totalidad los maestrantes.

1.7.3 Recursos Financieros

El análisis financiero será la parte que medirá la rentabilidad del proyecto, para lo cual los recursos financieros serán los conocimientos adquiridos durante la maestría en Finanzas.

1.7.4 Recursos humanos

Además de los dos maestrantes que desarrollan el presente estudio, se cuenta con un asesor metodológico y uno técnico, quienes orientan en factores específicos en cuanto a la factibilidad de la idea de negocio.

1.7.5 Tiempo

Se contó con 10 semanas, siendo el transcurso de la clase de proyecto de graduación, tiempo necesario para la planificación y ejecución del estudio, el cual es suficiente para recabar información, hacer análisis de mercado y conocer el contexto infantil hondureño referente a temas educacionales y de desarrollo de habilidades intelectuales y motrices.

1.7.6 Información

Para el desarrollo del estudio se necesitó hacer benchmarking, buscar información en la web referente a educación infantil, juguetes y ludotecas, con la finalidad de eliminar la barrera entre los niños y su desarrollo intelectual.

1.8 La evaluación del proyecto

Dado que el propósito de la juguetería es incentivar el desarrollo intelectual de la niñez hondureña, la búsqueda de información que se realizó fue con este fin. Se indagó sobre la importancia y funcionalidad de los juguetes psicopedagógicos en los niños, desarrollo de habilidades específicas según su edad y las carencias infantiles en los ámbitos de preparación. Adicionalmente, en vista que el trasfondo de la idea de negocio es la recaudación de ingresos que permitan el desarrollo de proyectos sociales como talleres, creación de ludotecas y apoyo en organizaciones benéficas, en comunidades donde se pueda colaborar con infantes desposeídos y con necesidades latentes en la sociedad hondureña. Uno de los vacíos por llenar con este estudio es el nivel de aceptación que puede tener la juguetería por parte de la población (principalmente la clase media) en Tegucigalpa, en cuanto a ventas y propagación de la marca como tal.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Análisis de la Situación Actual

En el caso de Honduras, la mayoría de los juguetes que se distribuyen son importados del continente asiático. No hay grandes jugueterías, sino que generalmente la gente tiende a comprar juguetes en tiendas departamentales, supermercados y mercados de abastecimiento. Honduras no es un país productor de juguetes, sin embargo, se fabrican algunas piezas artesanales hechas de madera, tela y barro; son juguetes básicos y creativos. La idea de negocio ofrece una experiencia única para los niños, más que comercializar juguetes, crear una hermosa ilusión que los niños llevarán en su mente por el resto de su vida.

2.2 Teorías de Sustento

Para la creación de KidsLand será necesaria la eficiente administración de los recursos económicos con el fin de maximizar utilidades. En términos generales, se obtendrá dinero y se gastará de forma óptima para generar valor, sin perder de vista el riesgo la empresa, para ello son imprescindibles los Estados Financieros.

Luevano (2014) describe los estados financieros como “documentos suscritos por una entidad económica donde se expresa en términos monetarios la situación financiera, así como el origen y aplicación de los recursos materiales”. La información financiera hace referencia a hechos históricos cuantificados en dinero y es vital para la toma de decisiones de una gerencia y para la estimación de hechos futuros (Bravo Santillana, 2010).

En primera instancia, será necesaria la creación de un *Plan de Inversión*; González (2015) menciona que es uno de los elementos relevantes para la generación de ganancias económicas en el cual se definen el porcentaje de capitalización y el porcentaje de financiamiento, y su aplicación es primordial dentro de la estrategia que se tenga para producir beneficios. La inversión inicial, y sus respectivas ponderaciones, es el precedente de los estados financieros.

2.2.1 Análisis de las metodologías

2.2.1.1 Flujo de caja

El flujo de caja es una herramienta financiera muy utilizada por las empresas, tiene la finalidad de identificar la capacidad de la empresa de contar con disponibilidad o deficiencia de efectivo. Su elaboración implicará que la entidad realice pronósticos sobre hechos futuros que se esperan lograr sobre la base de un plan de negocios (Hirache, 2013).

El flujo de caja es una herramienta financiera que permite valorar la empresa aplicando el método de flujos descontados. Permite evaluar el nivel de rentabilidad actual en función del valor de la empresa. Las proyecciones de ventas se realizan con base en el nivel de aceptación o demanda del producto de la empresa, Duran (2006) afirma: “La demanda es una consecuencia de la elección de los compradores y lo que se puede vender es decisión de la dirección de la empresa”(p. 1). Consecuentemente de las ventas se despliegan costos y gastos para generar utilidades.

2.2.1.2 Método del Valor Presente Neto

También conocido como Valor Actual Neto. Duque Navarro (2017) afirma “**El VPN** es una herramienta que sirve como indicador para medir y determinar la viabilidad de una inversión o un proyecto en términos de rentabilidad y ganancia, el cual proporciona a partir de su análisis ayuda para toma de decisiones.” (p. 1)

El VPN ayuda a identificar negocios de valor, para ello se debe estimar que una inversión sea mayor que los costos de adquisición, de ser así es beneficioso efectuar la inversión. De manera similar, se define el valor presente neto de un proyecto o inversión, como la diferencia entre el valor presente de sus beneficios, y el valor presente de sus costos (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010).

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Ecuaciones 1. Fórmula VPN/VAN

Donde:

F: Flujo de Efectivo

t: Período

k: Tasa de descuento

n: Total períodos

I₀: Inversión Inicial

Σ: Sumatoria de flujos descontados

El VPN representa el valor del proyecto en términos de efectivo en el momento de hacer la estimación, por lo que las reglas de decisión giran en torno si al día de hoy se gana o pierde dinero. Se considera que los proyectos lucrativos son aquellos que tienen un VPN positivo ya que enriquecen al inversionista, contrario a los proyectos con VPN negativo ya que los costos exceden los beneficios, y aceptarlos, resulta equivalente a perder dinero.

2.2.1.3 Método de la Tasa Interna de Rendimiento

Baca (2001) manifiesta que “tasa de descuento por la cual el VPN es igual a 0, es decir, El TIR es la tasa que iguala los flujos descontados a la inversión inicial (...) supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad” (p. 216). El criterio de inversión será la tasa de descuento “k” (elegida para el cálculo del VPN).

Si $TIR > k$, el proyecto será aceptado, ya que el rendimiento será mayor a la tasa de descuento, por ende, el VPN será positivo.

Si $TIR = k$, es recuperada pero no genera ganancias, ya que el VPN es igual a cero. Por lo que no se recomienda a los inversionistas llevar a cabo un proyecto en el cual no se enriquecerán.

Si $TIR < k$, el proyecto debe ser rechazado. No se alcanza la rentabilidad mínima. (Economipedia, 2018, p. 1).

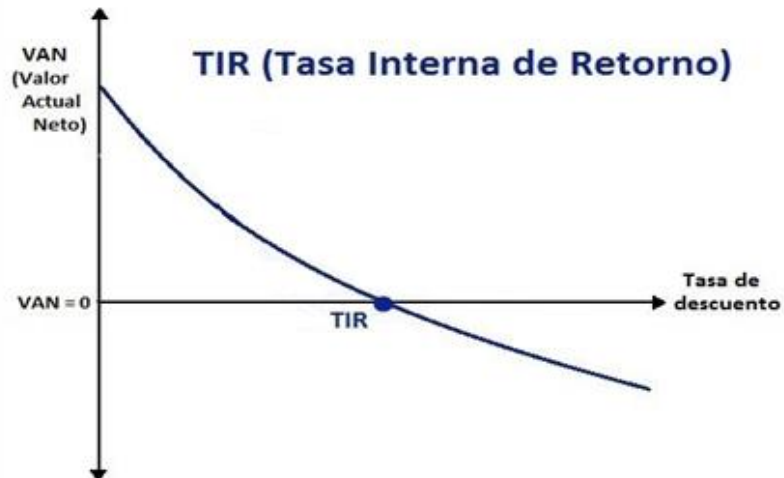


Ilustración 1. TIR

2.2.2 Antecedentes de las metodologías

Los proyectos de inversión son proyecciones con base en estudios previos, claro está que los inversionistas no quieren perder dinero, sin embargo, se arriesgan a tomar decisiones guiados bajo métodos bien elaborados. Comúnmente, el VPN y TIR se usan para valorar proyectos, porque estiman la ganancias o pérdidas futuras, y brindan una amplia perspectiva de negocio (Ross, 2010).

2.2.3 Criterio de las metodologías

El uso del VPN y TIR son los más usados, y acertados para la medición de proyectos de inversión. Ambos están en sintonía, y aunque son métodos sensatos para la toma de decisiones, la única forma que puede determinar la factibilidad del proyecto es ponerlo en marcha y comprobar que las estimaciones sean reales.

2.3 Historia del juguete

El juguete es un invento inmemorial del hombre, creado por él mismo para su entretenimiento. Estos objetos lúdicos son referencias trascendentales del hombre puesto que capturan factores sociales, culturales, morales, económicos y ocupacionales, y son materializados con elementos comunes del entorno y de fácil acceso en ese momento de la historia.

Existen documentos y testimonios que afirman que el juguete ha sido de valor afectivo para el niño desde tiempos remotos. En Mesopotamia y Egipto se han encontrado sonajeros, pelotas de cuero, animales, miniaturas de humanos, títeres, todos estos formaban parte de una simulación de las actividades cotidianas adultas. Cabe mencionar que aros, yoyos, pelotas y figuras grotescas colgadas en cunas fueron elaborados con el fin de hacer reír a los niños griegos y romanos; de hecho, al morir un niño era enterrado junto con sus juguetes (Vallejo, 2009).

2.3.1 Industria del juguete

KidsLand importará juguetes de China y los comercializará en la ciudad de Tegucigalpa. Vallejo (2009) menciona que la raíz de la comercialización del juguete data en el siglo XVII, las primeras representaciones estaban hechas de madera, marfil, terracota, tela y cuero, y se distinguían por ser costosas y frágiles; posteriormente los juguetes eran elaborados de porcelana y celuloide, a finales del siglo XIX estos materiales fueron reemplazados por cerámica y cartón piedra. Es manifiesto que los primeros ejemplares estaban dirigidos a clases adineradas y subsiguientemente la intención fue generalizarlo, sustituyendo las materias primas por otras más económicas. La aparición del plástico en los años cincuenta del nuevo siglo volvió el juguete un objeto de consumo. Uniformes militares, armas, coches de combate, trenes y trajes de enfermera hacían alusión a la guerra; también surgen monopoly, robots, cajas registradoras, naves espaciales. Todo esto es parte del control social para la preparación infantil de la futura fuerza laboral. El cine incorpora personajes como indios, vaqueros y astronautas, y con ellos objetos publicitarios del

personaje de temporada que incitan a comprar, lo cual da al pequeño relaciones de poder y sentido de identidad.

Hasta mediados del siglo XX la producción se concentraba en los países de mayor consumo, como Estados Unidos o los países de la Europa Occidental. Tras la Segunda Guerra Mundial, las principales empresas productoras localizaron sus plantas productivas en países con menores costos laborales para aumentar su rentabilidad. (...) Así, la producción se alejó progresivamente de los centros de consumo para ubicarse en zonas con bajos salarios y legislación más flexible. Hoy, debido a esta causa, la producción mundial de juguetes se ha concentrado en Oriente, en especial en China. (IDEAS, 2005, p. 6)

En el 2017, China fue el mayor productor de juguetes del mundo y su producción superó el 80%, es plataforma de producción y exportación de marcas extranjeras LEGO, Mattel y Hasbro; adicionalmente Disney y Dreamworks han establecido canales de venta en este país. Las categorías de juguetes que se destacan son educativos, licenciados, electrónicos y peluches, en cuanto a esto, las estrictas normativas de exportación hacen sean percibidos como seguros y de muy buena calidad. Las multinacionales optan por producir en China porque se evitan riesgos que implica el proceso productivo, así mismo este modelo garantiza flexibilidad y alta capacidad productiva para satisfacer la demanda, sin fallar en tiempos de entrega (Alonso Pastor, 2018).

2.4 Importancia de los juguetes psicopedagógicos

En distintas culturas los juguetes se perciben como objetos simples con fines reducidos, sin embargo, pueden llegar a repercutir a largo plazo en la vida de la persona en amplias dimensiones. En Honduras, no hay un establecimiento que estimule el sentimiento de juguetería, sino que los juguetes se adquieren con poco conocimiento y sin previa asesoría. Una juguetería le daría más fuerza a la importancia de los juguetes y los padres se asegurarían de comprar el juguete capaz de estimular el desarrollo de sus hijos.

El juego es la primera y la principal actividad por la que nos comunicamos con los demás, observamos y exploramos la realidad que nos rodea, establecemos relaciones con los objetos, es tan importante que se le identifica con diversión, pero su trascendencia es mucho mayor. (BUAP, 2018, pp. 1-2)

Los juguetes desarrollan integralmente capacidades humanas indispensables para un buen

desenvolvimiento de la persona, trascendiendo en aptitudes psicomotrices, mentales, y comunicativas (Montes, 2018.)

Feldman (2008) Afirma: “El desarrollo Infantil es el campo que implica el estudio científico de los patrones de crecimiento, cambio y estabilidad que ocurren desde la concepción hasta la adolescencia.” (p. 39)

Es primordial, saber el tipo de juguete que se debe comprar y las características que este debe tener según la edad del infante para desarrollar habilidades y destrezas y desde sus primeros meses hasta su adolescencia. Los primeros años de vida son los más importantes y por eso los niños necesitan juguetes que cumplan sus necesidades de esparcimiento.

KidsLand se encargará de ofrecer asesoría al adulto sobre la compra adecuada del juguete, en cuanto sea apropiado para la edad del niño y tipo de juguete, velando cada parte del desarrollo del niño.

- Desarrollo físico: Es el progreso de los movimientos corporales y la coordinación del cerebro, sistema nervioso, los músculos, sentidos.
- Desarrollo cognoscitivo: Referente al aprendizaje, memoria, capacidad de resolución de problemas e inteligencia.
- Desarrollo social y de la personalidad: Mejora de la estabilidad temperamental y cambios perdurables que distinguen a una persona de otra. Es la forma en que las interacciones de los individuos y sus relaciones sociales se desenvuelven en el transcurso de la vida (Feldman, 2008) .

El niño conforme crece desarrolla su conducta y diferentes habilidades, los juguetes son imprescindibles y se deben adecuar a cada etapa de crecimiento del infante.

UNICEF (2004) afirma:

Es importante que el niño o niña pueda tener contacto con una variedad de objetos, materiales y

ambientes. La variedad mantiene la curiosidad, la motivación por descubrir nuevos aspectos de los objetos que tiene enfrente. Si siempre tiene las mismas cosas, el niño o niña perderá interés. (p. 32)

Aunque la percepción de los adultos respecto los juguetes psicopedagógicos es buena porque conocen la importancia de los mismos, hacen compras inadecuadas por la falta de asesoría. Es importante diferenciar los juguetes para cada etapa, como ser:

- **Bebes recién nacidos a 1 año.**

Costa, Torres, Romero, & Fabregat (2008) afirman que el niño comienza a explorar el mundo, posteriormente se mantendrá de pie; por esta razón, los juguetes adecuados para esta edad son aquellos que capten su atención y estimulen sus sentidos (tacto, vista y oído) y capacidades motrices. Estos deben ser de colores atractivos y de peso ligero para que el bebé los pueda manipular. Por ejemplo: juguetes blandos y con texturas agradables de palpar, sonajeros, gimnasios de actividades, juguetes flotantes para la bañera, móviles de cuna, libros con dibujos grandes.

- **Bebés de 1 a 2 años.**

Rovati, (2008) menciona que a la esta corta de 1 a 2 años los niños dan sus primeros pasos y aprenden a andar, además de ello dicen sus primeras palabras y son muy curiosos. Los juguetes ideales deben ser de colores vivos y apariencia agradable como ser muñecas, juguetes de formas para encajar, triciclos y balancines, títeres, bloques para armar, entre otros.

- **Niños de 2 a 5 años.**

En esta etapa los pequeños mejoran sus destrezas manuales y se vuelven sumamente creativos y tratan de copiar las ocupaciones de las personas mayores cercanas. Los juguetes que imitan objetos de la vida cotidiana adulta les permite desarrollar pensamiento simbólico. “Los humanos utilizamos signos para conocer el mundo y los niños ya los manejan en este periodo. Sin

embargo, este pensamiento simbólico es todavía un pensamiento egocéntrico, el niño entiende el mundo desde su perspectiva” (Psicoactiva, 2018). Las cocinas y accesorios, casitas, grúas, disfraces, libros para colorear y figuras que representen oficios son magníficos para ayudar al niño mejorar su interpretación del mundo.

- **Niños de 5 a 10 años.**

Schor (2017) indica que en esta etapa predomina la aplicación de la lógica, el niño tiene la capacidad de razonar y ya domina muy bien sus movimientos corporales. Juegos de mesa y memoria, juegos de oficios u ocupaciones, libros de dibujar, cuerdas de saltar, pelotas, bicicletas y patinetas con su debida protección, son juguetes convenientes que desarrollan la creatividad y lógica del niño.

- **Niños de 10 a 14 años.**

NeuroRHB (2017) reitera que en edades cercanas a la pubertad, el niño ya es bastante consciente de los sucesos del día a día, comprende mejor cuanto pasa y entiende que cada acción tiene una consecuencia. Adicionalmente, los niños ya son capaces de entender que las reglas están antes que sus propios intereses como jugadores, y que las mismas son fruto de la organización y acuerdo colectivo para lograr un objetivo. Las actividades más apropiadas son las científicas y los pasatiempos, tales como experimentos o juegos de laboratorio, juegos de estrategia, juguetes deportivos y videojuegos de contenido educativo.

Los tipos de juguetes que se podrán adquirir en KidsLand cumplirán el propósito de estimular al niño mientras juega, evitando rotundamente juguetes bélicos que estimulen la violencia. Los tipos de juguetes que se venderán son:

- **Juguetes Educativos**

Estos juguetes contribuyen a aumentar la coordinación ojo-mano, la diferenciación de

formas y colores, el razonamiento, la organización espacial, la atención, la reflexión, la memoria lógica, la concentración, la paciencia y la capacidad de interpretar unas instrucciones juego se desarrolla cuando un niño se fija una meta, lo cual ayuda la auto-superación.

- **Juguetes Bajo Licencia**

Son juguetes de personajes de películas, por ejemplo, y mediante el cual el que el niño atribuye significaciones, más o menos evidentes, a los objetos; simula acontecimientos imaginarios e interpreta escenas de ficción o escenas reales.

- **Juguetes Electrónicos**

Son juguetes que necesitan pilas o recargar, pueden tomar forma de robots o instrumentos musicales, son atractivos por movimientos, luces y sonidos, de esta forma los niños pueden aprender palabras, sonidos y colores.

- **Juguetes Al aire libre**

Estimulan desarrollo de los sentidos, y favorecen la coordinación de distintos movimientos y desplazamientos. Contribuyen también al entendimiento de relación causa-efecto, desarrollo del equilibrio puesto que son considerados juguetes para ejercitarse.

- **Juguetes de mesa**

Son aquellos en los que existen instrucciones o normas que los jugadores deben conocer y respetar para conseguir el objetivo previsto. Son fundamentales como elementos socializadores ya que enseñan a los niños a ganar y perder, a respetar turnos y normas, y a considerar las opiniones o acciones de los compañeros de juego.

2.5 Juguetes TEGU

TEGU es una empresa que se dedica a la fabricación de juguetes educativos de madera con una planta de producción en Amaratéca, cerca de Tegucigalpa. Los juguetes TEGU no tienen manuales, con el propósito que los niños de todas las edades sean creativos.

TEGU bloques, nacieron en el salón de clases, con la ayuda de algunos preescolares y guarderías con visión de futuro en Silicon Valley, Tegu Blocks cobró vida en un entorno natural: manos de niños. Las ideas fueron probadas, se hicieron prototipos y se observó el juego verdadero. («Simple Magnetic Wooden Blocks and Toys | Tegu», 2018, p. 1)

Dado que KidsLand vela por el desarrollo intelectual del niño, se considere TEGU como un buen aliado para la comercialización de juguete, esto para no limitarse a vender juguetes solamente importados.

2.6 Marco legal

La juguetería cumplirá todos los artículos del Código de Comercio concernientes a su actividad económica, se inscribirá bajo la razón social de Sociedad de Responsabilidad Limitada y el primer paso es obtener una escritura pública, mediante un notario. Seguidamente, se hará la declaración de sociedad en el diario el heraldo y se realizará la inscripción de registro mercantil y registro tributario nacional en la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa.

2.7 Ludoteca

Monroy&Sáez, (2011) define ludoteca como:

“Espacio lúdico-educativo estable, dirigido a la infancia y juventud principalmente, cuyo fin es la educación en el tiempo libre y desarrollo integral de los participantes, cuyo medio es el juego y el juguete y dinamizado por uno o más profesionales” (p. 1).

KidsLand dentro de la tienda ofrecerá un ambiente de ludoteca, donde los niños puedan interactuar con los juguetes en un ambiente agradable y de mucho aprendizaje. Adicionalmente, fomentará

proyectos a favor de la niñez en riesgo social de Tegucigalpa; como empresa socialmente responsable hará donaciones de acondicionamiento de ludotecas a comunidades, escuelas y organizaciones benéficas. Diversas teorías de investigadores validan que el desenvolvimiento y desarrollo intelectual del infante, todas estas buscan el bienestar del niño, y en la actualidad la mejor manera de seguir la finalidad e ideales de estos investigadores es el desarrollo de una Ludoteca.

Teoría de Jean Piaget

Piaget (2018) asevera que “el niño tiene que jugar porque la realidad le desborda, no puede interactuar, les falta información a los niños para poder procesarla y, por tanto, crean la suya en función de los conocimientos que van adquiriendo.” (p.1) Es decir, los juegos van en sintonía con el desarrollo de la inteligencia de los niños, los cuales son progresan y son transformados mediante esta actividad lúdica.

