



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA

CARRERA DE POSGRADO
ESPECIALIZACION EN MARKETING

Tema: Plan de Negocios Whanau

Autor: Esdras Esteban Oviedo

Director: Carlos A. Hadad

Fecha: 05 de agosto de 2025

Resumen: El trabajo es un detallado plan de negocios sobre un ecomerse dedicado a la comercialización de juguetes didácticos denominado “Whanau”

Palabras clave: Online, Juguetes, Didácticos, Ventas.

INDICE

Esencia del Negocio

• ¿Quiénes somos?.....	3
• ¿Porque Whanau?.....	4
• Misión	4
• Visión.....	4
• Objetivo Smart.....	4
• Valores organizacionales.....	5

Análisis de Mercado

• Estructura del entorno (FODA)	5
○ Análisis interno	
▪ Fortalezas.....	6
▪ Debilidades.....	6
○ Análisis Externo	
▪ Amenazas.....	6
▪ Oportunidades.....	6
• Tendencias del Sector Juguetero.....	7
• Análisis del entorno empresarial.....	8
○ Acuerdos comerciales	
▪ Alianzas educativas.....	8
▪ Marketing y Publicidad.....	8
▪ Expansión Regional.....	9
▪ Programa de Responsabilidad social.....	9
○ Análisis de la competencia	
▪ Competidores directos.....	9
▪ Futuros competidores.....	14
• Análisis del mercado potencial	
○ Demanda del mercado.....	17
○ Cantidad de productos a ofrecer.....	17
○ Mercado meta.....	17
○ Ventaja competitiva.....	17
○ Líneas de productos.....	18
• Estrategia de Productos	
○ Producto.....	21
▪ Producto genérico.....	21
▪ Producto Esperado.....	21
▪ Producto aumentado.....	21
○ Precio.....	22
○ Plaza.....	22
○ Promoción.....	23

PLAN FINANCIERO

• Estado de Resultados.....	23
• Flujo de Fondos.....	29
• Conclusiones.....	31

Esencia del Negocio

(E-comerse de Juguetes didácticos “Boutique” Didácticos y sustentables)

¿Quiénes somos?

Bajo la razón social “Esdras Esteban Oviedo” surge **Whanau**, una “start up” impulsada por el sueño de emprender que, junto con mi esposa, cargamos desde la adolescencia. El proyecto es un e-comerse dedicado a la comercialización de juguetes didácticos y sustentables, pero en esencia, trasciende los fines económicos, carga la ilusión de poder atender una necesidad que tienen las familias de educar a sus niños de una forma más cercana, personal y natural en contra de las tendencias que tienen que ver con infancias solas y frente a pantallas. Nuestra propuesta es ofrecer consejos para estimular a los pequeños en combinación con herramientas sustentables con el mismo fin.



Presentación de la marca en Instagram 05-2023- Fuente: whanau.juguetes

¿Porque Whanau?

Whanau, el nombre comercial, es una palabra de origen "Maorí" y hace referencia a la familia extensa. No solo se refiere a la familia en términos de parentesco sino a aquella familia que se crea mediante los vínculos emocionales que vas generando con las personas con quienes te relacionas.

El nombre del emprendimiento habla del objetivo que es acompañar a las familias de Rosario en el crecimiento y educación de sus niños mediante el esfuerzo en la entrega de valor.

Misión:

Ofrecer herramientas didácticas, buscando beneficios económicos, a todas las personas en etapa de desarrollo con el objetivo de estimular su crecimiento de forma divertida y hacer de la nueva generación algo mejor.

Visión:

Ser una empresa rentable y reconocida en la ciudad de Rosario ofreciendo un producto de alto valor, y comprometida con la necesidad local.

Objetivo Smart:

¿Qué significa SMART?

Como dato curioso, la palabra "smart", significa "brillante" o "inteligente", en español. Sin embargo, fue George Doran quien, en 1981, utilizó la palabra como el nombre de su recién desarrollado método, indicando la necesidad de abordar las metas y objetivos de forma "inteligente" es decir, que sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo.