Teoría de Karl Groos

Groos (2012) menciona en su teoría de anticipación funcional, que el niño mediante el juego se va preparando para afrontar su vida adulta, ya que las capacidades que desarrolle mediante el juego definirán su conducta y las capacidades que tendrá cuando se adulto, recalcando al final que el juego no solo es para entretenimiento, sino que es preparación para la vida.

Teoría Vygotskyana

Vigotsky (1933) afirma “fundamentalmente al juego lo caracteriza que en el se da el inicio del comportamiento conceptual o guiado por ideas. La actividad del niño durante el juego transcurre fuera de la percepción directa, en una situación imaginaria.” (p. 237)

La juguetería psicopedagógica es una de las campañas de responsabilidad social que tendría es la construcción de pequeñas ludotecas en los cuales a beneficio de la mayor cantidad de niños.

2.8 Conceptualización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Factibilidad	Grado de conveniencia al realizar cierta idea.	Cantidad en ganancia obtenida por la venta de juguetes. Capacidad del negocio de generar ingresos y mantenerse en marcha.	Ingreso por ventas costos de operación costos administrativos costos financieros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ventas 2. Precio de juguetes 3. Costos de juguetes 4. Margen de utilidad 	<p>¿Cuáles son las ventas mensuales de juguetes?</p> <p>¿Cuál es el costo de comercializar juguetes psicopedagógicos?</p> <p>¿Cuánta ganancia genera el negocio?</p>
Hábitos de compra	Comportamiento del consumidor con respecto a compra de productos en lugares y frecuencia de los mismos	Las compras de juguetes psicopedagógico que se realizan	Compras	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiendas 2. frecuencia 	<p>¿Cuáles son las tiendas en las que compra juguetes?</p> <p>¿Cuándo compra juguetes?</p>
Juguete psicopedagógico	Objeto de entretenimiento y aprendizaje que ayuda al niño a educarse mientras juega.	La interacción de los niños con juguetes psicopedagógicos.	Gustos y preferencias Percepción y expectativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Juguete para cada edad 2. Factores que influyen al comprar un juguete 	<p>¿Qué tipo de juguetes prefiere comprar?</p> <p>¿Qué factores toma en cuenta al comprar un juguete?</p> <p>¿Cuál es su percepción de los juguetes psicopedagógicos?</p>

Tabla 1. Conceptualización de Variables

2.9 Hipótesis del proyecto

Hipótesis de Investigación (Hi):

- En la factibilidad del proyecto el $VPN > 0$
- Tendrá aceptación en la población media y alta de Tegucigalpa una juguetería con fines psicopedagógicos.

Hipótesis Nula (Ho):

- En la factibilidad del proyecto el $VPN < 0$
- No tendrá aceptación en la población media y alta de Tegucigalpa una juguetería con fines psicopedagógicos.

Hipótesis Alternativa (Ha):

- En la factibilidad del proyecto el $VPN = 0$

Hipótesis Estadística:

El 2.5% de las familias de clase media y alta de la ciudad de Tegucigalpa están dispuestas a adquirir productos de la juguetería con enfoque psicopedagógico

III. METODOLOGÍA

3.1 Alcance

El presente estudio es de alcance exploratorio puesto no hay muchos documentos o artículos relevantes sobre la *importancia de los juguetes psicopedagógicos*, y dado el caso que es un tema de investigación poco estudiado en el contexto nacional, surgen muchas interrogantes respecto a la repercusión que estos objetos lúdicos tienen en el desarrollo de los infantes. La intención del presente es pesquisar en la materia para que en un futuro sea base de otras investigaciones. De igual forma tiene alcance descriptivo porque permitirá descubrir características y perfiles de las familias de clase media, lo cual será posible mediante la recolección de información y, consecuentemente medición de la misma.

3.2 Unidades de Análisis (Variables de Investigación)

Las variables a considerarse en el análisis se pueden categorizar en variables independientes y dependientes.

Las variables independientes son los hábitos de compra de los clientes y el segmento de mercado que se quiere atacar, la variable dependiente es el valor presente neto que tendrá el proyecto al final de todo el análisis de factibilidad.

Variables de Investigación
Hábitos de compra
Segmento de mercado
Valor presente neto

Tabla 2. Variables de análisis

3.3 Población y Muestra

La Población a la cual está dirigida el proyecto de implementación de la juguetería con enfoque psicopedagógico, es la población de la clase media y alta, en específico las familias del Distrito Central, lugar donde estarán ubicadas las instalaciones de la juguetería.

Al tener la población objetivo, se puede seleccionar la muestra para poder hacer la recolección de datos y medir los indicadores sobre la aceptación del producto o proyecto; para el presente proyecto se utilizará el método de muestra probabilística, la cual Sampieri explica en su libro Metodología de la investigación:

La muestra Probabilística es esencial en los diseños de investigación transaccionales, tanto descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión o sondeos, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población. (Hernandez Sampieri, 2014, p. 177)

Al consultar en el Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre el número de Familias en el Distrito Central y cuantas de estas pertenecen a la clase social media y alta se obtuvieron los siguientes resultados.

Hogares por nivel de pobreza según dominio					
Dominio	Total	No pobres	Total	Pobres Relativa	Extrema
Total Nacional	100	39.1	60.9	22.5	38.4
Urbano	100	40.6	59.4	31.7	27.7
Distrito Central	100	50.0	50.0	30.6	19.4
San Pedro Sula	100	51.7	48.3	30.8	17.5
Resto urbano	100	33.3	66.7	32.5	34.2
Rural	100	37.1	62.9	10.5	52.4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). LIV EPHPM, Junio 2016.

Tabla 3. Hogares por nivel de pobreza según dominio

Fuente: (INE, 2016)

En el Distrito Central el 50% de los hogares presentan condición de pobreza.

El INE mediante la encuesta permanente de hogares de propósitos múltiples (EPHPM) ha logrado producir indicadores del mercado laboral; sin embargo, con esta publicación también se incorpora información sobre: demografía, migración educación, composición del hogar, vivienda, ingresos, mercado laboral por género, personas con problemas de empleo, trabajo infantil y juvenil y pobreza.

Categorías	Total				
	No. de Hogares	Edad Prom.	TH 1/	AEP	Ingreso Percapita 2/
Total Nacional	2,060,165	49	4.3	6.8	3,068
Dominio					
Urbano	1,162,381	49	4.1	8.0	4,038
Distrito Central	295,215	50	4.3	9.3	4,818
San Pedro Sula	189,706	48	3.9	8.3	4,904
Resto Urbano	677,460	48	4.2	7.3	3,460
Rural	897,784	49	4.5	4.9	1,816

Ilustración 2. Cuadro de Ingresos

(INE, 2017)

En el Distrito Central hay 295,215 hogares, los cuales están conformados en promedio por 4 personas. Al tener este dato, ya la población está más identificada, solo falta identificar cuanto de esos hogares pertenecen a la clase media y alta.

Previamente se colocó el dato en el que el INE menciona que el 50% de los hogares del Distrito Central están en situación de pobreza, lo cual lleva a realizar la siguiente ecuación para identificar nuestra población.

$$N = \frac{295,215}{2} = 147,608 \text{ Hogares}$$

Ecuaciones 2. Cálculo de la población

Teniendo nuestra población, se procede mediante la fórmula del cálculo de la muestra y con el programa Decision Analytic STATS a calcular la muestra que debemos considerar para la recolección de datos.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Ecuaciones 3. Cálculo de la Muestra

En donde:

N = tamaño de la población el cual ya se calculó previamente en este informe;

Z = nivel de confianza, en donde según la tabla de Z para un 95% se usa 1.96;

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada que será de un 50%;

Q = probabilidad de fracaso la cual es la diferencia de 1-p, por lo tanto es un 50% y

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) el cual es de un 5% según nuestro nivel de confianza.

Nivel de confianza deseado	Puntuación z
80 %	1.28
85 %	1.44
90 %	1.65
95 %	1.96
99 %	2.58

Ilustración 3. Tabla de puntuación Z

Utilizando la fórmula anterior da el mismo resultado del programa Decision Analyst STATS, el cual arroja una muestra de 383 hogares para el proyecto de la Juguetería psicopedagógica.



Ilustración 4. Cálculo de Muestra en STATS

Fuente: (STATS 2.0, 2018)

De esta manera se obtiene el cálculo de la muestra, la cual para el proyecto de la Juguetería psicopedagógica deber ser de 383 hogares.

3.4 Método de recolección de datos

3.4.1 Cuestionario

Tal instrumento de recolección de datos se compone de 15 preguntas del tema de investigación y 4 de datos demográficos, en su mayoría cerradas y solo una abierta, están formuladas con el fin de medir una o más variables, y se cumple el requisito que debe tener congruencia con el planteamiento del problema e hipótesis. Este instrumento es de mucha utilidad porque ha sido diseñado con base en la necesidad de información y se aplicó a 383 personas como muestra, fue auto-administrado y se utilizó un formulario de Google Drive para elaborar tal instrumento.

3.4.2 Grupo de dialogo

Se ha definido a los grupos focales como un modo de entrevista grupal. Se reunieron varios niños con la finalidad de conversar y escuchar sus opiniones sobre los juguetes.

El grupo de dialogo fue de 8 niños para conocer su pensamiento acerca de la idea de negocio y se desarrolló en un tiempo de 15 minutos, las preguntas de intereses fueron:

- ¿Qué juguetes te gusta que te regalen?

Las niñas respondieron que ellas prefieren muñecas con accesorios y figuras de unicornio, porque así pueden jugar con sus amiguitas y compartir e intercambiar ropa y accesorios.

Los niños prefieren la pelota y videojuegos, lo cual tiene un comportamiento similar al de las niñas de compartir y jugar con demás niños.

- ¿Qué experiencia te gustaría vivir en una juguetería?

Los niños dijeron que les gustaría jugar en la tienda, pintar y encontrar muchos juguetes variados, de igual forma dijeron que ellos no han comprado en una juguetería así, por eso les gustaría la creación de un lugar alegre y colorido.

- ¿Qué nombre se les ocurre para una juguetería?

Uno de los niños dijo que le gustaba *Toys for kids* porque les hacía entender que los juguetes son para él, para que él pueda jugar y entretenerse.

3.4.3 Análisis de documento

Es necesaria revisión de documentos, registros, archivos y demás fuentes secundarias para recopilar datos estadísticos, tendencias en la población, situación histórica y actual que sirva de sustento a la investigación. En el caso del presente estudio, se revisará artículos de periódicos:

Banegas (2018) afirma: “Ser niño en Honduras es peligroso, ser niño en Honduras es casi igual a no esperar nada del mañana, ser niño en Honduras es no tener acceso a educación de calidad”

Los niños y niñas en América Latina y El Caribe están siendo asesinados a tasas que son al menos 2,5 veces más altas que las que se encuentran en cualquier otra región (En América Latina y El Caribe la proporción es de 12.6 por 100,000, mientras que la siguiente tasa más alta es de 5,2 por 100.000 en África occidental y central). En esta parte del mundo, un adolescente mayor tiene casi 11 veces más probabilidades de ser asesinado que un adolescente más joven, y los adolescentes entre 10 y 19 años tienen ocho veces más probabilidades de ser víctimas de homicidio que las niñas. (Abriendo Brecha, 2018)

Según los artículos los niños crecen en ambientes de muerte y las probabilidades de mejorar su situación económica actual son bajas. Los niños se desarrollan en entornos grises y llenos de dificultades, no crecen en entornos seguros, lo cual es insano para su desarrollo integral.

IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 Resultados encuesta

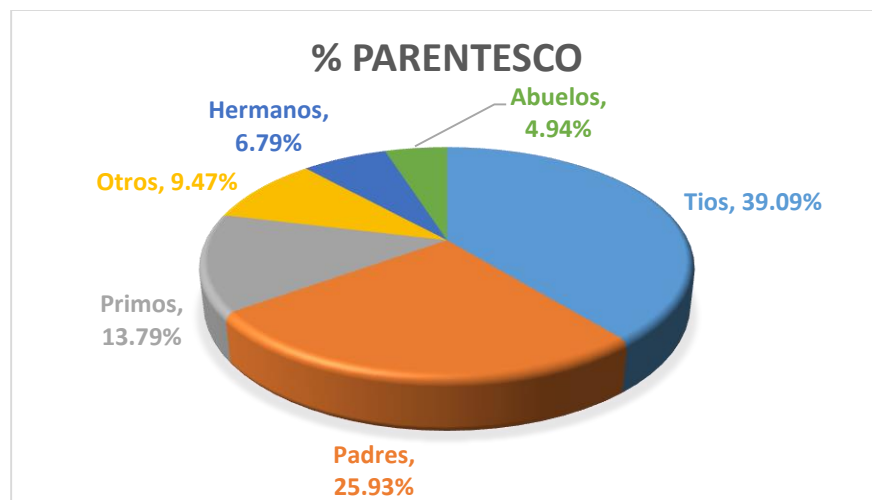
Al analizar cada pregunta de la encuesta y hacer una distribución de cada una, de manera que se pueda entender el pensamiento del potencial cliente, se obtuvieron los resultados:

¿Cuál es su parentesco en relación con los niños a quienes les compra juguetes?

Parentesco	Conteo	%
Tíos	190	39.09%
Padres	126	25.93%
Primos	67	13.79%
Otros	46	9.47%
Hermanos	33	6.79%
Abuelos	24	4.94%

486

Tabla 4. Distribución pregunta 1



Gráficos 1. Preguntar 1

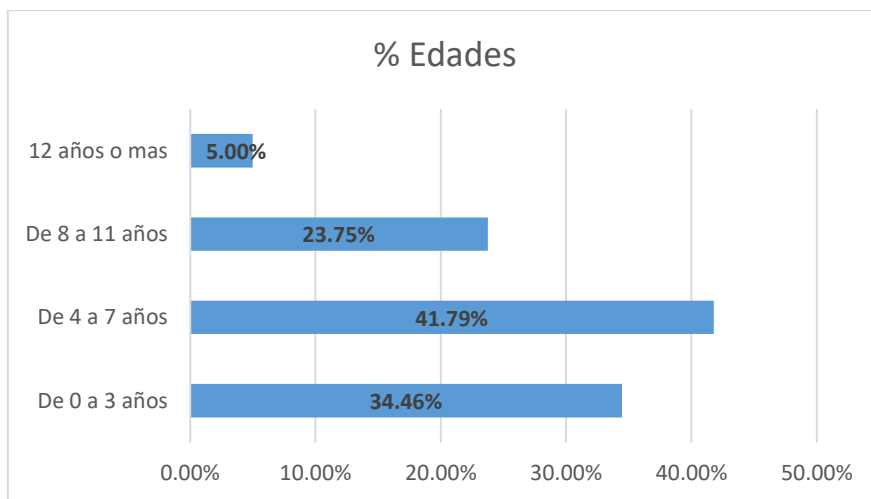
Del total de los encuestados el 39.09% son tíos, seguidamente los padres que compran juguetes a sus hijos representan el 25.93% del total. El tercer porcentaje más importante son primos con 13.79%.

¿A niños de que edades le suele comprar juguetes?

Edades	Conteo	%
De 0 a 3 años	193	34.46%
De 4 a 7 años	234	41.79%
De 8 a 11 años	133	23.75%
12 años o mas	28	5.00%

560

Tabla 5. Distribución pregunta 2



Gráficos 2. Pregunta 2

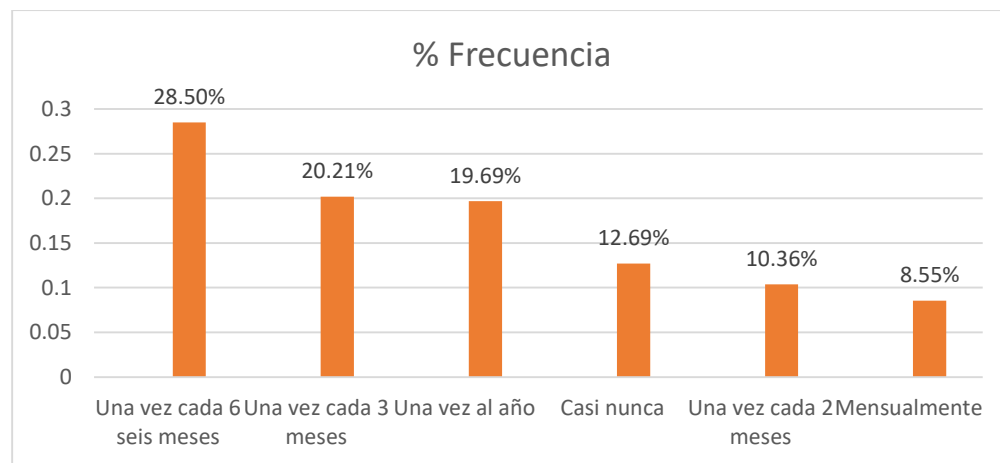
Los rangos de edades preferidas para regalar juguetes según los resultados de la encuesta, son de 0 a 3 años con 34.46% y de 4 a 7 años siendo 41.79% esto porque las personas son conscientes de la importancia de los juguetes psicopedagógicos en los primeros años de vida. Algunos de los encuestados expresaron que prefieren regalar ropa a los niños de a los niños de 12 años en adelante, por ello tiene el porcentaje más bajo.

¿Con que frecuencia compra juguetes?

Frecuencia	Conteo	%
Una vez cada 6 seis meses	110	28.50%
Una vez cada 3 meses	78	20.21%
Una vez al año	76	19.69%
Casi nunca	49	12.69%
Una vez cada 2 meses	40	10.36%
Mensualmente	33	8.55%

386

Tabla 6. Distribución pregunta 3



Gráficos 3. Pregunta 3

El 28.50% de los encuestados compran cada 6 meses, el 20.21% compra cada 3 meses y el 19.69% compra una vez al año, por lo que se puede aseverar que cerca del 70% de los encuestados compra juguetes repetidamente en un año; sin embargo, el 12.69% respondió que casi nunca compra juguetes, es decir, que puede estar más de un año sin comprar estos objetos.

¿En qué ocasión compra juguetes?

Ocasión de compra	Conteo	%
Regalo de Cumpleaños	315	38.56%
Regalo de navidad	230	28.15%
Regalo dia del niño	152	18.60%
Regalo por donativo o	79	9.67%
Otra Ocasión	41	5.02%

817

Tabla 7. Distribución pregunta 4



Gráficos 4. Pregunta 4

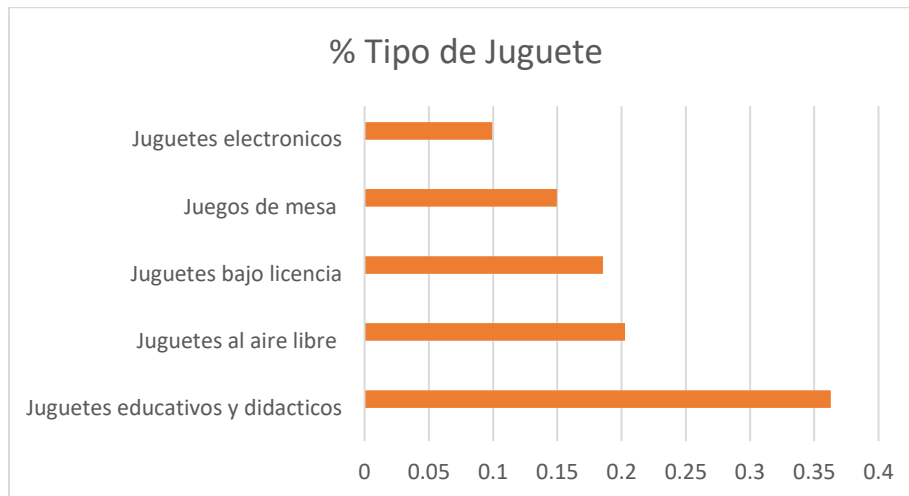
La ocasión más popular para regalar juguetes es por motivo de cumpleaños, representando el 38.56% del total, navidad y día del niño son el 28.15% y 18.60%, respectivamente. Esto tiene lugar por las celebraciones que se hacen en estas ocasiones.

¿Qué tipo de juguetes prefiere comprar?

Tipo de Jugete	Conteo	%
Juguetes educativos y didacticos	274	36.29%
Juguetes al aire libre	153	20.26%
Juguetes bajo licencia	140	18.54%
Juegos de mesa	113	14.97%
Juguetes electronicos	75	9.93%

755

Tabla 8. Distribución pregunta 5



Gráficos 5. Pregunta 5

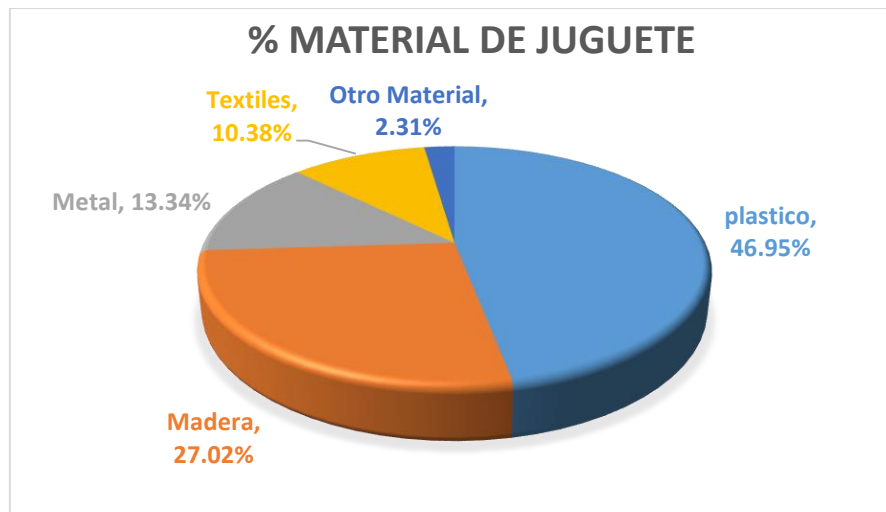
Los juguetes preferidos por la muestra son los educativos y didácticos, en vista que obtuvieron el porcentaje más alto siendo 36.29%, muchos de ellos se usan con fines pedagógicos. Este tipo de juguetes es el que más destacó. Los juguetes para usar al aire libre obtuvieron 20.16%, bajo licencia como ser figuras de películas y personajes infantiles representan el 18.54% y los juegos de mesa 14.97% con cifras similares, el tipo de juguetes menos estimados fueron los electrónicos con menos del 10% de los resultados.

¿De qué material prefiere que este hecho el juguete?

Material	Conteo	%
plastico	285	46.95%
Madera	164	27.02%
Metal	81	13.34%
Textiles	63	10.38%
Otro Material	14	2.31%

607

Tabla 9. Distribución pregunta 6



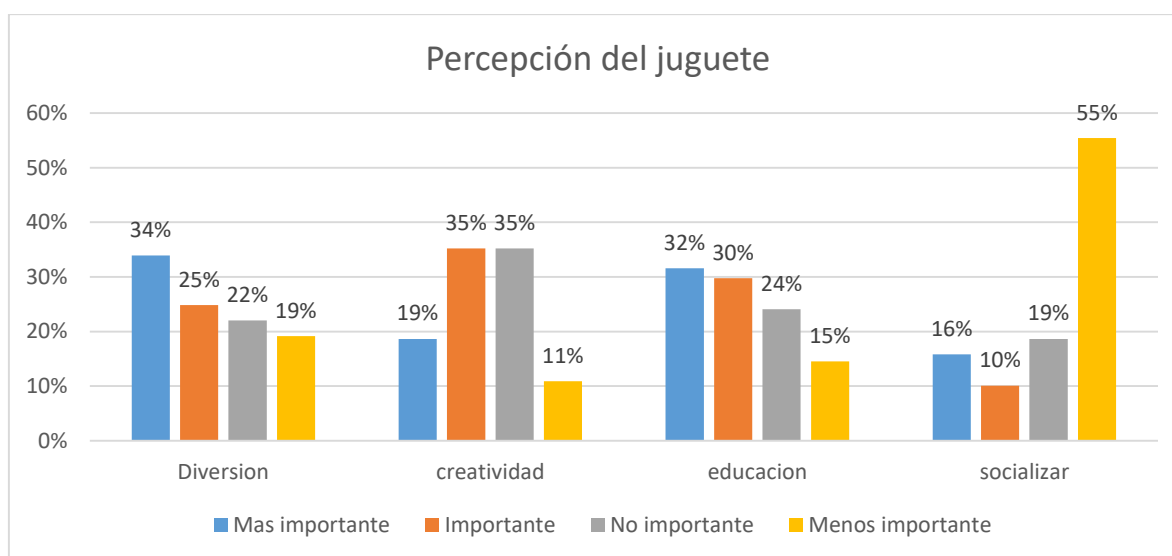
Gráficos 6. Pregunta 6

Casi el 50% de los encuestados prefieren que los juguetes estén hechos de plástico, por su aspecto atractivo y durabilidad, pero esto puede ser contraproducente en daños al medio ambiente.

¿Cuál es su percepción de los juguetes psicopedagógicos o didácticos?

	Diversion	creatividad	educacion	socializar
Mas importante	34%	19%	32%	16%
Importante	25%	35%	30%	10%
No importante	22%	35%	24%	19%
Menos importante	19%	11%	15%	55%

Tabla 10. Distribución pregunta 7



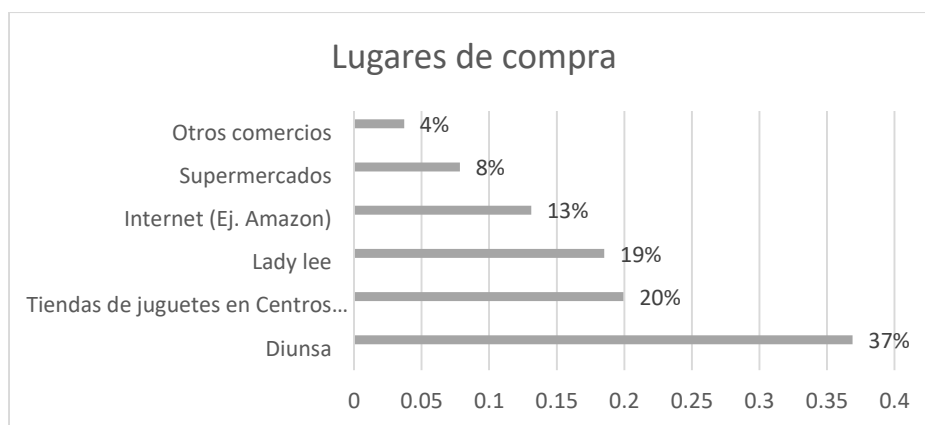
Gráficos 7. Pregunta 7

El principal factor que un adulto quiere entregar a un niño en un juguete es diversión, seguido de educación, creatividad y socialización es el menos importante. Es relevante destacar que el grado de importancia que los encuestados les dieron a los primeros factores denota que están conscientes de la trascendencia que tienen los juguetes en el infante, ya que alrededor del 65% perciben que los juguetes son importantes para el desarrollo del niño.

¿Dónde compra juguetes usualmente?

Lugares de Compra	Conteo	%
Diunsa	259	37%
Tiendas de juguetes en Centros comerciales	140	20%
Lady lee	130	19%
Internet (Ej. Amazon)	92	13%
Supermercados	55	8%
Otros comercios	26	4%
702		

Tabla 11. Distribución pregunta 8



Gráficos 8. Pregunta 8

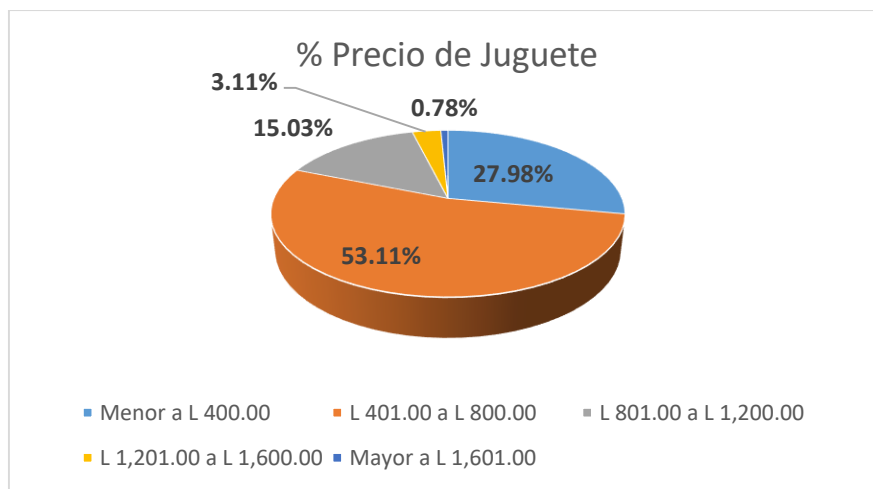
El 57.46% de los encuestados afirmaron comprar en tiendas por departamentos como Lady Lee y Diunsa, El 20.83% compra en tiendas de centros comerciales y el 13.59% de los encuestados compran por internet. Las personas compran juguetes en lugares donde pueden realizar varias compras y transacciones.

¿Cuál es el rango de precio que está dispuesto a pagar por un juguete?

Precio Juguete	Conteo	%
Menor a L 400.00	108	27.98%
L 401.00 a L 800.00	205	53.11%
L 801.00 a L 1,200.00	58	15.03%
L 1,201.00 a L 1,600.00	12	3.11%
Mayor a L 1,601.00	3	0.78%

386

Tabla 12. Distribución pregunta 9



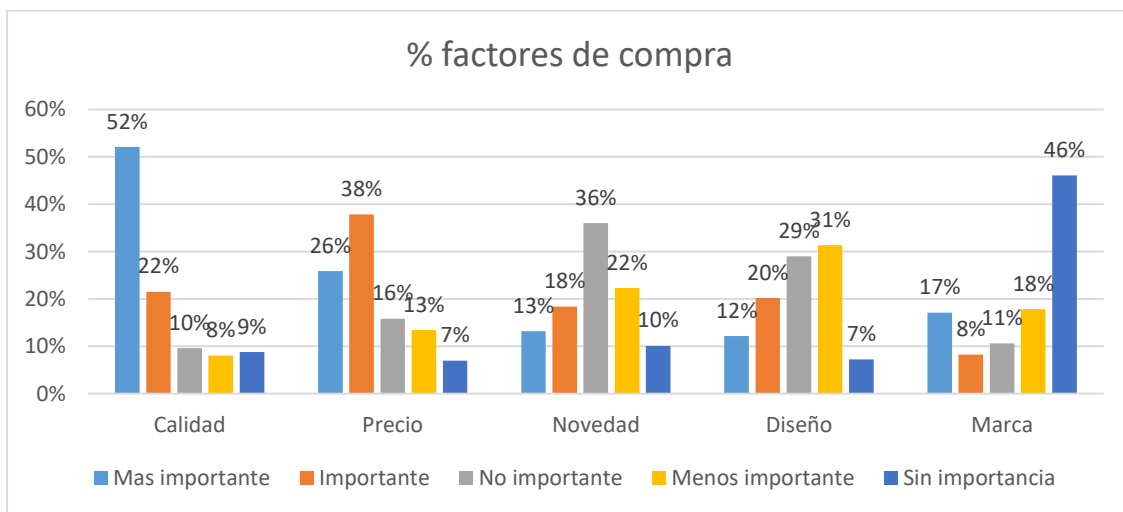
Gráficos 9. Pregunta 9

Los encuestados que están dispuestos a gastar menos de L 400.00 representan el 28.2% del total, la mayor parte de los encuestados siendo el 53% gastarían de L 401.00 a L 800.00 por un juguete.

¿Cuáles son los factores de compra que considera al comprar un juguete?

	Calidad	Precio	Novedad	Diseño	Marca
Mas importante	52%	26%	13%	12%	17%
Importante	22%	38%	18%	20%	8%
No importante	10%	16%	36%	29%	11%
Menos importante	8%	13%	22%	31%	18%
Sin importancia	9%	7%	10%	7%	46%

Tabla 13. Distribución pregunta 10



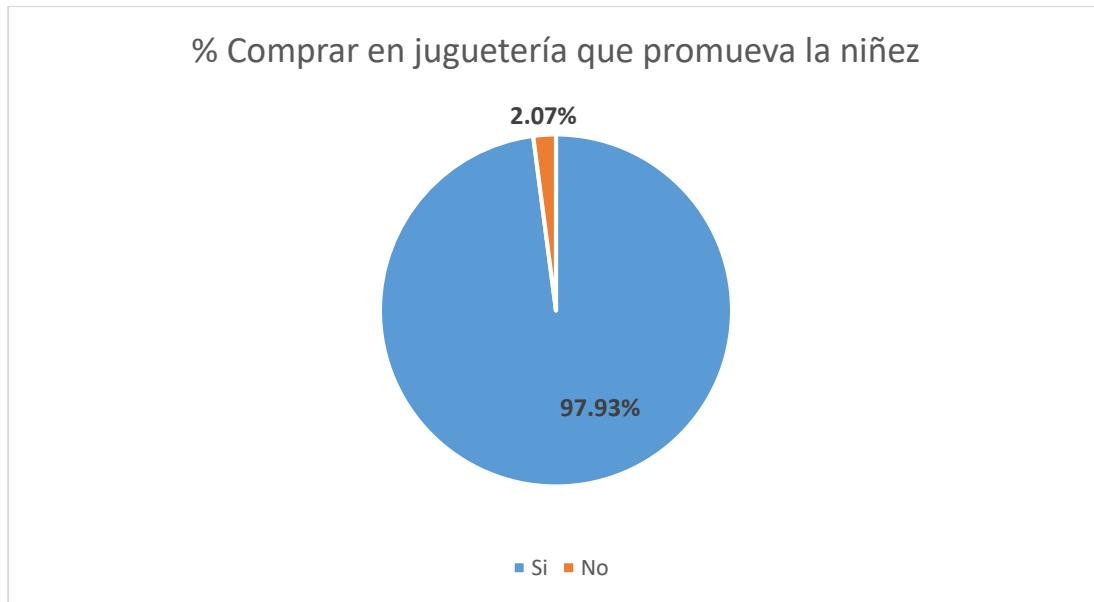
Gráficos 10. Pregunta 10

Los factores de compra que los encuestados consideran de mayor importancia son la calidad y precio, es decir, que quieren comprar un juguete que pueda satisfacer las necesidades de entretenimiento del niño a un precio accesible.

¿Estaría dispuesto a comprar en una juguetería que vele y promueva proyectos en bienestar de la niñez hondureña?

Promover bienestar social infantil	Conteo	%
Si	378	97.93%
No	8	2.07%
386		

Tabla 14. Distribución pregunta 11



Gráficos 11. Pregunta 11

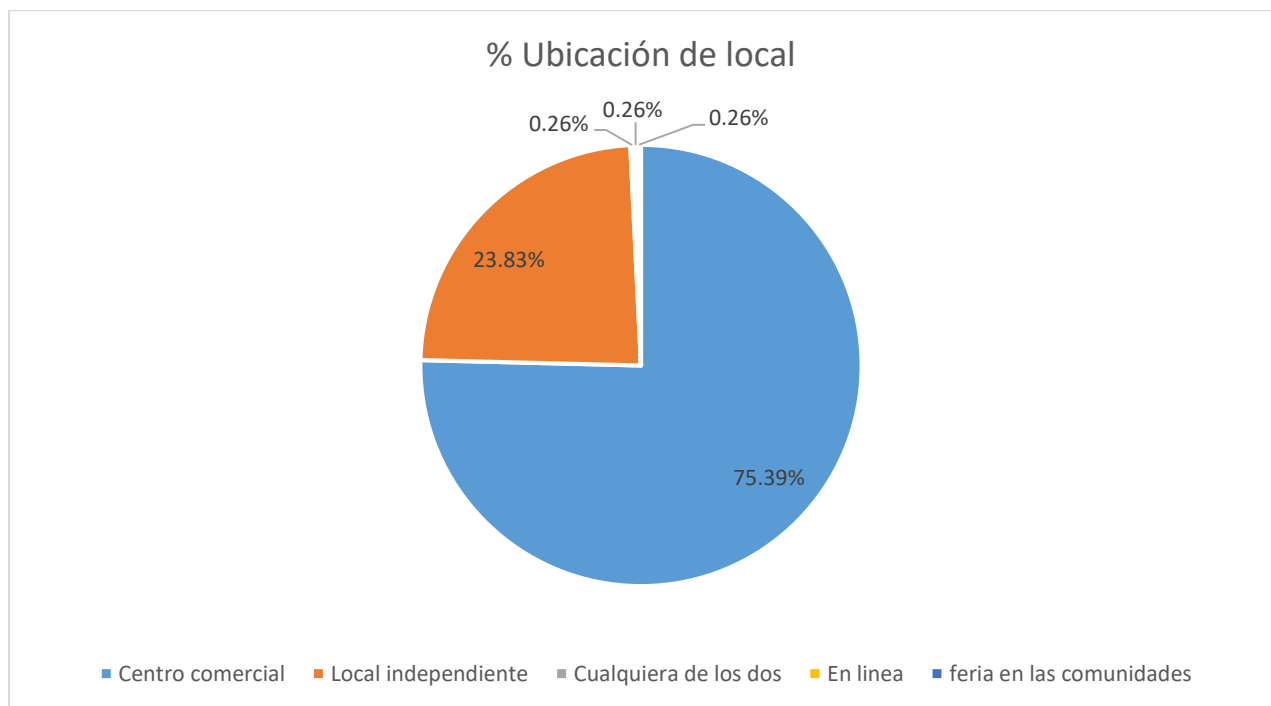
La idea de negocio de la juguetería con enfoque social ha tenido un considerable nivel de aceptación ya que el 97.9% de los encuestados si estarían dispuestos a comprar en ella.

¿Dónde le gustaría encontrar la juguetería?

Ubicación Local	Conteo	%
Centro comercial	291	75.39%
Local independiente	92	23.83%
Cualquiera de los dos	1	0.26%
En línea	1	0.26%
feria en las comunidades	1	0.26%

386

Tabla 15. Distribución pregunta 12



Gráficos 12. Pregunta 12

Cerca del 76% de la muestra les gustaría que la juguetería este situada en un centro comercial, porque pueden hacer diferentes tareas simultáneamente.

¿Compraría en línea?

Comprar en línea	Conteo	%
Si	309	80.05%
No	77	19.95%

386

Tabla 16. Distribución pregunta 13



Gráficos 13. Pregunta 13

El 80% de los encuestados estarían dispuestos a comprar en línea. Se tomará en cuenta esta preferencia al implementar la página web.

¿Qué experiencia diferente esperaría recibir en una juguetería?

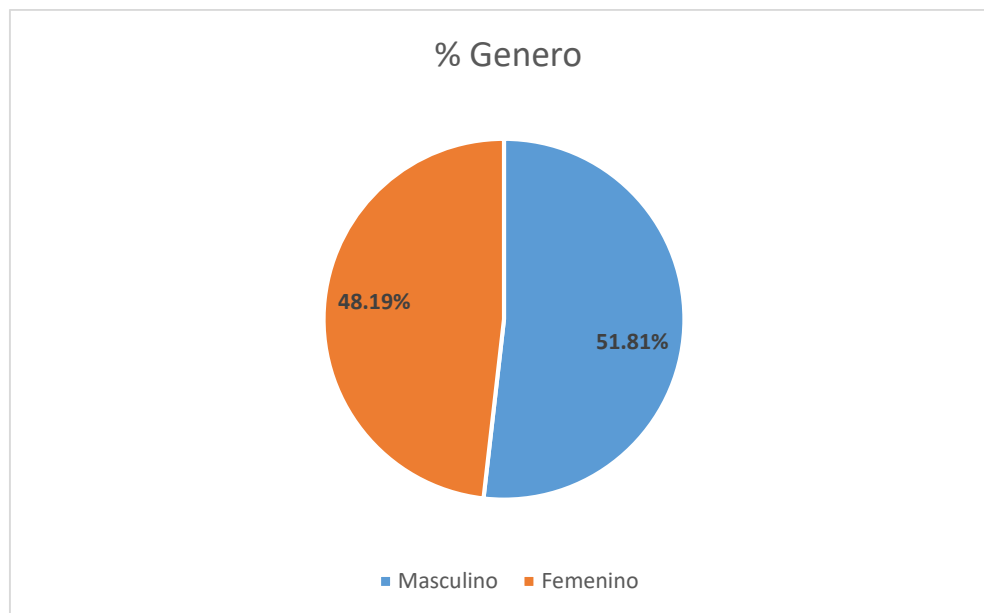
Según las opiniones de los encuestados las expectativas de KidsLand es un lugar colorido y agradable para los niños, donde puedan jugar y divertirse con juguetes de muestra, adicionalmente los padres buscan asesoría y ayuda pronta para seleccionar el juguete que mejor se adecue a las necesidades del niño según su edad

Género

Genero	Conteo	%
Masculino	200	51.81%
Femenino	186	48.19%

386

Tabla 17. Distribución pregunta 14



Gráficos 14. Pregunta 14

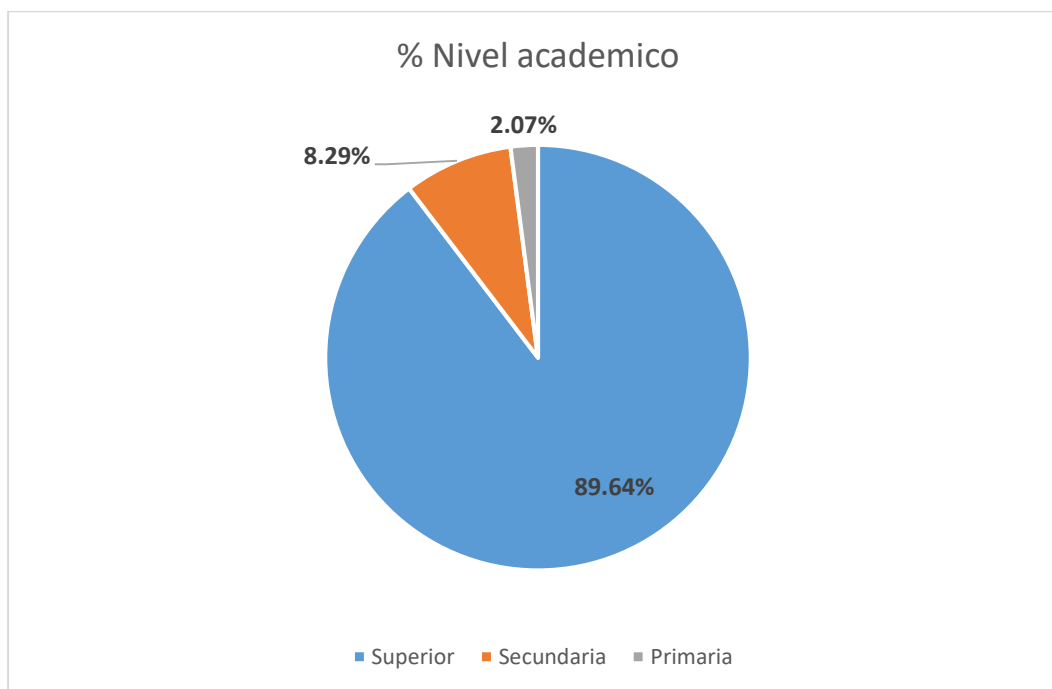
El 51.81% de los encuestados es de género masculino.