En Whanau nos ponemos como primer desafío poder vender la cantidad, en promedio, de 75 productos mensuales al finalizar los primeros 5 años del proyecto. Siendo 15 productos anuales y acumulativos.

Valores Organizacionales:

Los valores organizacionales de Whanau son los principios y creencias fundamentales que van a guiar nuestro comportamiento, toma de decisiones y la forma en la que vamos a operar en general. Estos valores ayudan a definir la cultura del proyecto, establecen expectativas para el equipo y proporcionan una base para la ética empresarial. Ellos son:

- **Pasión:** *comprometidos en corazón y mente.*
- **La gente primero:** *Ponemos a nuestra gente primero, tanto a nuestro equipo como a nuestros clientes.*
- **Calidad:** *Ofrecemos un producto de valor.*

Análisis del Mercado

Estructura del entorno. (FODA)

Un análisis FODA (también conocido como SWOT en inglés) es una herramienta de planificación estratégica utilizada para evaluar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una organización, proyecto o situación específica. Este análisis ayuda a identificar tanto los factores internos (fortalezas y debilidades) como los factores externos (oportunidades y amenazas) que pueden influir en el éxito o fracaso de la entidad evaluada.

A continuación, detallo lo relevado en el emprendimiento:



Análisis interno:

- Fortalezas:
 - Nos ponemos como meta tener la mejor relación calidad precio del mercado y lo hacemos a través de un muy fuerte canal e-commerce.
 - No buscamos grandes ingresos a corto plazo, ya que no asumimos compromisos financieros que cumplir en ciertos términos.
 - Contamos con un capital propio que invertimos en el proyecto. Se trata de los equipos de trabajo como computadora y smartphone.
 - Al no tener obligaciones financieras que cumplir en ciertos plazos, todo lo que generamos con el emprendimiento lo reinvertimos.
 - Tanto mi esposa como yo, somos profesionales en ciencias económicas, y contamos con asesores profesionales en psicopedagogía.
- Debilidades:
 - El negocio recién surge, no somos conocidos, no tenemos experiencia en el mercado y no estamos formados profesionalmente en marketing digital.

Análisis externo:

- Amenazas:
 - Enfrentarnos con nuevos competidores constantemente ya que las barreras de entrada son relativamente bajas.
- Oportunidades:
 - Incremento de los consumidores potenciales y una tendencia latente a los juguetes sustentables y didácticos.
 - Lo relacionado al e-commerce está auge.
 - Es un mercado poco explotado a la fecha dentro de la ciudad de Rosario.

Tendencias del sector juguetero:

Investigamos sobre las tendencias del sector, sabiendo que es fundamental a la hora de planificar por varias razones:

- “Identificar oportunidades”: Esto puede incluir la demanda de nuevos productos, nichos sin explotar, y cambios en los comportamientos de los consumidores.
- “Anticiparnos a los cambios”: Las tendencias reflejan cómo está evolucionando el mercado y comprenderlas nos ayuda a adaptarnos rápidamente a los cambios y de esa manera no perder competitividad.
- “Tomar decisiones Informadas”: Las tendencias nos proporcionan datos y perspectivas que nos ayudan a tomar decisiones más informadas y estratégicas.

Por lo mencionado, investigar las tendencias del sector es esencial para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto.

En la búsqueda de mencionada información, compartimos la reflexión que el periodista Oriol Cortés hace en relación a los cambios del sector juguetero:

“En el confinamiento y el pasar más tiempo en casa ha cambiado la percepción de las familias respecto a los juguetes y sus beneficios en el desarrollo de los niños y niñas. Prueba de ello es el crecimiento de las ventas de ciertas categorías de producto, como los juegos de mesa o los juegos de ingenio. Con la llegada del “home office” los padres pasan más tiempo con sus hijos y han podido disfrutar de un tiempo en familia jugando. Por este motivo, el sector juguetero debe aprovechar esta situación para concientizar realmente a la sociedad sobre el valor del juguete y el juego en la infancia.

Durante el confinamiento, los segmentos que se prestan a jugar en familia, tuvieron una mayor demanda. Mientras que, en verano, los relacionados al Aire Libre y Deportivos fue el que incrementó más sus ventas.