Nivel académico

Nivel academico	Conteo	%
Superior	346	89.64%
Secundaria	32	8.29%
Primaria	8	2.07%

386

Tabla 18. Distribución pregunta 15



Gráficos 15. Pregunta 15

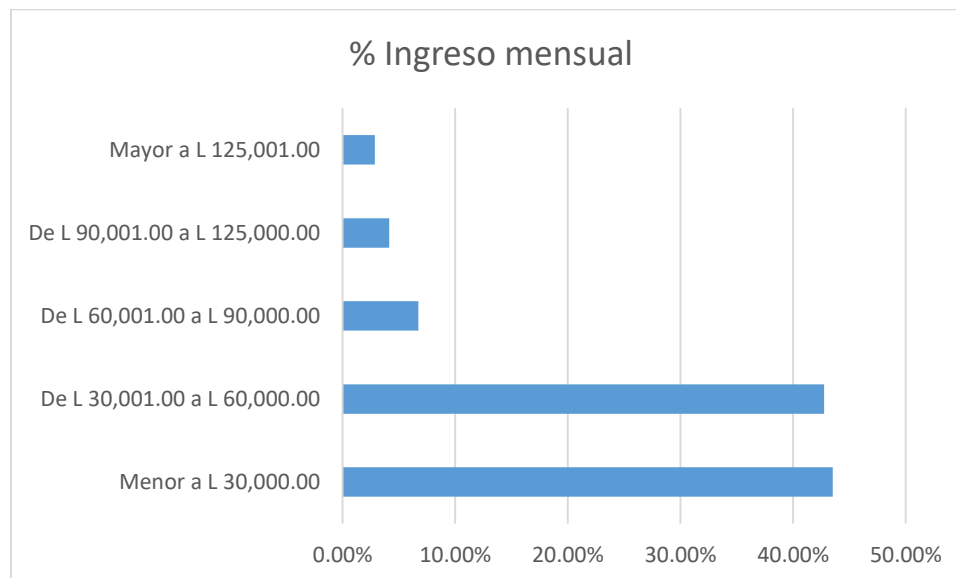
Alrededor del 90% de la muestra cuenta con carrera universitaria.

Ingreso mensual familiar

Ingreso mensual	Conteo	%
Menor a L 30,000.00	168	43.52%
De L 30,001.00 a L 60,000.00	165	42.75%
De L 60,001.00 a L 90,000.00	26	6.74%
De L 90,001.00 a L 125,000.00	16	4.15%
Mayor a L 125,001.00	11	2.85%

386

Tabla 19. Distribución pregunta 16



Gráficos 16. Pregunta 16

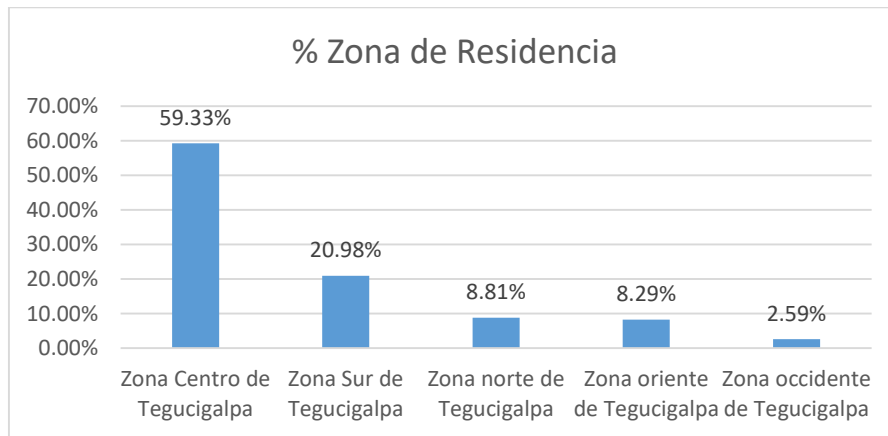
Los resultados de la encuesta señalan que cerca del 86.3% de los encuestados tienen ingresos mensuales familiar que comprenden de un salario mínimo a L 60,000.00.

Región de residencia

Zona para juguetería	Conteo	%
Zona Centro de Tegucigalpa	229	59.33%
Zona Sur de Tegucigalpa	81	20.98%
Zona norte de Tegucigalpa	34	8.81%
Zona oriente de Tegucigalpa	32	8.29%
Zona occidente de Tegucigalpa	10	2.59%

386

Tabla 20. Distribución pregunta 17



Gráficos 17. Pregunta 17

Casi el 60% de la población vive en la zona centro de Tegucigalpa y 20.98% de la misma vive en la zona sur de la ciudad. Este dato es importante al considerar la ubicación de la juguetería.

4.2 Análisis administrativo

KidsLand tendrá un espacio físico de 83.29 m² en City Mall Tegucigalpa, en un horario de atención de 10:00 am a 8:00 pm. Contará con 3 empleados, 1 encargado de tienda y 2 dependientas.

4.2.1 Perfiles de puesto

El perfil del puesto de los empleados será el siguiente:

Encargado de tienda: Esta persona se encargará de supervisar que exista orden, limpieza dentro de la juguetería y que los dos dependientes cumplan con sus respectivas funciones. Además de esto el encargado es el responsable del counter, donde se hará el cobro del juguete y el papeleo contable de venta, de igual manera al final del día tendrá que hacer el cierre de caja como del POS.

Dependientes: Estas personas son las encargadas de atender a los clientes y darles la información personalizada sobre el producto, de igual manera son los encargados de la limpieza del establecimiento como de los estantes de juguetes, estas dos personas son las responsables de la rotación de producto de la bodega interna del establecimiento a los estantes.

La estructura organizacional de la Juguetería KidsLand será de la siguiente manera:

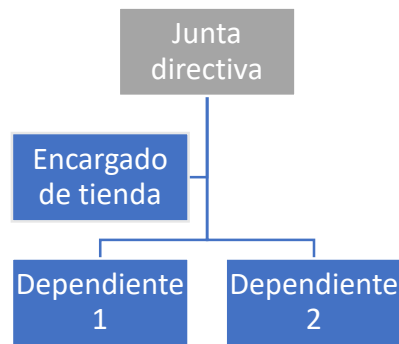


Ilustración 5. Organigrama

La juguetería KidsLand en consonancia a los objetivos que se buscan con la empresa, se determinaron lo que es la misión y visión:

4.2.2 Misión

“Ser la juguetería con enfoque social más importante para las familias de la ciudad de Tegucigalpa, brindando productos de buena calidad, excelentes precios y sobre todo atención personalizada a nuestros clientes sobre juguetes y desarrollo infantil”.

4.2.3 Visión

“Posicionarse en el mercado capitalino, generando mejores condiciones de vida en los niños necesitados mediante la implementación de Ludotecas, para luego expandirse a nivel nacional y poder ser en 5 años la Juguetería más grande y con responsabilidad social de Honduras.

El concepto de la tienda es que los niños puedan interactuar con juguetes de exhibición, un tobogán y además que puedan hacer actividades de aprendizaje (pintar, armar, leer, entre otras) en diversas islas o estaciones dentro de la tienda. En los estantes estarán clasificados los juguetes por las líneas que KidsLand comercializará Juguetes Educativos, Juguetes Bajo Licencia, Juguetes Electrónicos, Juguetes Al aire libre y Juguetes de mesa.

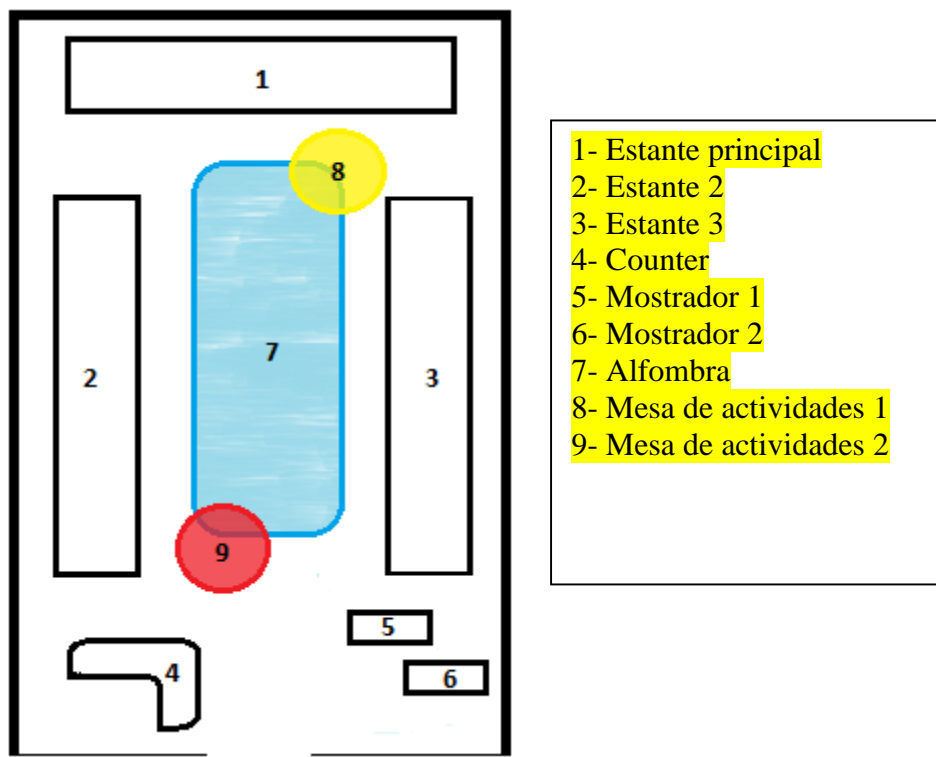


Ilustración 6. Distribución de planta – Juguetería

4.2.4 Valores de la Empresa

- Calidad. Contar juguetes duraderos y didácticos para los clientes de KidsLand.
- Compromiso con la educación. Ofrecer solamente juguetes que estimulen el desarrollo del niño.
- Espíritu de Servicio. Asesorar oportuna y amablemente a los clientes al momento de comprar juguetes.

4.2.5 Proveedores

Los juguetes serán importados de China, mediante una página web llamada Alibaba, la cual aglomera cientos de empresas mayoristas con diferentes rubros, teniendo un tiempo de llegada alrededor de dos meses, por ello se harán importaciones grandes 3 o 4 veces al año y se tendrá inventario en una bodega en CROPA. Para ello se subcontratará un pequeño camión para que haga el flete de los juguetes 1 o 2 veces al mes.

A continuación, se detallarán los pedidos realizados de juguetes para comenzar la juguetería, detallando los costos respectivos y la segmentación de juguetes que se tendrá dentro de la tienda.

Tipo de juguete: Educativo					
Categoría	Item	Costo Unitario (\$)	Orden minima	Costo Promedio (\$)	Orden minima promedio
A	Hot Creative Joy Preschool Didactic Construction Toy Bricks	\$ 6.68	36	\$ 5.30	16
	2017 hot selling new creative plastic educational blocks didactic toys	\$ 2.00	1		
	most popular ABS music mobile hanging bed bell electric baby toy for sell 3301	\$ 7.51	12		
	Custom Eco-friendly waterproof soft eva learning education baby toys	\$ 4.49	36		
	building kit baby toys educational for police set	\$ 2.66	24		
	114 pcs wange building blocks didactic toys	\$ 5.00	5		
	AUSINI cartoon cheap christmas construction didactic plastic toy brick	\$ 7.00	12		
Didactic toys	\$ 6.00	1			
B	High Quality EN71 Wooden Activity Walker Push WW-362 Pull Toddler Wobbler Baby	\$ 18.86	5	\$ 13.92	7
	Musical learning table juguetes baby baby toys for kids	\$ 17.82	6		
	Lepining 16028 522pcs harripotter Hogwart Model Building Block Brick Educational L	\$ 13.20	5		
	Amusing English Plastic Decompression Bricks Toy For Kids	\$ 10.21	12		
C	New LEPIN 05004 Star Series The First Order X Model Wing Fighter 79102 Building Bl	\$ 26.80	1	\$ 24.17	2
	Fire Station Building Blocks Compatible legoed Early Educational Bricks Kids Toy	\$ 26.70	3		
	baby toy Interesting intellect six sided toy box game kids early learning educational	\$ 25.78	1		
	Wooden giraffe hearth kitchen toys Infants wood meal kitchen utensils and applian	\$ 22.00	2		
	New product interesting kids play machine set flash water game toy	\$ 22.04	6		
	Infant Baby Early Walker Puzzle Multifunctional Learning Round Beads Educational V	\$ 29.50	1		

Tabla 21. Pedido Juguetes Educativos

Tipo de juguete: Bajo Licencia					
Categoría	Item	Costo Unitario (\$)	Orden minima	Costo Promedio (\$)	Orden minima promedio
A	Long nose cute animals elephant plush toy for lover gift stuffed	\$ 8.80	1	\$ 5.21	6
	Cute and cheap embrace classic collection stuffed plush toy with clothes	\$ 7.60	1		
	New best cheap white bears animals stuffed plush toy for kids	\$ 6.20	1		
	2017 custom pp cotton creative big shark	\$ 3.20	1		
	Cheap colourful mini owl birthday gift plush toy for babies stuffed	\$ 4.80	1		
	Baby sheep plush welcome open shop toy wear unique clothe stuffed plush toy	\$ 9.00	1		
	2017 hot sale memory foam neck adjustable U shaped pillow plush toy	\$ 5.60	1		
	Big size rainbow mushroom soft plush toy for lovers	\$ 6.40	1		
	Large size custom cute cheap frog shaped plush toy for lovers	\$ 8.60	1		
	loongon barbies 11.5' doll set ball jointed doll	\$ 10.00	10		
	Let Go action figures mini block toys	\$ 0.45	1		
	Mini Figures Mario Hot selling Super Mario PVC Action Figure 6pcs set Mario Toy	\$ 4.86	10		
	2017 Wholesale Dragon Ball Xenoverse PVC Action Figure and High quality Funko pop	\$ 3.50	3.5		
	(NEW Arrival) Funko POP, Wonder Woman Funko POP figure, PVC toy POP Action Fi	\$ 5.60	10		
	Factory cheap price Funko pop figure, Funko pop vinyl action figure, 10cm Funko po	\$ 5.60	10		
	Newest popular toys plastic small bobby fashion dolls 11 inch for girls toys	\$ 6.52	1		
	2017 Anime Beauty and the Beast Funko pop, Cinderella action figure, Snow White P	\$ 3.86	10		
	DS024752 toys for kids 2018 baby doll stroller with car seat doll pram toy	\$ 9.60	6		
	Newest popular toys plastic small bobby fashion dolls 11 inch for girls toys	\$ 6.52	1		
	6.5 inch small plastic princess doll toys	\$ 1.99	1		
	Lelia baby doll toys with B/O nursing bottle 3 styles for option	\$ 8.43	12		
	1pcs50cm New Arrival Original Metoo Lucky Dolls Pink Koala Plush Kids Baby Dolls T	\$ 9.80	3		
	Hot sale pretend play set girl pee doll toy with drinking bottle	\$ 2.90	12		
	New Hot Selling Dolls for Kids 14 inch Baby Dolls Toys with IC/Drinking/Pee Wholesa	\$ 4.40	24		
	2017 Anime Groot Funko pop Keychain, guardians of the galaxy action figure Key Rir	\$ 3.00	10		
	Loongon wholesale black dolls	\$ 10.00	1		
	Long hair princess plastic baby doll toys for girls	\$ 6.58	1		
	11.5-inch beautiful Barbiee Princess dolls with coloured spraying clothes for gift Doll	\$ 1.22	5		
	high quality 11 inch barbiee toy make up doll toys with clothes and shoes Plasic Doll	\$ 3.70	24		
	B	Cartoon lovely creative couple bear plush stuffed plush toy for wedding	\$ 14.00		
Romantic attracting luminous dog plush stuffed Plush toy for girls		\$ 14.80	1		
Cheap huge size colorful decorative deer plush stuffed plush toy for birthday gift		\$ 10.40	1		
Classic Design Display Toys Full Body Silicone Barbies Dolls gift for High School Grad		\$ 18.20	24		
Plastic universal record remote controlled singing and dancing toy dolls toys for kids		\$ 11.50	8		
Economic Lovely Baby Design Doll Stroller Wheel Toys with Single Seat		\$ 17.00	10		
Most popular favourite pretend play baby toys plush surprise baby doll with ic for sa		\$ 11.00	24		
mini walking doll toy		\$ 18.58	6		
Boneca Reborn - Lovely 16 Inch Fashion Doll With Hair Care Equipment Soft Doll Toy		\$ 15.64	20		
Cute warm baby doll intelligent doll house toy with 4 sounds		\$ 13.10	6		
shantou toys plastic building blocks marvel toys for sale		\$ 10.47	6		
Sluban ABS plastic building blocks collection toys for wholesale		\$ 16.79	4		
Hot movie Zootopia 6in1 World of Zootopia Le monde de Zootopia Judy Hopps/Nick		\$ 17.59	1		
12 inch silicone reborn baby dolls made in China HN802214		\$ 13.62	24		
17 inch fashion baby doll with pet dog doctor set plastic doll baby with sound		\$ 18.50	30		
C	High quality New Hot Eco-Friendly PVC Game League of Legends LOL Figure Jinx Ani	\$ 29.00	2	\$ 25.90	5
	Lelia dolls with pink villa doll set with house	\$ 25.00	20		
	Crazy Toys Marvel Movie Deadpool 12" Toy action figure	\$ 31.03	1		
	Teenage Mutant Ninja Turtles Figure 4pcs set TMNT Movie Ver. Don/Leo cute 5" toy	\$ 33.62	1		
	New Lepin 05008 698pcs Star Set Sith Infiltrator Figure Marvel Building Blocks Set To	\$ 23.00	2		
	New in Box Marvel Avenger 2 Age of Ultron X-Men Crazy Toy Action Figure	\$ 29.74	1		
	Marvel Hot Movie Black Panther Collection Figures Anime PVC Figure Model Toys	\$ 26.00	10		

Tabla 22. Pedido juguetes bajo licencia

Tipo de juguete: Al aire libre					
Categoría	Item	Costo Unitario (\$)	Orden minima	Costo Promedio (\$)	Orden minima promedio
A	Full iron cheap children kick scooter with light OC0189584	\$ 9.23	5	\$ 5.22	9
	Hot Sell Kids Skateboard W/Light , kids plastic 3 wheel scooter for sale	\$ 7.85	8		
	wholesale Size 5 pu leather laminated soccer ball for match	\$ 7.93	5		
	Secture and Comfortable Finger Save Protection Goalkeeper Soccer Gloves	\$ 3.00	1		
	Cheap Standard Size Rubber Volleyball Ball	\$ 3.50	1		
	Hot selling Custom Kids Outdoor Sport flying disc pu stress boomerang	\$ 1.10	10		
	The children sport has pu colorful frisbee flying disc games outdoor	\$ 8.36	20		
	Promotional soft PU foam frisbee with printing toys for kids	\$ 1.05	20		
	2018 Sand Beach Ship Kids Summer Toy 14 PCS Tool set	\$ 8.00	30		
	walmart summer winter best outdoor kid gardening toy shovel beach toy	\$ 5.20	1		
	Outdoor kids new sand beach boat toys	\$ 6.00	6		
	Outdoor good children bucket and spade sets water sand pail beach toy	\$ 3.50	1		
	Kids children summer cheap new plastic dump truck beach play set sand beach toy	\$ 3.62	24		
	Funny Summer Set Plastic Toy Car Sand Beach Toy	\$ 2.40	10		
	Lovely outdoor sport toy plastic baseball set toys for boys	\$ 3.99	1		
	Outdoor Sport High End Iron Designs Simple Tennis Outfit	\$ 6.00	5		
Child Plastic Tennis Badminton Racket for Kids	\$ 3.00	5			
B	Hot sale plastic sand beach table toy	\$ 11.62	6	\$ 13.13	12
	High quality 72pcs outdoor boy plastic sand mold toys set for kids	\$ 18.00	1		
	Hot selling summer beach castle toys	\$ 11.33	30		
	Classical sand toys funny send beach table kids summer sand castle molds toy	\$ 15.20	20		
	Kindergarten Sports Equipment For Children Leisure Sports Baseball Automatic Tee	\$ 16.53	5		
C	3 wheel folding adjustable electric kids kick scooter spray scooters with led lights	\$ 36.00	2	\$ 28.36	7
	Children's mountain bike Safe Wear-resistant 16 inch children sport bicycle	\$ 45.00	1		
	Colorful 21 speed sport mountain bicycle	\$ 60.00	5		
	Metal Detector MD-1009 Sand Beach Toy Kids gold finder	\$ 20.00	1		
	factory price summer creative assembled sand toy funny beach games for wholesale	\$ 49.50	1		
	Popular kitchen play set toys for kids new hot product	\$ 25.00	20		
	Super quality wholesale gym activity education infant care ba	\$ 20.00	30		
	Toys & Hobbies Play Outside Games Children Toys Car For Kids Play	\$ 50.62	2		
	New Plastic Kids Play House for sale	\$ 99.00	1		

Tabla 23. Pedido juguetes al aire libre

Tipo de juguete: Electrónicos					
Categoría	Item	Costo Unitario (\$)	Orden minima	Costo Promedio (\$)	Orden minima promedio
A	Eletronic mucical universal baby walker toy HC195018	\$ 4.68	5	\$ 6.78	9
	2018 children favorate cute toy crawl induction plush roll electric hedgehog toys for	\$ 7.10	10		
	Gag practical joke toys for truth or lie polygraph test with micro ultimate eletronic s	\$ 7.90	24		
	eletronic moving cartoon b/o carpenterworm toy/ b/o inset toy HC201485	\$ 5.73	5		
	2.4G 6 axis flying toy rc camera drone with aerial photography	\$ 8.56	1		
	2017 Popular Mini infrared Induction LED Flying Ball Helicopter Toy Flying Disco Ball	\$ 4.00	20		
	1/18 rechargeable battery operated toy car toy cars audi	\$ 8.52	1		
	Kid's musical instruments electric guita toy	\$ 8.00	4		
	Music educational mini electric guitar toy for kids	\$ 6.55	12		
	Plastic learning table drum keyboard musical toys with flashing lights	\$ 8.00	1		
	Drum organ keyboard musical instrument toy with light and music	\$ 9.38	12		
	6 channel kids rc car toy deformation robot with light and sound	\$ 4.88	18		
	New plastic electric walking robot toy kids with light music	\$ 2.70	1		
assemble children lepin 16003 kids building blocks toy educational robot with high d	\$ 10.22	12			
B	Cheap Battle DIY Wifi Selfie Quadcopter Mini Remote Control Drone	\$ 12.00	1	\$ 15.17	7
	Hand sensor control foldable portable delicate mini RC drone	\$ 15.58	1		
	High Speed Outdoor Wifi Control White Toy Drones With Camera	\$ 18.60	12		
	RW 2.4G 4 ch 1 16 scale high speed rc car electric car rc buggy	\$ 14.99	8		
	Z50 2.4G Radio Controlled Airplane RC RTF Electric Plane For Kids	\$ 13.00	1		
	WPL 1:16 Mini RC Climbing Military Truck For Outdoor	\$ 15.00	1		
	Toy Musical Instrument set kids music toy with backpack music band	\$ 15.00	1		
	2018 new CE ROHS FCC blue tooth karaoke toys children's day gift microphone for m	\$ 13.00	10		
	Bricstar interactive dancing football robot, programable robot toy kit for kids	\$ 15.39	8		
	Zhorya education intelligent programmable humanoid robot for sale	\$ 19.75	8		
	MZ 2389P radio control aircraft robot deformation toys with dynamic sound	\$ 12.23	12		
	Wholesale JJRC R4 for Kids Smart Intelligent Programmable Remote Gesture Contro	\$ 15.00	12		
	Original manufacturer wholesale for sphere droid bb ball rc robot	\$ 14.00	12		
C	Mini Drone RC Helicopters Foldable Altitude Hold RC Quadcopter WiFi FPV Micro Dr	\$ 32.90	1	\$ 25.55	5
	2.4G Range Rover Sport rc car 1/10 scale for kids	\$ 27.40	4		
	RW 2.4G 6WD car rc truck toys drone with hd camera 26612B	\$ 36.00	1		
	1/8 rc car	\$ 27.13	1		
	New arrival headless light flips rc drone accessories with 2 million hd camera	\$ 25.76	1		
	Orff instruments Plastic Sound Tube Children's Toy Plastic Toy 8 Colour Music Tube	\$ 20.00	1		
	Kids Educational Toy Play The Melodious Music Robot Toy	\$ 30.46	5		
	61 keys musical children battery operated instrument toys	\$ 84.50	1		
	QS toys EN71 Multi-function G-sensor RC Robot for Children mini robot intelligent r	\$ 21.20	30		
	Multi function TT313 fighting rc robot for sale	\$ 32.00	4		

Tabla 24. Pedido juguetes electrónicos

Tipo de juguete: Juegos de mesa					
Categoría	Item	Costo Unitario (\$)	Orden minima	Costo Promedio (\$)	Orden minima promedio
A	High quality dart board 18"x1-1/2" standard round wire classical custom bristle darts	\$ 10.00	1	\$ 3.51	4
	new products antique wooden international chess	\$ 7.28	5		
	The game of plan children educational toy custom risk board game	\$ 6.69	1		
	YF-D6148 OEM accept factory Wooden Outdoor Games Large Wooden Jenga Wood G	\$ 2.88	1		
	2017 new plastic indoor intelligent pandemic board game for kids	\$ 9.99	1		
	YF-M120 new hot sell popular Wooden Outdoor Games Large Wooden Jenga Wood G	\$ 5.63	1		
	YF-M151 new hot sell popular Wooden Outdoor Games Large Wooden Jenga Woode	\$ 4.60	1		
	24K Carat 100 Dollars Golden cards Gold Foil Plated Poker Game Playing Cards	\$ 1.85	20		
B	Newest intelligent funny kids toys scrabble board games for kids	\$ 2.60	5	\$ 18.08	6
	indoor sports game play soccer hand mini football table for sale	\$ 16.00	10		
	red antique leather antique hand painted art oriental lacquer game mahjong	\$ 20.00	2		
	mini portable travel 28 Pieces Fun Board Standard Domino Games with aluminum ca	\$ 15.80	1		
C	Deluxe Wire Cage Bingo Set Classic Balls Game Automatic Adult Party Senior Kids	\$ 20.00	10	\$ 42.50	4
	China new product fun cheap mini football table for kids toy soccer game	\$ 50.00	10		
	Manufacturers direct wooden chess	\$ 39.10	7		
	New Entertainment Board Game Table Top Skee Ball Game	\$ 24.50	2		
	Factory cheap inflatable twister game,inflatable sport games for sale	\$ 45.00	1		
	stock supply 28 pcs dominoes malaysia quality code beech wood flower indoor gam	\$ 24.80	1		

Tabla 25.Pedido juguetes de mesa

En las tablas anteriores se visualizan los juguetes que se emitirán en las órdenes de compra con el respectivo nombre con el cual el proveedor los pone a la venta, costo del mismo , orden mínima y un costo promedio ponderado de los juguetes por tipo.

4.2.6 Marketing y Publicidad

La juguetería Kidsland destinará parte de la inversión inicial al desarrollo de publicidad y mercadeo del negocio, para lo cual se contratará una empresa que preste este servicio de propaganda electrónica mediante redes sociales, así como campañas físicas con las cuales se dé a conocer el servicio que prestara la juguetería y el valor agregado que se tendrá en comparación a empresas del mismo rubro que se encuentren en la ciudad.

4.3 Análisis Financiero

En el Análisis financiero se midieron los aspectos e indicadores necesarios para medir la rentabilidad del proyecto, para el caso, como se ha mencionado se utilizará la TIR Y VPN, pero para obtener estos dos indicadores se deben evaluar ciertos aspectos del negocio, que en los enunciados siguientes se detallaran.

4.3.1 Proyecciones de Ventas

Para el mercado meta de la juguetería KidsLand se determinó un 2.5% de los clientes potenciales.

Familias en TGU	295,215
Familias de clase media	147,608
Mercado Meta	3,690

Tabla 26. Mercado Meta

En la tabla anterior se puede ver el desglose de la población, luego la muestra y por último el mercado meta en el cual KidsLand quiere posicionarse, siendo de 2.5% teniendo un escenario realista por la situación del país, ya que adquirir juguetes no es una necesidad primaria como lo es comprar comida.

Luego de tener el mercado meta se desglosa el número de ventas que tendrá la juguetería mensual y anualmente, para esto se utilizaron datos obtenidos de los métodos de recolección.

La juguetería KidsLand con el objetivo de ser una empresa con orientación en el desarrollo de los niños, segmenta los juguetes en 5 tipos según su función en el desarrollo del infante, los cuales son: *Juguetes Educativos*, *Juguetes Bajo Licencia*, *Juguetes Electrónicos*, *Juguetes Al aire libre* y *Juguetes de mesa*.

Estos tipos de juguetes se subdividieron en tres categorías posteriores, dichas categorías son basadas en el precio de adquisición.

- Categoría A: < L 400.00
- Categoría B: > L 400.00 y <= L 800.00
- Categoría C: > L 800.00

Para calcular las proyecciones de ventas mensuales y anuales de la juguetería, se contemplaron tres variables de los métodos de recolección de datos, estas variables dieron una guía sobre el patrón de consumo de los potenciales clientes y de esta manera tener una cercanía mayor con la realidad.

Las variables que se extrajeron del cuestionario son la frecuencia con la que se compran los juguetes, el precio que estarían a pagar por un juguete y el tipo de juguete que comprarían.

En las siguientes tablas se puede evidenciar como se analizaron los datos.

Frecuencia de Compra	Porcentaje	Clientes Potenciales	Cantidad	Unidades
Mensual	8.50%	314	12	3,763.99
Cada 2 meses	10.30%	380	6	2,281
Cada 3 meses	20.20%	745	4	2,982
Cada 6 meses	28.70%	1,059	2	2,118
Anual	19.60%	723	1	723

Tabla 27. Porcentaje de frecuencia de compras

Tipo de Juguetes	Preferencia	Ponderación	Unidades (año)	Unidades (mes)
Educativos	274	36%	4,295.55	358
Bajo Licencia	141	19%	2,210	184
Electrónicos	76	10%	1,191	99
Al Aire	153	20%	2,398.61	200
Mesa	113	15%	1,772	148
	757		11,868	

Tabla 28. Porcentaje de ventas por tipo de juguete

Categoría	Rango de precio	%
A	menor a L 400.00	28%
B	de L 401.00 a L 800.00	53%
C	mayor a L 801.00	19%

Tabla 29. Porcentaje por el cual están dispuestos a pagar los clientes por el juguete

Con las tablas anteriores se determinó el volumen de ventas por cada uno de los 5 tipos de productos.

Tipo de juguete: Educativo		
Categoría	UND (año)	UND (mes)
A	1203	100
B	2277	190
C	816	68

Tabla 30. Proyección de ventas - Juguete educativo

Tipo de juguete: Bajo Licencia		
Categoría	UND (año)	UND (mes)
A	619	52
B	1172	98
C	420	35

Tabla 31. Proyección de ventas - Juguete bajo licencia

Tipo de juguete: Al aire		
Categoría	UND (año)	UND (mes)
A	672	56
B	1271	106
C	456	38

Tabla 32. Proyección de ventas - Juguete al aire libre

Tipo de juguete: Electrónicos		
Categoría	UND (año)	UND (mes)
A	334	28
B	631	53
C	226	19

Tabla 33. Proyección de ventas - Juguete electrónico

Tipo de juguete: Mesa		
Categoría	UND (año)	UND (mes)
A	496	41
B	939	78
C	337	28

Tabla 34. Proyección de ventas - Juguete de mesa

4.3.2 Inventario

Al tener segmentados los 5 tipos de juguetes en cada una de las categorías de precios, es fundamental saber la cantidad de inventario que se debe tener en la juguetería.

En las siguientes tablas se detallan las entradas y salidas de cada año en inventario y el saldo con el cual se inicia al próximo año.

4.3.2.1 Cedulas Juguetes Educativos

CATEGORÍA	A									
	TIPO DE JUGUETE									
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo		
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total
Saldo Inicial							100	L. 168.14	L. 16,852.98	
TOTAL 2019	1,123		L. 188,745.68	1,203		L. 202,235.79	20	L. 168.14	L. 3,362.88	
TOTAL 2020	1,262		L. 218,172.00	1,260		L. 217,731.56	22	L. 172.88	L. 3,803.32	
TOTAL 2021	1,323		L. 234,980.89	1,320		L. 234,343.90	25	L. 177.61	L. 4,440.30	
TOTAL 2022	1,394		L. 254,190.81	1,392		L. 253,707.76	27	L. 182.35	L. 4,923.35	
TOTAL 2023	1,466		L. 274,260.06	1,464		L. 273,758.08	29	L. 187.08	L. 5,425.34	

Tabla 35. Inventario juguete educativo A

CATEGORÍA	B									
	TIPO DE JUGUETE									
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo		
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total
Saldo Inicial							190	L. 439.96	L. 83,469.33	
TOTAL 2019	2,125		L. 934,881.13	2,277		L. 1,001,631.98	38	L. 439.96	L. 16,718.48	
TOTAL 2020	2,390		L. 1,081,220.78	2,388		L. 1,079,843.52	40	L. 452.39	L. 18,095.75	
TOTAL 2021	2,510		L. 1,166,716.53	2,508		L. 1,165,289.53	42	L. 464.83	L. 19,522.75	
TOTAL 2022	2,630		L. 1,255,196.37	2,628		L. 1,253,719.63	44	L. 477.26	L. 20,999.48	
TOTAL 2023	2,762		L. 1,352,536.61	2,760		L. 1,351,010.14	46	L. 489.69	L. 22,525.95	

Tabla 36. Inventario juguete educativo B

CATEGORÍA	C									
	TIPO DE JUGUETE									
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo		
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total
Saldo Inicial							68	L. 763.31	L. 51,914.87	
TOTAL 2019	762		L. 581,749.87	816		L. 622,978.42	14	L. 763.31	L. 10,686.32	
TOTAL 2020	852		L. 668,736.19	852		L. 668,433.89	14	L. 784.90	L. 10,988.62	
TOTAL 2021	901		L. 726,651.55	900		L. 725,542.75	15	L. 806.49	L. 12,097.42	
TOTAL 2022	949		L. 785,854.92	948		L. 784,702.94	16	L. 828.09	L. 13,249.40	
TOTAL 2023	997		L. 847,131.21	996		L. 845,936.04	17	L. 849.68	L. 14,444.56	

Tabla 37. Inventario juguete educativo C

4.3.2.2 Cédulas Juguetes bajo licencia

CATEGORÍA	A									
	TIPO DE JUGUETE									
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo		
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total
Saldo Inicial							52	L. 165.33	L. 8,527.58	
TOTAL 2019	577.3579923		L. 74,841.15	619		L. 82,072.45	10	L. 129.63	L. 1,296.27	
TOTAL 2020	649		L. 86,510.89	648		L. 86,340.88	11	L. 133.30	L. 1,466.29	
TOTAL 2021	686		L. 93,961.82	684		L. 93,647.49	13	L. 136.97	L. 1,780.62	
TOTAL 2022	722		L. 101,543.81	720		L. 101,214.79	15	L. 140.64	L. 2,109.64	
TOTAL 2023	757		L. 109,245.87	756		L. 109,046.48	16	L. 144.31	L. 2,309.03	

Tabla 38. Inventario juguete bajo licencia A

CATEGORÍA	B									
	TIPO DE JUGUETE									
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo		
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total
Saldo Inicial							98	L. 482.46	L. 47,102.66	
TOTAL 2019	1094		L. 415,470.69	1,172		L. 454,977.41	20	L. 379.80	L. 7,595.94	
TOTAL 2020	1238		L. 483,507.59	1,236		L. 482,511.31	22	L. 390.56	L. 8,592.22	
TOTAL 2021	1298		L. 520,905.01	1,296		L. 519,865.70	24	L. 401.31	L. 9,631.53	
TOTAL 2022	1357		L. 559,181.34	1,356		L. 558,511.07	25	L. 412.07	L. 10,301.79	
TOTAL 2023	1430		L. 604,646.75	1,428		L. 603,532.13	27	L. 422.83	L. 11,416.41	

Tabla 39. Inventario juguete bajo licencia B

CATEGORÍA	C									
	TIPO DE JUGUETE									
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo		
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total
Saldo Inicial							35	L. 817.85	L. 28,624.27	
TOTAL 2019	391.9929233		L. 252,589.62	420		L. 276,703.28	7	L. 644.37	L. 4,510.61	
TOTAL 2020	445		L. 294,868.33	444		L. 294,077.94	8	L. 662.63	L. 5,301.00	
TOTAL 2021	470		L. 320,012.67	468		L. 318,504.89	10	L. 680.88	L. 6,808.78	
TOTAL 2022	493		L. 344,671.37	492		L. 343,789.72	11	L. 699.13	L. 7,690.44	
TOTAL 2023	518		L. 371,604.46	516		L. 369,968.91	13	L. 717.38	L. 9,325.98	

Tabla 40. Inventario juguete bajo licencia C

4.3.2.3 Cédulas Juguetes al aire libre

CATEGORÍA	A									
	TIPO DE JUGUETE									
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo		
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total
Saldo Inicial							56	L. 165.67	L. 9,272.11	
TOTAL 2019	623.6437789		L. 81,006.15	672		L. 89,239.13	8	L. 129.89	L. 1,039.13	
TOTAL 2020	709		L. 94,701.86	708		L. 94,538.85	9	L. 133.57	L. 1,202.14	
TOTAL 2021	746		L. 102,388.76	744		L. 102,081.14	11	L. 137.25	L. 1,509.75	
TOTAL 2022	781		L. 110,066.07	780		L. 109,884.67	12	L. 140.93	L. 1,691.16	
TOTAL 2023	818		L. 118,290.15	816		L. 117,956.78	14	L. 144.61	L. 2,024.53	

Tabla 41. Inventario juguete al aire libre A

CATEGORÍA	B										
	TIPO DE JUGUETE										
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo			
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	
	Saldo Inicial						106	L.	415.18	L.	43,983.26
TOTAL 2019	1187		L. 387,921.05	1,271		L. 424,716.50	22	L.	326.72	L.	7,187.80
TOTAL 2020	1333		L. 447,851.95	1,332		L. 447,312.37	23	L.	335.97	L.	7,727.38
TOTAL 2021	1406		L. 485,390.01	1,404		L. 484,486.69	25	L.	345.23	L.	8,630.69
TOTAL 2022	1477		L. 523,570.28	1,476		L. 522,984.43	26	L.	354.48	L.	9,216.54
TOTAL 2023	1549		L. 563,428.45	1,548		L. 562,824.09	27	L.	363.74	L.	9,820.90

Tabla 42. Inventario juguete al aire libre B

CATEGORÍA	C										
	TIPO DE JUGUETE										
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo			
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	
	Saldo Inicial						38	L.	895.38	L.	34,004.81
TOTAL 2019	425.7582785		L. 300,386.66	456		L. 328,747.21	8	L.	705.53	L.	5,644.27
TOTAL 2020	481		L. 348,974.31	480		L. 348,088.91	9	L.	725.52	L.	6,529.66
TOTAL 2021	505		L. 376,479.17	504		L. 375,553.80	10	L.	745.50	L.	7,455.03
TOTAL 2022	529		L. 404,943.31	528		L. 403,977.97	11	L.	765.49	L.	8,420.37
TOTAL 2023	553		L. 434,366.73	552		L. 433,361.42	12	L.	785.47	L.	9,425.68

Tabla 43. Inventario juguete al aire libre C

4.3.2.4 Cédulas Juguetes electrónicos

CATEGORÍA	A									
	TIPO DE JUGUETE									
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo		
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total
Saldo Inicial							28	L. 214.78	L. 5,970.94	
TOTAL 2019	311.8099817		L. 52,580.34	334		L. 57,539.51	6	L. 168.63	L. 1,011.78	
TOTAL 2020	349		L. 60,518.71	348		L. 60,316.64	7	L. 173.41	L. 1,213.84	
TOTAL 2021	361		L. 64,323.94	360		L. 64,112.32	8	L. 178.18	L. 1,425.46	
TOTAL 2022	386		L. 70,622.27	384		L. 70,218.14	10	L. 182.96	L. 1,829.59	
TOTAL 2023	409		L. 76,783.97	408		L. 76,548.47	11	L. 187.74	L. 2,065.09	

Tabla 44. Inventario juguete electrónico A

CATEGORÍA	B									
	TIPO DE JUGUETE									
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo		
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total
Saldo Inicial							53	L. 479.33	L. 25,223.61	
TOTAL 2019	590		L. 222,565.67	631		L. 243,638.73	11	L. 377.32	L. 4,150.55	
TOTAL 2020	661		L. 256,475.28	660		L. 255,969.70	12	L. 388.01	L. 4,656.13	
TOTAL 2021	698		L. 278,291.96	696		L. 277,366.30	14	L. 398.70	L. 5,581.79	
TOTAL 2022	733		L. 300,080.79	732		L. 299,521.77	15	L. 409.39	L. 6,140.81	
TOTAL 2023	769		L. 323,037.86	768		L. 322,457.46	16	L. 420.08	L. 6,721.20	

Tabla 45. Inventario juguete electrónico B

CATEGORÍA	C										
	TIPO DE JUGUETE										
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo			
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	
Saldo Inicial							19	L. 806.89	L. 15,221.93		
TOTAL 2019	211.5139161		L. 134,465.18	226		L. 147,144.20	4	L. 635.73	L. 2,542.91		
TOTAL 2020	241		L. 157,550.13	240		L. 156,824.36	5	L. 653.73	L. 3,268.67		
TOTAL 2021	254		L. 170,622.63	252		L. 169,189.11	7	L. 671.74	L. 4,702.20		
TOTAL 2022	265		L. 182,783.83	264		L. 181,968.02	8	L. 689.75	L. 5,518.00		
TOTAL 2023	277		L. 196,048.95	276		L. 195,197.13	9	L. 707.76	L. 6,369.82		

Tabla 46. Inventario juguete electrónico C

4.3.2.5 Cédulas Juguetes de mesa

CATEGORÍA	A										
	TIPO DE JUGUETE										
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo			
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	
Saldo Inicial							41	L. 111.55	L. 4,611.05		
TOTAL 2019	462.6911569		L. 40,346.92	496		L. 44,260.37	8	L. 87.20	L. 697.60		
TOTAL 2020	517		L. 46,359.69	516		L. 46,250.26	9	L. 89.67	L. 807.04		
TOTAL 2021	541		L. 49,848.08	540		L. 49,733.71	10	L. 92.14	L. 921.41		
TOTAL 2022	566		L. 53,549.65	564		L. 53,335.73	12	L. 94.61	L. 1,135.33		
TOTAL 2023	589		L. 57,180.55	588		L. 57,053.83	13	L. 97.08	L. 1,262.05		

Tabla 47. Inventario juguete de mesa A

CATEGORÍA	B										
	TIPO DE JUGUETE										
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo			
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	
	Saldo Inicial						78	L. 571.11	L. 44,685.30		
TOTAL 2019	877		L. 394,264.11	939		L. 431,753.70	16	L. 449.73	L. 7,195.71		
TOTAL 2020	985		L. 455,533.64	984		L. 454,867.34	17	L. 462.47	L. 7,862.00		
TOTAL 2021	1034		L. 491,366.96	1,032		L. 490,199.98	19	L. 475.21	L. 9,028.99		
TOTAL 2022	1081		L. 527,472.82	1,080		L. 526,742.83	20	L. 487.95	L. 9,758.98		
TOTAL 2023	1141		L. 571,285.10	1,140		L. 570,529.63	21	L. 500.69	L. 10,514.45		

Tabla 48. Inventario juguete de mesa B

CATEGORÍA	C										
	TIPO DE JUGUETE										
	Mes	Ingreso			Salida			Saldo			
		Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	Unidades	Costo Promedio	Total	
	Saldo Inicial						28	L. 1,341.26	L. 37,621.16		
TOTAL 2019	314.5404279		L. 332,553.96	337		L. 363,831.51	6	L. 1,057.27	L. 6,343.62		
TOTAL 2020	349		L. 379,438.97	348		L. 378,172.06	7	L. 1,087.22	L. 7,610.52		
TOTAL 2021	362		L. 404,414.08	360		L. 401,970.11	9	L. 1,117.17	L. 10,054.49		
TOTAL 2022	385		L. 441,638.99	384		L. 440,222.34	10	L. 1,147.11	L. 11,471.14		
TOTAL 2023	409		L. 481,418.58	408		L. 479,942.03	11	L. 1,177.06	L. 12,947.69		

Tabla 49. Inventario juguete de mesa C

4.3.3 Ingresos por ventas

En los ingresos por ventas se proyectaron los volúmenes a vender para los próximos 5 años, segmentados por los 5 tipos de juguetes antes mencionados.