En términos generales, la tendencia va encaminada a juguetes innovadores, creativos, capaces de sorprender y de calidad. Además, cada vez tienen un papel más importante todos aquellos productos con valores asociados al medioambiente y la sostenibilidad, según detallan la gran mayoría de los profesionales consultados.

Los hábitos de compra también se han visto influenciados por los efectos de la pandemia. Ha habido un crecimiento exponencial del e-commerce, así como un aumento del consumo responsable, además de previsiblemente la preferencia de las compras en comercio de proximidad, para evitar los desplazamientos y las aglomeraciones. Ahora se prioriza una compra más rápida y al grano, no es tan habitual salir de compras para pasear, con lo que la compra por impulso y de producto más económico ha descendido en estos últimos meses.

Las ventas a través del e-commerce han crecido exponencialmente debido al confinamiento, llegando a un perfil de público que antes no compraba en este canal de venta, y la tendencia es que siga aumentando, ganando cada vez más peso en el mercado. El aumento del nivel de información que reclama el consumidor, la flexibilidad en los envíos o el ahorro de tiempo seguirán siendo decisivos en el crecimiento del e-commerce. El cliente busca experiencias, conocer bien el producto, pero también busca comodidad.

Además, permite comparar precios, buscar oportunidades... todo con un simple click y sin moverte de casa.¹

En el proyecto compartimos la opinión citada del periodista, trabajamos en función de las nuevas tendencias de consumo en general, que tienen que ver con nuevos hábitos de compras las cuales son online y en cuanto a la elección del producto, se priorizan juguetes sustentables que estimulen las habilidades de las infancias y comprometan a los cuidadores a compartir el momento de juego con ellos.

Además, mencionada tendencia es confirmada según los informes de la CACE (Cámara Argentina de Comercio Electrónico), la cual reporta datos de un crecimiento en la facturación del 181% en relación a su año anterior. Sumado que durante el 2024 se sumaron al canal online más de medio millón de nuevos compradores

ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL

Partiendo de las mencionadas oportunidades que se presentan actualmente en el sector, buscamos impulsar el emprendimiento mediante estrategias comerciales las cuales incluiremos en el plan con el transcurso del tiempo. Las mismas son acuerdos los cuales mencionamos a continuación.

Acuerdos comerciales:

Alianzas Educativas

Escuelas y guarderías: Tenemos como objetivo establecer acuerdos con instituciones educativas para proveer juguetes didácticos que puedan utilizarse en el aula. Esto podría incluir descuentos por volumen o la creación de paquetes educativos específicos. Teniendo en consideración, como detallamos más adelante, que nuestra línea “Minimento” se trata de instrumentos musicales.

Marketing y Publicidad

Analizamos establecer acuerdos con influencers, bloggers y youtubers especializados en educación infantil y juguetes para que promuevan los productos.

En la actualidad y a modo de ejemplo existe la página “CRECIENDO TALLERES”. La misma, brinda información detallada acerca del crecimiento de los niños y como estimular su aprendizaje. Estamos trabajando la idea de hablar acerca de las cualidades de nuestros

¹ Cita: <http://www.interempresas.net/Juguetes/Articulos/345083-Tendencias-destacadas-en-Aire-Libre-y-Deportivos.html>

productos a través de estas plataformas que tienen como objetivo a padres interesados en el acompañamiento consciente del crecimiento de sus hijos.



Expansión Regional

Ferias y exposiciones: Buscamos participar en ferias de juguetes y educación para establecer contactos con potenciales clientes. Una de las opciones es la feria “Biomercado del Patio” la cual va estar activa del 02-04-25 al 29-12-25. Siendo este un espacio de comercialización llevado a cabo por emprendimientos ubicado en el “Mercado del Patio” Cafferata Juan Manuel 729 - Rosario

Programa de Responsabilidad Social

Donaciones: Establecer acuerdos para donar juguetes a organizaciones benéficas, lo cual no solo ayuda a la comunidad Rosarina, sino que también nos permite mejorar la imagen del proyecto. Puntualmente al comedor “Valle Bendición Pieb” ubicado en la zona noroeste de la ciudad.