INGRESOS POR VENTAS ANUALES						
Año	Educativo	Licencia	Aire libre	Electrónicos	De mesa	Total
2019	2,343,751.12	1,297,195.69	1,340,855.94	714,964.04	1,333,340.51	L. 7,030,107.30
2020	2,523,505.15	1,407,079.79	1,448,438.05	771,705.33	1,428,118.32	L. 7,578,846.64
2021	2,727,611.72	1,519,611.78	1,565,873.83	832,945.89	1,529,977.01	L. 8,176,020.23
2022	2,941,771.88	1,636,095.18	1,687,462.37	899,962.21	1,657,012.64	L. 8,822,304.28
2023	3,170,927.97	1,764,907.37	1,813,203.68	969,309.36	1,798,453.92	L. 9,516,802.29
	13,707,567.84	7,624,889.81	7,855,833.87	4,188,886.83	7,746,902.40	

Tabla 50. Ingresos por ventas

La tabla anterior muestra una tendencia positiva en las ventas, las cuales se aprecia que van en aumento, en el año 5 los ingresos por ventas anuales serán de L 10 millones aproximadamente.

4.3.4 Compras de inventario

COMPRAS ANUALES						
Año	Educativo	Licencia	Aire libre	Electrónicos	De mesa	Total
2019	1,705,376.68	742,901.46	769,313.86	409,611.18	767,164.99	L. 4,394,368.17
2020	1,968,128.97	864,886.81	891,528.12	474,544.11	881,332.30	L. 5,080,420.31
2021	2,128,348.97	934,879.49	964,257.93	513,238.53	945,629.12	L. 5,486,354.04
2022	2,295,242.09	1,005,396.52	1,038,579.66	553,486.89	1,022,661.45	L. 5,915,366.61
2023	2,473,927.88	1,085,497.07	1,116,085.33	595,870.78	1,109,884.23	L. 6,381,265.30
	10,571,024.59	4,633,561.36	4,779,764.89	2,546,751.49	4,726,672.10	

Tabla 51. Compras de inventario

Las compras de inventario nos reflejan el presupuesto que se debe invertir en los juguetes, los totales de cada año es el costo de comprar los juguetes.

4.3.5 Costo de ventas

COSTO DE VENTAS ANUALES						
año	Educativo	Licencia	Aire libre	Electrónicos	De mesa	Total
2019	1,826,846.18	813,753.14	842,702.84	448,322.43	839,845.58	L. 4,771,470.17
2020	1,966,008.96	862,930.13	889,940.14	473,110.70	879,289.66	L. 5,071,279.60
2021	2,125,176.18	932,018.08	962,121.64	510,667.73	941,903.80	L. 5,471,887.43
2022	2,292,130.33	1,003,515.58	1,036,847.07	551,707.93	1,020,300.89	L. 5,904,501.80
2023	2,470,704.26	1,082,547.52	1,114,142.29	594,203.06	1,107,525.50	L. 6,369,122.63
	10,680,865.92	4,694,764.45	4,845,753.97	2,578,011.86	4,788,865.43	

Tabla 52. Costo de ventas

El costo de venta de cada juguete contempla el costo del juguete en el extranjero, el flete, los impuestos arancelarios, el impuesto sobre ventas, entre otros.

4.3.6 Inventario Final

INVENTARIO FINAL ANUAL						
Año	Educativo	Licencia	Aire libre	Electrónicos	De mesa	Total
2019	30,767.68	13,402.82	13,871.20	7,705.24	14,236.93	L. 79,983.87
2020	32,887.68	15,359.51	15,459.18	9,138.65	16,279.56	L. 89,124.58
2021	36,060.47	18,220.92	17,595.48	11,709.45	20,004.89	L. 103,591.20
2022	39,172.23	20,101.87	19,328.07	13,488.40	22,365.45	L. 114,456.02
2023	42,395.85	23,051.42	21,271.10	15,156.12	24,724.19	L. 126,598.68
	181,283.91	90,136.54	87,525.03	57,197.86	97,611.01	

Tabla 53. Inventario Final

El inventario final muestra el valor monetario de la cantidad de producto que se tendrá en inventario, ya sea por no venta o porque acaba de ingresar a la empresa por consecuencia de un pedido.

4.3.7 Plan de Inversión

Detalle	Inversión Total	Financiamiento	Fondos Propios
Mobiliario y Equipo de Oficina	L. 15,676.00	L. -	L. 15,676.00
Equipo de Computo y Eléctronico	49,390.00	-	L. 49,390.00
Total Activos fijos	L. 65,066.00	L. -	L. 65,066.00
Imprevistos 5% de la Inversión fija	L. 3,253.30	L. -	L. 3,253.30
Papelería e Insumos	L. 6,000.00	L. -	L. 6,000.00
Depósitos en garantía	L. 64,315.69	L. -	L. 64,315.69
Gastos de constitucion	L. 9,958.50	L. -	L. 9,958.50
Efectivo	L. 25,000.00	L. -	L. 25,000.00
Adecuación de instalaciones	L. 90,000.00	L. -	L. 90,000.00
Adecuación de bodega	L. 4,235.00	L. -	L. 4,235.00
Costos de Inventario Inicial	L. 457,085.87	L. 228,542.93	L. 228,542.93
Total Capital de Trabajo	L. 659,848.35	L. 228,542.93	L. 431,305.42
Inversión Total	L. 724,914.35	L. 228,542.93	L. 496,371.42
%	100.00%	31.53%	68.47%

Tabla 54. Plan de Inversión

El plan de inversión de la juguetería KidsLand detalla la cantidad de dinero que se financiará en una institución bancaria y la cantidad dinero que saldrá de fondos propios; en cada uno de los escenarios se desglosa el motivo por el cual incurre el gasto de inversión.

Para el actual proyecto se invertirán de fondos propios representando el 68.47% del total, mientras que el financiamiento corresponde al 31.53% de la inversión. La tasa de descuento obtenida es de 24% la cual está conformada por el 26% de la tasa de interés de banco y 23.08% como tasa esperada de fondos propios (para obtenerla al CAPM USA 11.89% se sumó 5.19% correspondiente al riesgo país y 6% de devaluación de moneda)

4.3.8 Financiamiento

COSTO DE CAPITAL						
Fuentes de financiamiento	Inversión	Proporción	Tasa esperada	Ponderación		
Préstamo bancario	L. 228,542.93	31.53%	26.00%	8.20%		
Recursos propios	L. 496,371.42	68.47%	23.08%	15.80%		
Total Inversión	L. 724,914.35	100.00%		24%		

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Intereses	L. 56,512.00	L. 49,002.59	L. 39,290.42	L. 26,729.34	L. 10,483.67	L. 182,018.03
Abono Capital	L. 25,600.19	L. 33,109.60	L. 42,821.77	L. 55,382.85	L. 71,628.52	L. 228,542.93
Total	L. 82,112.19	L. 82,112.19	L. 82,112.19	L. 82,112.19	L. 82,112.19	L. 410,560.96

Tabla 55. Financiamiento

La tasa para el financiamiento promedio en una institución bancaria es del 26%, para lo cual se desglosa por año la cantidad de intereses y abono a capital que se hará respecto al presente préstamo.

4.3.9 Cálculo de Planilla

Para los tres empleados con los cuales contará la juguetería se les calculará todo lo obligatorio por la ley, así como los beneficios con los cuales debe contar cada empleado, como ser el IHSS, INFOP y RAP.

En las siguientes tablas se muestran los cálculos que se realizaron para el año 2019, en los cuales se miran los montos mensuales como anuales, para la proyección hasta el 2023 se realizaron los mismos cálculos y los techos establecidos respectivos.

PLANILLA KIDSLAND 2019

Puesto	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Cuota Patronal Mensual			Cuota Patronal Anual			Retenciones Empleado Mensual		Retenciones Empleado Anual		Total deducciones	13 Mes de Salario	14 Mes de Salario	Sueldo Mensual Neto	Sueldo Anual Neto
			IHSS	INFOP	RAP	IHSS	INFOP	RAP	IHSS	RAP	IHSS	RAP					
Encargado de tienda	L. 15,000.00	L. 180,000.00	555.12	150	103.43	6,661.49	1800	L. 1,241.10	260.80	103.43	3,129.56	L. 1,241.10	4,370.66	L. 15,000.00	L. 15,000.00	14,635.78	175,629.34
Dependiente 1	L. 9,000.00	L. 108,000.00	536.40	90	13.43	6,436.80	1080	L. 161.10	252.00	13.43	3,024.00	L. 161.10	3,185.10	L. 9,000.00	L. 9,000.00	8,734.58	104,814.90
Dependiente 2	L. 9,000.00	L. 108,000.00	536.40	90	13.43	6,436.80	1080	L. 161.10	252.00	13.43	3,024.00	L. 161.10	3,185.10	L. 9,000.00	L. 9,000.00	8,734.58	104,814.90

Tabla 56. Cálculo Planilla 2019

PLANILLA IHSS 2019

Techo	L.	9,314.16	EMPLEADOR						TRABAJADOR							
			0.15%	0.05	0.15%	0.66%	0.15%	0.025	0.15%	Invalidez, ve Embarazo y r Pilar comple	Total Mensu:	Total Anual	Invalidez, ve Embarazo y r Pilar comple	Total Mensu:	Total Anual	
Encargado de tienda	L.	15,000.00	L.	180,000.00	13.97	465.71	13.97	61.47	555.12	6,661.49	13.97	232.85	13.97	260.80	3,129.56	
Dependiente 1	L.	9,000.00	L.	108,000.00	13.50	450.00	13.50	59.40	536.40	6,436.80	13.50	225.00	13.50	252.00	3,024.00	
Dependiente 2	L.	9,000.00	L.	108,000.00	13.50	450.00	13.50	59.40	536.40	6,436.80	13.50	225.00	13.50	252.00	3,024.00	
total	L.	33,000.00	L.	396,000.00	L.	40.97	L.	1,365.71	L.	40.97	L.	180.27	L.	1,627.92	L.	19,535.09

Tabla 57. Cálculo IHSS para planilla

4.3.10 Estado de resultados Integral

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL						
Detalle	2019	2020	2021	2022	2023	
Ingresos por venta	L. 7,030,107	L. 7,578,847	L. 8,176,020	L. 8,822,304	L. 9,516,802	
(-) Costo de ventas	4,771,470	5,071,280	5,471,887	5,904,502	6,369,123	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	2,258,637	2,507,567	2,704,133	2,917,802	3,147,680	
Gastos operativos						
Sueldos y Salarios	385,259	397,516	409,484	421,149	432,501	
Decimo Tercer mes de Salarios	33,000	34,067	35,109	36,127	37,118	
Decimo Cuarto mes de Salarios	33,000	34,067	35,109	36,127	37,118	
Cuotas Patronales de IHSS, INFOP	25,058	26,128	27,197	28,266	29,487	
Gastos Por Depreciación	11,446	11,446	11,446	11,446	11,446	
Consumo de Energía	43,434	44,838	46,210	47,549	48,854	
Gastos de Constitución	1,992	1,992	1,992	1,992	1,992	
Gastos de Instalación	18,847	18,847	18,847	18,847	18,847	
Sistema de Inventario	96,000	99,103	102,136	105,096	107,979	
Pagina web	30,000	30,970	31,888	32,757	33,656	
Papeleria	6,000	6,194	6,384	6,568	6,749	
Alquiler	771,788	819,304	867,638	916,710	966,448	
Bodega	50,820	52,463	54,068	54,069	55,553	
Flete	24,000	24,734	25,451	25,452	26,150	
Celular con plan	9,231	9,799	10,377	10,964	11,559	
Internet	10,296	10,930	11,574	12,229	12,892	
Impuesto AMDC	33,914	34,134	34,372	34,631	34,909	
Total Gastos Operativos	1,584,084	1,656,529	1,729,282	1,799,978	1,873,254	
UTILIDAD OPERATIVA	674,553	851,038	974,851	1,117,824	1,274,425	
Gastos de venta						
Mercadeo en Redes Sociales	17,751	18,844	19,956	21,084	22,228	
Gastos Financieros	56,512	49,003	39,290	26,729	10,484	
Otros Gastos Financieros	130,057	140,209	151,256	163,213	176,061	
Total Gastos Financieros	204,320	208,055	210,502	211,026	208,773	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	470,233	642,982	764,349	906,798	1,065,652	
Impuesto Sobre Renta	117,558	160,746	191,087	226,699	266,413	
UTILIDAD NETA	L. 352,675	L. 482,237	L. 573,261	L. 680,098	L. 799,239	

Tabla 58. Estado de Resultados Integral

4.3.11 Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
Detalle	Pre-operativo	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVOS						
Corrientes						
Caja y bancos	L. 28,253	L. 1,029,169	L. 1,556,540	L. 2,144,517	L. 2,836,499	L. 3,634,649
Papelaría e Insumos	6,000	-	306	423	354	105
Inventarios	457,086	79,984	89,125	103,591	114,456	126,599
Total Activo Corriente	491,339	1,109,153	1,645,971	2,248,531	2,951,309	3,761,353
No Corrientes						
Mobiliario y Equipo de Oficina	15,676	15,676	15,676	15,676	15,676	15,676
D. Acumulada de Mobiliario y Equipo		-1,568	-3,135	-4,703	-6,270	-7,838
Equipo de Computo y Electronico	49,390	49,390	49,390	49,390	49,390	49,390
D. Acumulada de Equipo de Computo		-9,878	-19,756	-29,634	-39,512	-49,390
Depósitos en Garantía	64,316	64,316	64,316	64,316	64,316	64,316
Gastos de constitución	9,959	7,967	5,975	3,983	1,992	-
Gastos de Instalación	94,235	75,388	56,541	37,694	18,847	-
Total Activo no Corrientes	233,575	201,291	169,007	136,722	104,438	72,154
Total Activos	724,914	1,310,444	1,814,977	2,385,253	3,055,747	3,833,507
Pasivos						
Corrientes						
Impuestos Sobre Venta Por Pagar		103,364	115,246	124,387	134,183	144,232
Impuestos Sobre Renta Por Pagar		117,558	160,746	191,087	226,699	266,413
Impuesto AMDC		33,914	34,134	34,372	34,631	34,909
Préstamos por pagar	25,600	33,110	42,822	55,383	71,629	-
Otros acreedores		3,619	3,736	3,851	3,962	4,071
Total Pasivo Corriente	25,600	291,565	356,683	409,080	471,104	449,625
No Corriente						
Préstamos por pagar	202,943	169,833	127,011	71,629	-	-
Total Pasivo No Corriente	202,943	169,833	127,011	71,629	-	-
Total Pasivos	228,543	461,398	483,694	480,709	471,104	449,625
Patrimonio						
Capital Contable						
Capital Social	496,371	496,371	496,371	496,371	496,371	496,371
Reserva Legal Acumulada		-	17,634	41,746	70,409	104,414
Reserva del Periodo		17,634	24,112	28,663	34,005	39,962
Total Capital Contable	496,371	514,005	538,117	566,780	600,785	640,747
Resultados Acumulados						
Utilidad (Pérdida) acumulada		-	335,041	793,166	1,337,764	1,983,857
Utilidad/Pérdida del periodo		335,041	458,125	544,598	646,093	759,277
Total Resultados Acumulados		335,041	793,166	1,337,764	1,983,857	2,743,135
Total Patrimonio	496,371	849,046	1,331,283	1,904,544	2,584,642	3,383,882
Total Pasivos + Patrimonio	L. 724,914	L. 1,310,444	L. 1,814,977	L. 2,385,253	L. 3,055,747	L. 3,833,507
		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Tabla 59. Estado de Situación Financiera

4.3.12 Flujos de caja

FLUJO DE CAJA												
Detalle	Pre-operativo		2019		2020		2021		2022		2023	
Saldo inicial de efectivo	L.	0	L.	28,253	L.	1,029,169	L.	1,556,540	L.	2,144,517	L.	2,836,499
Ingresos por ventas				6,900,050		7,438,638		8,024,764		8,659,092		9,340,741
ISV Cobrado				2,069,596		2,276,892		2,457,018		2,650,845		2,853,361
Financiamiento		228,543										
Fondos propios		496,371										
Total ingresos	L.	724,914	L.	8,969,647	L.	9,715,530	L.	10,481,782	L.	11,309,937	L.	12,194,103
Menos:												
Compra de Inventario				4,394,368		5,080,420		5,486,354		5,915,367		6,381,265
ISV Debito Fiscal				1,192,001		1,369,796		1,481,289		1,598,933		1,719,071
ISR						117,558		160,746		191,087		226,699
Impuesto AMDC						33,914		34,134		34,372		34,631
Sueldos y Salarios				385,259		397,516		409,484		421,149		432,501
Decimo Tercer mes de Salarios				33,000		34,067		35,109		36,127		37,118
Decimo Cuarto mes de Salarios				33,000		34,067		35,109		36,127		37,118
Cuotas Patronales de IHSS, INFOP				25,058		26,128		27,197		28,266		29,487
Sistema de inventario				96,000		99,103		102,136		105,096		107,979
Pagina web				30,000		30,970		31,888		32,757		33,656
Alquiler				771,788		819,304		867,638		916,710		966,448
Bodega				50,820		52,463		54,068		54,069		55,553
Flete				24,000		24,734		25,451		25,452		26,150
Celular con plan				9,231		9,799		10,377		10,964		11,559
Internet				10,296		10,930		11,574		12,229		12,892
Pago de energía				39,814		44,721		46,096		47,438		48,745
Mercadeo en redes sociales				17,751		18,844		19,956		21,084		22,228
Compra de activos fijos		65,066										
Compra de papelería e insumos		6,000				6,500		6,500		6,500		6,500
Gastos de constitución		9,959										
Depósitos en garantía		64,316										
Adecuación de instalaciones		90,000										
Adecuación de bodega		4,235										
Costos de Inventario Inicial		457,086										
Pago préstamo				25,600		33,110		42,822		55,383		71,629
Intereses				56,512		49,003		39,290		26,729		10,484
ISV Pagado				774,231		895,214		966,588		1,042,116		1,124,241
Total egresos	L.	696,661	L.	7,968,730	L.	9,188,159	L.	9,893,805	L.	10,617,955	L.	11,395,952
Saldo final	L.	28,253	L.	1,029,169	L.	1,556,540	L.	2,144,517	L.	2,836,499	L.	3,634,649
Flujo neto de ingresos y egresos			L.	1,000,916	L.	527,370	L.	587,977	L.	691,982	L.	798,151
FEO	L.	-724,914	L.	384,959	L.	514,521	L.	605,546	L.	712,383	L.	831,524

Tabla 60. Flujos de caja

En el estado de resultado integral se desglosan los gastos operativos en los que se incurrirá mientras la juguetería esté en funcionamiento como ser alquiler, internet, plan de telefonía móvil, entre otras, se aplican las leyes tributarias de Honduras, de manera que se detallen los egresos que tendrá la juguetería KidsLand. Al final de cada año se calcula la Utilidad Neta (UN), siendo la UN del 2019 igual a L 352,675, la UN presenta un promedio de aumento del 17% en los 4 restantes de la proyección. Es importante destacar que en ninguno de los cinco años presenta pérdidas.

En el estado de situación financiera se desglosan los activos y pasivos en la parte contable de la juguetería, de manera que al final exista un cuadro entre los activos que posee la empresa y las responsabilidades que adquiere durante este en marcha. El incremento de los activos y consecuentemente del capital de la empresa se debe al importante crecimiento de la UN en cada año de la proyección. KidsLand no pretende adquirir otro préstamo a menos que los inversionistas quieran expandir la empresa.

Por último, se desarrolla el flujo de caja, en el cual se visualiza el flujo de efectivo en la empresa. Aunque este es importante para saber el efectivo con el que cuenta KidsLand año con año, el cálculo del VPN y TIR se estimaron con base en los flujos de efectivo operativos, los cuales se calculan al final de cada año de la suma de la utilidad neta y los gastos de depreciación y amortización presentados en el estado de resultados integral.

Ya de esta manera se tiene un panorama más amplio de los ingresos y egresos de la empresa, y se puede proceder al cálculo del valor presente neto, la tasa interna de rendimiento y el período de recuperación de la inversión que son los indicadores de rentabilidad del proyecto.

4.3.13 VAN y TIR

VAN	L. 822,700.10
TIR	64.65%

Tabla 61. VAN, TIR

Al tener toda la información financiera condensada en las tablas antes descritas, se desarrolla el cálculo de los términos de la tabla 39.

Como se puede visualizar que el VPN para la juguetería KidsLand es de L 822,700.10, lo cual indica una rentabilidad financiera para la juguetería, teoría que es confirmada por la TIR, ya que en este caso es de 64.65%.

4.3.14 Indicadores Financieros

Índice	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Fórmula
Índices de Rentabilidad						
Rentabilidad neta	7.86%	9.13%	9.68%	10.27%	10.85%	Utilidad neta / Ingresos
Rentabilidad sobre patrimonio	55.02%	40.81%	31.83%	26.69%	23.29%	Utilidad neta / Patrimonio
Rentabilidad sobre activos	36.88%	31.29%	26.38%	23.24%	21.01%	Utilidad neta / Activos totales
Índices de Liquidez						
Razón corriente	4.10	5.32	6.53	7.57	10.07	Activos corrientes / Pasivos corrientes
Índice de Apalancamiento						
Razón de la deuda total	0.33	0.23	0.17	0.13	0.10	Pasivos totales / Activos totales
Otras Razones Financieras						
Capital de trabajo neto	1,207,651.84	2,019,573.34	2,936,112.58	3,969,956.08	5,239,488.98	Activos corrientes - Pasivos corrientes

Tabla 62. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros cobran gran importancia para la mejora del desempeño de una empresa y en este caso de la juguetería KidsLand.

Tener de la mano los índices de rentabilidad da un norte de cómo está funcionando la empresa, los índices de liquidez mide la capacidad de saldar con la deuda a corto plazo, el índice de apalancamiento muestra cuanto es su pasivo de sus activos totales y el capital de trabajo neto que es la diferencia de los activos y pasivos del estado de situación financiera.

4.4 Escenario pesimista y optimista del proyecto

4.4.1 Estado de resultados Integral - Escenario Pesimista

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL						
Detalle	2019	2020	2021	2022	2023	
Ingresos por venta	L. 5,624,085.84	L. 6,074,225.78	L. 6,543,304.79	L. 7,048,882.94	L. 7,603,413.27	
(-) Costo de ventas	3,817,176.14	4,063,775.86	4,378,641.83	4,716,900.82	5,087,751.87	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	1,806,909.70	2,010,449.92	2,164,662.96	2,331,982.12	2,515,661.39	
Gastos operativos						
Sueldos y Salarios	385,259.14	397,515.72	409,483.63	421,149.08	432,500.53	
Decimo Tercer mes de Salarios	33,000.00	34,066.71	35,109.29	36,126.59	37,117.64	
Decimo Cuarto mes de Salarios	33,000.00	34,066.71	35,109.29	36,126.59	37,117.64	
Cuotas Patronales de IHSS, INFOP	25,058.39	26,127.60	27,196.83	28,266.09	29,487.12	
Gastos Por Depreciación	11,445.60	11,445.60	11,445.60	11,445.60	11,445.60	
Consumo de Energía	43,433.96	44,837.95	46,210.17	47,549.12	48,853.52	
Gastos de Constitución	1,991.70	1,991.70	1,991.70	1,991.70	1,991.70	
Gastos de Instalación	18,847.00	18,847.00	18,847.00	18,847.00	18,847.00	
Sistema de Inventario	96,000.00	99,103.17	102,136.13	105,095.52	107,978.58	
Pagina web	30,000.00	30,969.74	31,887.86	32,757.11	33,655.73	
Papeleria	6,000.00	6,193.95	6,383.51	6,568.47	6,748.66	
Alquiler	771,788.22	819,304.41	867,637.53	916,710.39	966,447.84	
Bodega	50,820.00	52,462.74	54,068.31	54,069.34	55,552.61	
Flete	24,000.00	24,734.50	25,451.18	25,452.21	26,150.43	
Celular con plan	9,230.59	9,798.88	10,376.94	10,963.86	11,558.72	
Internet	10,295.65	10,929.52	11,574.28	12,228.92	12,892.41	
Impuesto AMDC	33,351.63	33,531.69	33,719.32	33,921.55	34,143.37	
Total Gastos Operativos	1,583,521.89	1,655,927.60	1,728,628.59	1,799,269.13	1,872,489.10	
UTILIDAD OPERATIVA	223,387.81	354,522.32	436,034.37	532,713.00	643,172.29	
Gastos de venta						
Mercadeo en Redes Sociales	17,751.13	18,844.00	19,955.66	21,084.34	22,228.30	
Gastos Financieros	45,209.60	39,202.07	31,432.34	21,383.47	8,386.94	
Otros Gastos Financieros	104,045.59	112,373.18	121,051.14	130,404.33	140,663.15	
Total Gastos Financieros	167,006.32	170,419.25	172,439.14	172,872.15	171,278.38	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	56,381.49	184,103.07	263,595.23	359,840.85	471,893.90	
Impuesto Sobre Renta	14,095.37	46,025.77	65,898.81	89,960.21	117,973.48	
UTILIDAD NETA	L. 42,286.12	L. 138,077.30	L. 197,696.42	L. 269,880.64	L. 353,920.43	
		L. 3.27	L. 1.43	L. 1.37	L. 1.31	
Reserva Legal	L. 2,114.31	L. 6,903.87	L. 9,884.82	L. 13,494.03	L. 17,696.02	

Tabla 63. Estado de resultados Integral-Escenario Pesimista

4.4.2 Estado de situación financiera – Escenario Pesimista

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
Detalle	Pre-operativo	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVOS						
Corrientes						
Caja y bancos	L. 28,253.30	L. 541,621.93	L. 721,781.77	L. 933,495.15	L. 1,216,111.29	L. 1,572,888.76
Papelaría e Insumos	6,000.00	-	306.05	422.54	354.07	105.41
Inventarios	365,668.69	79,983.87	89,124.58	103,591.20	114,456.02	126,598.68
Total Activo Corriente	399,921.99	621,605.80	811,212.41	1,037,508.90	1,330,921.38	1,699,592.85
No Corrientes						
Mobiliario y Equipo de Oficina	15,676.00	15,676.00	15,676.00	15,676.00	15,676.00	15,676.00
Depreciación Acumulada de Mobiliario y Equipo		-1,567.60	-3,135.20	-4,702.80	-6,270.40	-7,838.00
Equipo de Computo y Electrónico	49,390.00	49,390.00	49,390.00	49,390.00	49,390.00	49,390.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Computo y Electrónico		-9,878.00	-19,756.00	-29,634.00	-39,512.00	-49,390.00
Depósitos en Garantía	64,315.69	64,315.69	64,315.69	64,315.69	64,315.69	64,315.69
Gastos de constitución	9,958.50	7,966.80	5,975.10	3,983.40	1,991.70	-
Gastos de Instalación	94,235.00	75,388.00	56,541.00	37,694.00	18,847.00	-
Total Activo no Corrientes	233,575.19	201,290.89	169,006.59	136,722.29	104,437.99	72,153.69
Total Activos	L. 633,497.18	L. 822,896.68	L. 980,218.99	L. 1,174,231.18	L. 1,435,359.36	L. 1,771,746.53
Pasivos						
Corrientes						
Impuestos Sobre Venta Por Pagar		116,527.04	130,032.27	140,430.43	151,609.04	163,034.82
Impuestos Sobre Renta Por Pagar		14,095.37	46,025.77	65,898.81	89,960.21	117,973.48
Impuesto AMDC		33,351.63	33,531.69	33,719.32	33,921.55	34,143.37
Préstamos por pagar	20,480.15	26,487.68	34,257.42	44,306.28	57,302.82	-
Otros acreedores		3,619.50	3,736.50	3,850.85	3,962.43	4,071.13
Total Pasivo Corriente	20,480.15	194,081.22	247,583.64	288,205.69	336,756.05	319,222.79
No Corriente						
Préstamos por pagar	162,354.19	135,866.51	101,609.10	57,302.82	-	-
Total Pasivo No Corriente	162,354.19	135,866.51	101,609.10	57,302.82	-	-
Total Pasivos	182,834.35	329,947.73	349,192.74	345,508.51	336,756.05	319,222.79
Patrimonio						
Capital Contable						
Capital Social	450,662.83	450,662.83	450,662.83	450,662.83	450,662.83	450,662.83
Reserva Legal Acumulada		-	2,114.31	9,018.17	18,902.99	32,397.02
Reserva del Periodo		2,114.31	6,903.87	9,884.82	13,494.03	17,696.02
Total Capital Contable	450,662.83	452,777.14	459,681.00	469,565.82	483,059.86	500,755.88
Resultados Acumulados						
Utilidad (Pérdida) acumulada		-	40,171.81	171,345.25	359,156.85	615,543.46
Utilidad/Pérdida del periodo		40,171.81	131,173.44	187,811.60	256,386.60	336,224.41
Total Resultados Acumulados		40,171.81	171,345.25	359,156.85	615,543.46	951,767.86
Total Patrimonio	450,662.83	492,948.95	631,026.25	828,722.68	1,098,603.31	1,452,523.74
Total Pasivos más Patrimonio	L. 633,497.18	L. 822,896.68	L. 980,218.99	L. 1,174,231.18	L. 1,435,359.36	L. 1,771,746.53
	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Tabla 64. Estado de Situación Financiera - Escenario Pesimista

4.4.3 Flujo de Caja – Escenario Pesimista

FLUJO DE CAJA							
Detalle	Pre-operativo	2019	2020	2021	2022	2023	
Saldo inicial de efectivo	L. 0.00	L. 28,253.30	L. 541,621.93	L. 721,781.77	L. 933,495.15	L. 1,216,111.29	
Ingresos por ventas		5,520,040.25	5,961,852.60	6,422,253.65	6,918,478.61	7,462,750.12	
ISV Cobrado		2,061,709.02	2,276,891.86	2,457,018.50	2,650,844.92	2,853,361.32	
Financiamiento	182,834.35						
Fondos propios	450,662.83						
Total ingresos	L. 633,497.18	L. 7,581,749.27	L. 8,238,744.46	L. 8,879,272.15	L. 9,569,323.53	L. 10,316,111.44	
Menos:							
Compra de Inventario		3,531,491.31	4,072,916.58	4,393,108.44	4727765.633	5,099,894.54	
ISV Debito Fiscal		1,322,976.68	1,545,612.67	1,672,553.23	1,806,664.05	1,943,324.11	
ISR			14,095.37	46,025.77	65,898.81	89,960.21	
Impuesto AMDC			33,351.63	33,531.69	33,719.32	33,921.55	
Sueldos y Salarios		385,259.14	397,515.72	409,483.63	421,149.08	432,500.53	
Decimo Tercer mes de Salarios		33,000.00	34,066.71	35,109.29	36,126.59	37,117.64	
Decimo Cuarto mes de Salarios		33,000.00	34,066.71	35,109.29	36,126.59	37,117.64	
Cuotas Patronales de IHSS, INFOP		25,058.39	26,127.60	27,196.83	28,266.09	29,487.12	
Sistema de inventario		96,000.00	99,103.17	102,136.13	105,095.52	107,978.58	
Pagina web		30,000.00	30,969.74	31,887.86	32,757.11	33,655.73	
Alquiler		771,788.22	819,304.41	867,637.53	916,710.39	966,447.84	
Bodega		50,820.00	52,462.74	54,068.31	54,069.34	55,552.61	
Flete		24,000.00	24,734.50	25,451.18	25,452.21	26,150.43	
Celular con plan		9,230.59	9,798.88	10,376.94	10,963.86	11,558.72	
Internet		10,295.65	10,929.52	11,574.28	12,228.92	12,892.41	
Pago de energía		39,814.47	44,720.95	46,095.82	47,437.54	48,744.82	
Mercadeo en redes sociales		17,751.13	18,844.00	19,955.66	21,084.34	22,228.30	
Compra de activos fijos	65,066.00						
Compra de papelería e insumos	6,000.00		6,500.00	6,500.00	6,500.00	6,500.00	
Gastos de constitución	9,958.50						
Depósitos en garantía	64,315.69						
Adecuación de instalaciones	90,000.00						
Adecuación de bodega	4,235.00						
Costos de Inventario Inicial	365,668.69						
Pago préstamo		20,480.15	26,487.68	34,257.42	44,306.28	57,302.82	
Intereses		45,209.60	39,202.07	31,432.34	21,383.47	8,386.94	
ISV Pagado		622,205.30	717,773.95	774,067.11	833,002.26	898,611.42	
Total egresos	L. 605,243.88	L. 7,068,380.64	L. 8,058,584.62	L. 8,667,558.77	L. 9,286,707.40	L. 9,959,333.96	
Saldo final	L. 28,253.30	L. 541,621.93	L. 721,781.77	L. 933,495.15	L. 1,216,111.29	L. 1,572,888.76	
Flujo neto de ingresos y egresos		L. 513,368.63	L. 180,159.84	L. 211,713.38	L. 282,616.14	L. 356,777.47	
FEO	L. -633,497.18	74,570.42	170,361.60	229,980.72	302,164.94	386,204.73	
			244,932.02	400,342.32	532,145.66	688,369.66	
VAN	L. -81,263.92						
TIR	18.91%						
PRI	4.28						

Tabla 65. Flujo de Caja – Escenario Pesimista

4.4.4 Estado de resultados Integral - Escenario Optimista

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL						
Detalle	2019	2020	2021	2022	2023	
Ingresos por venta	L. 8,436,128.76	L. 9,106,525.74	L. 9,816,536.61	L. 10,588,424.11	L. 11,406,419.71	
(-) Costo de ventas	5,725,764.21	6,095,236.28	6,570,269.49	7,088,675.87	7,636,917.13	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	2,710,364.55	3,011,289.46	3,246,267.12	3,499,748.24	3,769,502.58	
Gastos operativos						
Sueldos y Salarios	385,259.14	397,515.72	409,483.63	421,149.08	432,500.53	
Decimo Tercer mes de Salarios	33,000.00	34,066.71	35,109.29	36,126.59	37,117.64	
Decimo Cuarto mes de Salarios	33,000.00	34,066.71	35,109.29	36,126.59	37,117.64	
Cuotas Patronales de IHSS, INFOP	25,058.39	26,127.60	27,196.83	28,266.09	29,487.12	
Gastos Por Depreciación	11,445.60	11,445.60	11,445.60	11,445.60	11,445.60	
Consumo de Energía	43,433.96	44,837.95	46,210.17	47,549.12	48,853.52	
Gastos de Constitución	1,991.70	1,991.70	1,991.70	1,991.70	1,991.70	
Gastos de Instalación	18,847.00	18,847.00	18,847.00	18,847.00	18,847.00	
Sistema de Inventario	96,000.00	99,103.17	102,136.13	105,095.52	107,978.58	
Pagina web	30,000.00	30,969.74	31,887.86	32,757.11	33,655.73	
Papeleria	6,000.00	6,193.95	6,383.51	6,568.47	6,748.66	
Alquiler	771,788.22	819,304.41	867,637.53	916,710.39	966,447.84	
Bodega	50,820.00	52,462.74	54,068.31	54,069.34	55,552.61	
Flete	24,000.00	24,734.50	25,451.18	25,452.21	26,150.43	
Celular con plan	9,230.59	9,798.88	10,376.94	10,963.86	11,558.72	
Internet	10,295.65	10,929.52	11,574.28	12,228.92	12,892.41	
Impuesto AMDC	34,476.45	34,744.61	35,028.61	35,337.37	35,664.57	
Total Gastos Operativos	1,584,646.71	1,657,140.52	1,729,937.89	1,800,684.95	1,874,010.31	
UTILIDAD OPERATIVA	1,125,717.84	1,354,148.94	1,516,329.23	1,699,063.30	1,895,492.28	
Gastos de venta						
Mercadeo en Redes Sociales	17,751.13	18,844.00	19,955.66	21,084.34	22,228.30	
Gastos Financieros	67,814.40	58,803.11	47,148.51	32,075.21	12,580.40	
Otros Gastos Financieros	156,068.38	168,470.73	181,605.93	195,885.85	211,018.76	
Total Gastos Financieros	241,633.91	246,117.84	248,710.10	249,045.40	245,827.47	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	884,083.93	1,108,031.10	1,267,619.14	1,450,017.90	1,649,664.81	
Impuesto Sobre Renta	221,020.98	277,007.78	316,904.78	362,504.48	412,416.20	
UTILIDAD NETA	L. 663,062.95	L. 831,023.33	L. 950,714.35	L. 1,087,513.43	L. 1,237,248.60	
		L. 1.25	L. 1.14	L. 1.14	L. 1.14	
Reserva Legal	L. 33,153.15	L. 41,551.17	L. 47,535.72	L. 54,375.67	L. 61,862.43	

Tabla 66.Estado de resultados Integral - Escenario Optimista

4.4.5 Estado de situación financiera – Escenario Optimista

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
Detalle	Pre-operativo	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVOS						
Corrientes						
Caja y bancos	L. 28,253.30	L. 1,516,716.97	L. 2,397,245.57	L. 3,362,604.14	L. 4,459,728.18	L. 5,690,596.02
Papelaría e Insumos	6,000.00	-	306.05	422.54	354.07	105.41
Inventarios	548,503.04	79,983.87	89,124.58	103,591.20	114,456.02	126,598.68
Total Activo Corriente	582,756.34	1,596,700.83	2,486,676.20	3,466,617.89	4,574,538.27	5,817,300.11
No Corrientes						
Mobiliario y Equipo de Oficina	15,676.00	15,676.00	15,676.00	15,676.00	15,676.00	15,676.00
Depreciación Acumulada de Mobiliario y Equipo		-1,567.60	-3,135.20	-4,702.80	-6,270.40	-7,838.00
Equipo de Computo y Electrónico	49,390.00	49,390.00	49,390.00	49,390.00	49,390.00	49,390.00
Depreciación Acumulada de Equipo de Computo y Electrónico		-9,878.00	-19,756.00	-29,634.00	-39,512.00	-49,390.00
Depósitos en Garantía	64,315.69	64,315.69	64,315.69	64,315.69	64,315.69	64,315.69
Gastos de constitución	9,958.50	7,966.80	5,975.10	3,983.40	1,991.70	-
Gastos de Instalación	94,235.00	75,388.00	56,541.00	37,694.00	18,847.00	-
Total Activo no Corrientes	233,575.19	201,290.89	169,006.59	136,722.29	104,437.99	72,153.69
Total Activos	L. 816,331.53	L. 1,797,991.72	L. 2,655,682.79	L. 3,603,340.17	L. 4,678,976.25	L. 5,889,453.79
Pasivos						
Corrientes						
Impuestos Sobre Venta Por Pagar		90,200.54	100,227.85	108,261.65	116,823.69	125,659.23
Impuestos Sobre Renta Por Pagar		221,020.98	277,007.78	316,904.78	362,504.48	412,416.20
Impuesto AMDC		34,476.45	34,744.61	35,028.61	35,337.37	35,684.57
Préstamos por pagar	30,720.23	39,731.52	51,386.12	66,459.42	85,954.23	-
Otros acreedores		3,619.50	3,736.50	3,850.85	3,962.43	4,071.13
Total Pasivo Corriente	30,720.23	389,048.99	467,102.86	530,505.31	604,582.19	577,811.13
No Corriente						
Préstamos por pagar	243,531.29	203,799.77	152,413.65	85,954.23	-	-
Total Pasivo No Corriente	243,531.29	203,799.77	152,413.65	85,954.23	-	-
Total Pasivos	274,251.52	592,848.76	619,516.50	616,459.54	604,582.19	577,811.13
Patrimonio						
Capital Contable						
Capital Social	542,080.01	542,080.01	542,080.01	542,080.01	542,080.01	542,080.01
Reserva Legal Acumulada		-	33,153.15	74,704.31	122,240.03	176,615.70
Reserva del Periodo		33,153.15	41,551.17	47,535.72	54,375.67	61,862.43
Total Capital Contable	542,080.01	575,233.15	616,784.32	664,320.04	718,695.71	780,558.14
Resultados Acumulados						
Utilidad (Pérdida) acumulada		-	629,909.80	1,419,381.96	2,322,560.60	3,355,698.35
Utilidad/Pérdida del periodo		629,909.80	789,472.16	903,178.63	1,033,137.76	1,175,386.17
Total Resultados Acumulados		629,909.80	1,419,381.96	2,322,560.60	3,355,698.35	4,531,084.53
Total Patrimonio	542,080.01	1,205,142.96	2,036,166.28	2,986,880.63	4,074,394.06	5,311,642.67
Total Pasivos más Patrimonio	L. 816,331.53	L. 1,797,991.72	L. 2,655,682.79	L. 3,603,340.17	L. 4,678,976.25	L. 5,889,453.79
		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Tabla 67. Estado de situación financiera – Escenario Optimista

4.4.6 Flujo de Caja – Escenario Optimista

FLUJO DE CAJA							
Detalle	Pre-operativo	2019	2020	2021	2022	2023	
Saldo inicial de efectivo	L. 0.00	L. 28,253.30	L. 1,516,716.97	L. 2,397,245.57	L. 3,362,604.14	L. 4,459,728.18	
Ingresos por ventas		8,280,060.38	8,938,055.02	9,634,930.69	10,392,538.27	11,195,400.95	
ISV Cobrado		2,077,483.41	2,276,891.86	2,457,018.50	2,650,844.92	2,853,361.32	
Financiamiento	274,251.52						
Fondos propios	542,080.01						
Total ingresos	L. 816,331.53	L. 10,357,543.79	L. 11,214,946.88	L. 12,091,949.19	L. 13,043,383.19	L. 14,048,762.26	
Menos:							
Compra de Inventario		5,257,245.04	6,104,377.00	6,584,736.11	7,099,540.684	7,649,059.79	
ISV Debito Fiscal		1,061,026.29	1,191,437.55	1,288,892.20	1,391,856.43	1,497,407.25	
ISR			221,020.98	277,007.78	316,904.78	362,504.48	
Impuesto AMDC			34,476.45	34,744.61	35,028.61	35,337.37	
Sueldos y Salarios		385,259.14	397,515.72	409,483.63	421,149.08	432,500.53	
Decimo Tercer mes de Salarios		33,000.00	34,066.71	35,109.29	36,126.59	37,117.64	
Decimo Cuarto mes de Salarios		33,000.00	34,066.71	35,109.29	36,126.59	37,117.64	
Cuotas Patronales de IHSS, INFOP		25,058.39	26,127.60	27,196.83	28,266.09	29,487.12	
Sistema de inventario		96,000.00	99,103.17	102,136.13	105,095.52	107,978.58	
Pagina web		30,000.00	30,969.74	31,887.86	32,757.11	33,655.73	
Alquiler		771,788.22	819,304.41	867,637.53	916,710.39	966,447.84	
Bodega		50,820.00	52,462.74	54,068.31	54,069.34	55,552.61	
Flete		24,000.00	24,734.50	25,451.18	25,452.21	26,150.43	
Celular con plan		9,230.59	9,798.88	10,376.94	10,963.86	11,558.72	
Internet		10,295.65	10,929.52	11,574.28	12,228.92	12,892.41	
Pago de energía		39,814.47	44,720.95	46,095.82	47,437.54	48,744.82	
Mercadeo en redes sociales		17,751.13	18,844.00	19,955.66	21,084.34	22,228.30	
Compra de activos fijos	65,066.00						
Compra de papelería e insumos	6,000.00		6,500.00	6,500.00	6,500.00	6,500.00	
Gastos de constitución	9,958.50						
Depósitos en garantía	64,315.69						
Adecuación de instalaciones	90,000.00						
Adecuación de bodega	4,235.00						
Costos de Inventario Inicial	548,503.04						
Pago préstamo		30,720.23	39,731.52	51,386.12	66,459.42	85,954.23	
Intereses		67,814.40	58,803.11	47,148.51	32,075.21	12,580.40	
ISV Pagado		926,256.58	1,075,427.00	1,160,092.51	1,250,426.45	1,347,118.53	
Total egresos	L. 788,078.23	L. 8,869,080.12	L. 10,334,418.28	L. 11,126,590.61	L. 11,946,259.16	L. 12,817,894.42	
Saldo final	L. 28,253.30	L. 1,516,716.97	L. 2,397,245.57	L. 3,362,604.14	L. 4,459,728.18	L. 5,690,596.02	
Flujo neto de ingresos y egresos		L. 1,488,463.67	L. 880,528.60	L. 965,358.58	L. 1,097,124.03	L. 1,230,867.84	
FEO	L. -816,331.53	695,347.25	863,307.63	982,998.65	1,119,797.73	1,269,532.90	
			1,558,654.88	1,846,306.28	2,102,796.38	2,389,330.63	
VAN	L. 1,724,577.58						
TIR	97.56%						
PRI	1.14						

Tabla 68. Flujo de Caja – Escenario Optimista

En los escenarios optimistas y pesimistas lo que se busca es tener panoramas en caso de que el proyecto de la empresa sea muy bueno o por el contrario muy malo. Lo que diferencia estos escenarios del presentado en el análisis financiero (Caso Base), es el porcentaje de clientes potenciales que la juguetería espera tener.

En el caso base se espera tener un 2.5% del universo de clientes, en el escenario pesimista solo espera tener ventas al 2% de ese universo y en el escenario optimista se espera abarcar al 3% de los clientes potenciales.

El porcentaje de penetración de los distintos escenarios da valores diferentes en los estados financieros, ya que al tener menos demanda las órdenes de compra serán menores, por ende, las ventas serán un poco menos y así sucesivamente los ingresos y egresos serán diferentes, caso contrario en el escenario optimista en el que todos los valores se irán al alza.

4.5 Propuesta

El concepto de flujo de caja son las salidas y entradas de dinero que tendrá KidsLand en 5 años proyectados, periodo que comprende del 2019 al 2023.

La Inversión Inicial es de L 724,914.35, la proporción corresponde a 68.47% por recursos propios y de préstamo bancario 31.53%. La tasa de Fondos Propios es de 23.08% y la tasa del Préstamo es de 26%. La tasa de descuento equivale a 24%. Al descontar estos flujos de efectivo, el VPN es igual a L 822,700.10. En vista que el VPN es positivo el proyecto generará ganancias futuras, así es factible poner en marcha la idea de negocio de la juguetería Kidsland.

La tasa Interna de Rendimiento del proyecto es de 64.65%, siendo mayor que la tasa de descuento (24%), lo cual denota que el proyecto es lucrativo.

Kidsland, como empresa socialmente responsable destinará 10% de su utilidad neta para la

creación de proyectos que promuevan el bienestar de la niñez hondureña. Entre ellos la propagación del concepto ludoteca en diferentes ámbitos, siendo los de mayor renombre:

Ludoteca hospitalaria: Se crearán espacios de juego en instalaciones de la fundación del niño con cáncer, donde los niños podrán jugar con diferentes de juguetes, interactuar con otros niños y desarrollar sus destrezas, esto con el fin que los niños tengan bonitos recuerdos a pesar de su condición médica.

Ludoteca comunitaria: En vista que muchos de los niños deben trabajar desde edades tempranas, olvidan el sentido de la niñez y la sensación de juego, por ello inicialmente se crearan ludotecas comunitarias en barrios y colonias de Tegucigalpa y se espera dispersarlo en el resto del país. Los juguetes estarán en el espacio de juego y usarlos será gratuito para todo aquel niño que desee jugar y aprender.

Ludoteca escolar: Dadas las condiciones precarias en las que se encuentran muchas escuelas del país, se incorporara el concepto de ludoteca en un aula de clase. Este proyecto tiene fines pedagógicos, por ende, los niños encontraran libros, rompecabezas, piezas de armar, juegos con números y letras.

Las ludotecas pueden ofrecer mucho a los niños en riesgo social del país, dado que hay gran cantidad de niños con recursos limitados, no hay que perder de vista que esos niños se integran a la fuerza laboral del país. La creación de ludotecas puede reducir la brecha social que puede marcar la falta de un juguete.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La idea de negocio KidsLand tuvo un alto porcentaje de aceptación por parte de la muestra, ya que según los resultados de la encuesta cerca del 98% de las familias de clase media de la ciudad de Tegucigalpa estarían dispuestos a comprar en la juguetería. Al enfocarse en el 2.5% del mercado meta, las unidades que KidsLand debe vender diariamente son 32 juguetes, de esta forma se obtendrá de VPN L 822,700.10 y la TIR de 64.65.
- Las personas que más regalan juguetes son tíos y papás, ya que representan el 39% y el 26%, respectivamente. Los encuestados prefieren comprar juguetes para niños de 0 a 7 años, el 28.50% compra cada 6 meses y el 20.21% cada 3 meses, siendo las ocasiones preferidas cumpleaños y navidad. Los juguetes educativos (36.29%) y al aire libre (20.26%) son los tipos de juguetes preferidos por los capitalinos.
- Los encuestados manifestaron que desean recibir asesoría al momento de elegir un juguete adecuado según edad e intelecto del niño. Adicionalmente, el 80% del total de los encuestados están dispuestos a comprar por internet. Ambos factores ayudarían sustancialmente la diferenciación de KidsLand.

5.2 Recomendaciones

- Al sensibilizar el proyecto, el escenario pesimista (cuando el mercado meta es de 2%) se venden 26 juguetes diarios, dando como resultado -L 81,263.92 y una TIR de 18.91% estando por debajo de la tasa de descuento (24%). En el escenario optimista (cuando el mercado meta es de 3%) las unidades diarias de venta son 40 juguetes, generando L 1,724,577.58 con una TIR de 97.56%. Por ello es necesario vender más de 33 juguetes diarios para no obtener resultados negativos.

	Mercado Meta	# de juguetes diarios a vender	VPN	TIR
Escenario Pesimista	2.0%	26	L. -81,263.92	18.91%
Escenario Base	2.5%	33	L. 822,700.10	64.65%
Escenario Optimista	3.0%	40	L. 1,724,577.58	97.56%

Para obtener el mayor número de ventas posibles se pueden hacer alianzas con empresas privadas o instituciones del gobierno, con el fin de ampliar la cartera de clientes.

- Los juguetes educativos representan el 36.29% de los preferidos de la población en Tegucigalpa, por ello es recomendable crear lazos de negociación con empresas como TEGU (puesto que son juguetes didácticos hechos de madera e imanes) o bien, MiPymes hondureñas para hacer posible la comercialización de productos hondureños en KidsLand. De esta forma se introducen productos nacionales y se amplía la gama de juguetes de este tipo por ser de los favoritos.
- KidsLand debe capacitar su personal constantemente para mantener su diferenciación y ventaja competitiva. Para ello es necesario que los empleados asistan a capacitaciones por lo menos cada 3 meses, para poder brindar asesoría oportuna. Asimismo, será útil que haya manuales que el personal deba leer para entender los tipos de juguetes y la importancia de cada uno de ellos.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso Pastor, J. (2018). *Ficha sector. Juguetes en China 2018*. España: ICEX España Exportación e Inversiones. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2018780771.html>

Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos* (Cuarta). México. Recuperado de <http://www.eumed.net/jirr/pdf/19.pdf>

Bravo Santillana, M. (2010). *Introducción a la finanzas* (4.^a ed.). Recuperado de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookDetail.aspx?b=261>

BUAP, B. U. A. de P. (2018). LA IMPORTANCIA DEL JUEGO Y LOS JUGUETES PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LOS NIÑOS/AS. Departamento Psicopedagógico. Recuperado de http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/circulo_infantil/resources/LocalContent/192/2/juguetes.pdf

Conceptos Básicos Administración Financiera I. (2014). Guatemala: Universidad Rafael Landívar | Guatemala. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=IYIjYGpjpCk&t=3s>

Costa, M., Torres, E., Romero, M. T., & Fabregat, M. (2008). *Juego, juguetes y Atención Temprana* (p. 30). España: AIJU Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio. Recuperado de <http://www.fundacionalpe.org/images/alpe/library/temprana/Atencin-temprana-OK.pdf>

Duque Navarro, J. (2017). Valor presente neto VPN | ABCFinanzas.com. Recuperado 23 de septiembre de 2018, de <https://www.abcfinaanzas.com/administracion-financiera/valor-presente-neto>

Duran, J. (2006). Proyección de ventas. Recuperado de

<https://www.entrepreneur.com/article/255138>

Economipedia. (2018). Tasa Interna de Retorno (TIR). Recuperado 24 de septiembre de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Feldman, R. S. (2008). *Desarrollo en la Infancia* (4ta ed.). México: Pearson Educación. Recuperado de <https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>

González, J. O. (2015, abril 29). ¿CÓMO HACER UN BUEN PLAN DE INVERSIÓN? .- . Recuperado 14 de septiembre de 2018, de <https://finanzasproyectos.net/como-hacer-un-buen-plan-de-inversion/>

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). McGRAW-HILL.

Hirache, L. (2013). El flujo de caja como herramienta financiera. 277.

IDEAS. (2005). *La industria de los juguetes*. España: IDEAS / Observatorio Corporaciones Transnacionales. Recuperado de http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/12/B11_OCT_Juguetes.pdf

INE. (2016). HOGARES EN CONDICIÓN DE POBREZA 2016. Recuperado de <http://www.ine.gob.hn/index.php/25-publicaciones-ine/91-linea-de-pobreza.html>

INE. (2017). Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples (EPHPM). Recuperado de <http://www.ine.gob.hn/index.php/25-publicaciones-ine/87-encuesta-permanente-de-hogares-de-propositos-multiples-ephpm.html>

Marín, I. (2009). Jugar, una necesidad y un derecho, 25, 233-249. Recuperado de www.raco.cat/index.php/Aloma/article/download/144645/196465

Monroy&Sáez. (2011). Concepto y tipos de ludoteca. Recuperado 6 de septiembre de 2018, de <http://www.efdeportes.com/efd161/concepto-y-tipos-de-ludoteca.htm>

- Montes, V. (2018). La importancia de los juguetes, 2.
- NeuroRHB. (2017). Desarrollo y evolución del niño a través del juego. Recuperado 14 de agosto de 2018, de <https://www.neurorhb.com/blog-dano-cerebral/desarrollo-y-evolucion-del-nino-a-traves-del-juego/>
- Psicoactiva. (2018). Las 4 etapas del desarrollo cognitivo infantil de Piaget. Recuperado 15 de agosto de 2018, de <https://www.psicoactiva.com/blog/4-etapas-desarrollo-cognitivo-jean-piaget/>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas* (Novena). México: The McGraw-Hill Companies, Inc. Recuperado de <https://rosirismendoza.files.wordpress.com/2014/04/libro-finanzasross.pdf>
- Rovati, L. (2008). Los juguetes más estimulantes para cada edad. Recuperado 10 de agosto de 2018, de <https://www.bebesymas.com/juegos-y-juguetes/los-juguetes-mas-estimulantes-para-cada-edad>
- Schor, J. (2017). *Juguetes para el juego*. México. Recuperado de <http://elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/2016/12/guia-juguetes-2016-17.pdf>
- Simple Magnetic Wooden Blocks and Toys | Tegu. (2018). Recuperado 6 de septiembre de 2018, de <https://www.tegu.com/edu/>
- STATS 2.0. (2018). *Decision Analyst STATS 2.0*. Recuperado de <https://www.decisionanalyst.com/download/>
- UNESCO. (1980). El niño y el juego Planteamientos teóricos y aplicaciones pedagógicas. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001340/134047so.pdf>
- UNICEF. (2004). *Desarrollo Psicosocial de los niños y las niñas*. Colombia. Recuperado de <https://www.unicef.org/colombia/pdf/ManualDP.pdf>

Vallejo, A. (2009). Juego, material didáctico y juguetes en la primera infancia, *12*, 194-206. Recuperado de <https://educra.cl/wp-content/uploads/2017/02/DOC2-juego-primerainfancia.pdf>

Vélez, P. (2010). El juguete como sostén de representaciones en la relación terapéutica: Construcciones a partir de la experiencia de psicoterapeutas, *3(2)*. Recuperado de <http://revistas.ces.edu.co/index.php/psicologia/article/view/1207/809>

VII. ANEXOS

Anexo 1 Encuesta

JUGUETERÍA PSICOPEDAGÓGICA

Buen día:

Somos alumnos de la Maestría en finanzas de UNITEC y estamos trabajando en un estudio de factibilidad para la creación de una juguetería psicopedagógica con enfoque social en la niñez de Honduras. Solicitamos su colaboración al llenar el presente cuestionario, el cual sólo tomará unos minutos de su tiempo y las respuestas serán confidenciales, por lo tanto, no serán divulgadas. Usted fue seleccionado al azar y solicitamos su completa sinceridad. Así mismo, le rogamos lea las instrucciones y conteste cuidadosamente.

**Obligatorio*



1. ¿Cuál es su parentesco en relación a los niños a quienes les compra juguetes? *

Puede seleccionar más de una opción
Selecciona todos los que correspondan.

- Padre/Madre
- Hermano/Hermana
- Primo/Prima
- Tío/Tía
- Abuelo/Abuela
- Otro: _____

2. ¿A niños de que edades le suele comprar juguetes? *

Puede seleccionar más de una opción
Selecciona todos los que correspondan.

- De 0 a 3 años
- De 4 a 7 años
- De 8 a 11 años
- 12 años o más

3. ¿Con que frecuencia compra juguetes? *

Marca solo un óvalo.

- Mensualmente
- Una vez cada 2 meses
- Una vez cada 3 meses
- Una vez cada 6 seis meses
- Una vez al año
- Casi nunca

4. ¿En qué ocasión compra juguetes? *

Puede seleccionar más de una opción
Selecciona todos los que correspondan.

- Regalo Día del niño
- Regalo de Cumpleaños
- Regalo de navidad
- Regalo por donativo o caridad
- Otro: _____

5. ¿Qué tipo de Juguetes prefiere comprar? *

Puede seleccionar más de una opción
Selecciona todos los que correspondan.

- Juguetes educativos y didácticos (E). Juguetes de construcción, juegos de bloques y de aprendizaje de idiomas)
- Juguetes bajo licencia (E). barbies, superhéroes, figuras de personajes de películas, series)
- Juguetes electrónicos (E). juguete de instrumento musical, robots infantiles)
- Juguetes al aire libre (E). Pelota, bicicleta y deportes)
- Juegos de mesa (E). Monopolio, ajedrez, jenga, entre otros)

6. ¿De qué material prefiere que este hecho el juguete? *

Puede seleccionar más de una opción
Selecciona todos los que correspondan.

- Madera
- Plástico
- Textiles
- Metal
- Otro: _____

7. ¿Qué quiere entregar al niño en un juguete? *

Ordene los factores del más importante al menos importante, siendo 1 el más importante y 4 el menos importante. FAVOR NO SELECCIONAR EL MISMO NÚMERO DOS VECES
Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4
Diversión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Creatividad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Educación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Socializar y compartir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. ¿Cuál es su percepción de los juguetes psicopedagógicos o didácticos? *

Marca solo un óvalo.

- Son de uso exclusivo para pedagogos
- Son aburridos para el niño
- No hay distinción de los juguetes convencionales
- Son atractivos para el niño, pero caros
- Son importantes para el desarrollo intelectual del niño

9. ¿Dónde compra juguetes usualmente? *

Puede seleccionar más de una opción

Selecciona todos los que correspondan.

- Lady lee
- Dlunsa
- Tiendas de juguetes en Centros comerciales
- Supermercados
- Internet (Ej. Amazon)
- Otro: _____

10. ¿Cuál es el rango de precio que está dispuesto a pagar por un juguete? *

Marca solo un óvalo.

- Menor a L 400.00
- L 401.00 a L 800.00
- L 801.00 a L 1,200.00
- L 1,201.00 a L 1,600.00
- Mayor a L 1,601.00

11. ¿Cuáles son los factores de compra que considera al comprar un juguete? *

Ordene los factores del más importante al menos importante, siendo 1 el más importante y 5 el

menos importante. FAVOR NO SELECCIONAR EL MISMO NÚMERO DOS VECES

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Novedad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diseño	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. ¿Estaría dispuesto a comprar en una juguetería que vele y promueva proyectos en bienestar de la niñez hondureña? *

Entre las actividades se contemplan talleres didácticos y de actividades manuales, así como eventos especiales con organizaciones en beneficio de la niñez hondureña

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

13. ¿Dónde le gustaría encontrar la juguetería?

Marca solo un óvalo.

- Local Independiente
 Centro comercial
 Otro: _____

14. ¿Compraría en línea?

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

15. ¿Qué experiencia diferente esperaría recibir en una juguetería?

16. Género *

Marca solo un óvalo.

- Femenino
 Masculino

17. Nivel académico *

Marca solo un óvalo.

- Primaria
 Secundaria
 Superior

18. Ingreso mensual familiar *

Marca solo un óvalo.

- Menor a L 30,000.00
 De L 30,001.00 a L 60,000.00
 De L 60,001.00 a L 90,000.00
 De L 90,001.00 a L 125,000.00
 Mayor a L 125,001.00

19. Región de residencia *

Marca solo un óvalo.

- Zona Centro de Tegucigalpa
 Zona Sur de Tegucigalpa
 Zona norte de Tegucigalpa
 Zona oriente de Tegucigalpa
 Zona occidente de Tegucigalpa

Anexo 3 Cronograma

PERÍODO	FECHA	ACTIVIDADES REALIZADAS
Semana 1	21 – 27 de julio	Se buscó 3 propuestas de investigación, por lo que se buscó 5 fuentes de cada una para poder tener un panorama claro del tema y confirmar la información disponible de cada propuesta.
Semana 2	28 de julio – 03 de agosto	Se profundizó sobre el tema de investigación aprobado. Se leyó el libro asignado de la clase para poder desarrollarlo. Se elaboró el planteamiento de la investigación.
Semana 3	04 de julio – 17 de agosto	Se buscó y organizó información sobre teorías de sustento. Se definieron variables de estudio y conceptualización.
Semana 4		Se encontró la necesidad de buscar información y se definió cuestionario, grupo focal y análisis de documentos como instrumentos de recolección de datos. Se leyó el libro de la clase para poder cumplir con el marco teórico.
Semana 5	18 – 24 de agosto	Se procedió a elaborar instrumento de investigación. Se determinó la muestra y el tipo de investigación. Se leyó el libro de la clase para poder cumplir con las actividades.
Semana 6	25 – 31 de agosto	Después de haber sido aprobados los instrumentos de investigación, se aplicó una prueba piloto y después se procedió a aplicar los cuestionarios y llevar a cabo el grupo focal y el análisis de documentos.
Semana 7	01 – 07 de septiembre	Al de obtener los resultados, se elaboraron los estados financieros. Se estructuró el informe de tesis en plantilla.
Semana 8	08 – 14 de septiembre	Se analizó la información obtenida y se determinó la factibilidad de la idea de negocio.
Semana 9	15 – 21 de septiembre	Se desarrolló la propuesta del proyecto. Se hicieron conclusiones y recomendaciones con base en el análisis de la información.
Semana 10	22 – 29 de septiembre	Se presentó el trabajo de investigación a la asesora metodológica y se hicieron las correcciones pertinentes.

Anexo 2 Certificado Alfinpos



CERTIFICADO

Por este medio se hace constar que el/la alumna (o)

KENNYA YASSETT SALGADO ZAPATA

aprobó de forma satisfactoria el curso de "Alfabetización Informativa",
en el que obtuvo el siguiente resultado:

99 %

Tegucigalpa, M.D.C., 13 de septiembre de 2018.


Ing. Gabriela Paz
Directora del CRAI



CERTIFICADO

Por este medio se hace constar que el/la alumna (o)

DANIEL EDUARDO BURGOS MEJIA

aprobó de forma satisfactoria el curso de "Alfabetización Informativa",
en el que obtuvo el siguiente resultado:

99 %

Tegucigalpa, M.D.C., 13 de septiembre de 2018.


Ing. Gabriela Paz
Directora del CRAI



VIII. GLOSARIO

Juguete: Objeto con el que los niños juegan y desarrollan determinadas capacidades.

Juguetería: Comercio o industria del juguete

Psicopedagogía: Rama de la psicología que se ocupa de los fenómenos de orden psicológico para llegar a una formulación más adecuada de los métodos didácticos y pedagógicos.

Finanzas: Obligación que alguien asume para responder de la obligación de otra persona.

Ventas: Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado.

Costos: Cantidad que se da o se paga por algo.

Inventario: Asiento de los bienes y demás cosas pertenecientes a una persona o comunidad, hecho con orden y precisión.

Punto de equilibrio: Es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos

VPN: El valor presente neto es el valor equivalente al día de hoy de los flujos de caja de los años futuros.

TIR: Es la tasa de rentabilidad que proporciona una inversión, considerándose el porcentaje de pérdida o beneficios que tendrá dicho negocio para las cantidades invertidas.

Flujos de caja: El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una

empresa.

Estado de situación financiera: Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable.

Estado de resultado integral: Es un estado financiero básico, que muestra el resumen de las operaciones del negocio, enfrenta los ingresos contra los costos y gastos para determinar el resultado del periodo.