Presencia Física:

Local en paseos comerciales: Mas allá de que el proyecto surge como un ecomerse, no descartamos la posibilidad de asentarnos con una tienda física, teniendo presente la importancia de poder tener un espacio visible en los principales centros comerciales de la ciudad. Siendo el “Paseo de Siglo” una posibilidad para comenzar ya que se trata de un centro comercial especializado para niños ubicado estratégicamente en el centro de la ciudad.

ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

En nuestro caso el mercado potencial, está compuesto por la cantidad de personas que podrían estar interesados en adquirir nuestros productos. Representa el límite máximo de ventas posibles si alcanzáramos a todos los consumidores interesados. Este concepto incluye tanto a los consumidores que ya están comprando productos similares como los que no están comprando actualmente, pero que podrían estar interesados en el futuro.

Tenemos como objetivo comercial personas de todo el país. No obstante, como estamos radicados en el centro de la ciudad de Rosario, y por una cuestión de practicidad este distrito será el principal lugar donde concentremos la oferta, no dejando de atender la demanda al resto de la ciudad. Mencionado esto, analizamos datos proporcionado por IDEC, y publicados por la Municipalidad de Rosario a través de su página web “datos.rosario.gob.ar” donde nos indican que en el 2022 unos 1.006.671 de Rosarinos (25% del total) tienen su residencia en el distrito centro, haciendo de la zona un lugar más que atractivo más allá de la oferta ya existente.

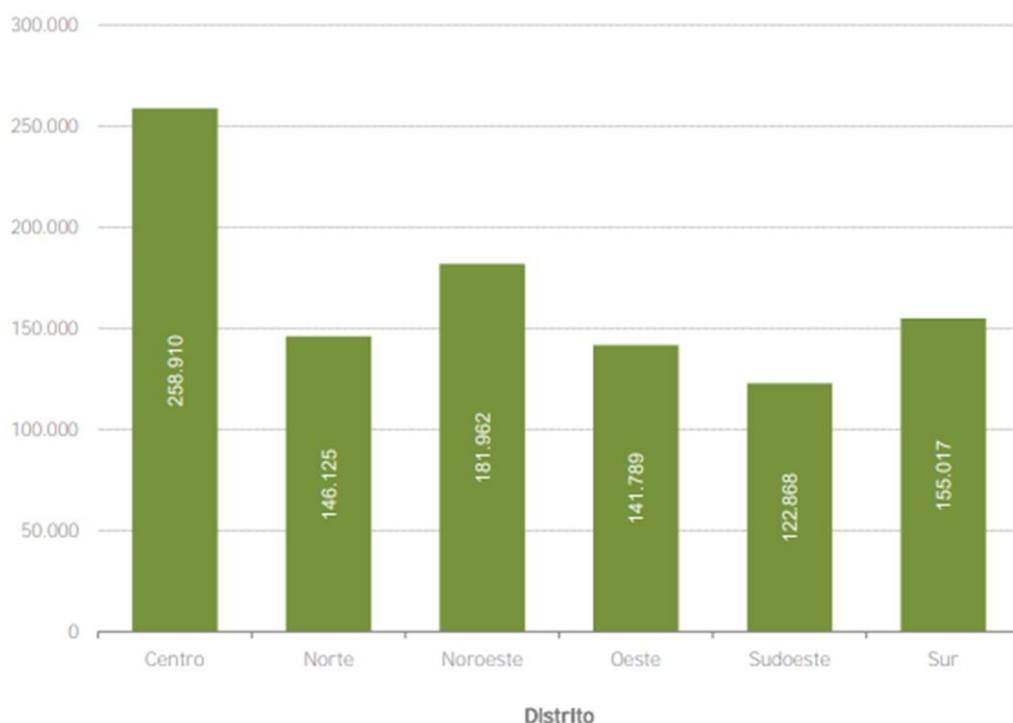
El análisis esta basado en los datos del 2022, siendo la más actualizada ya que no existe información oficial para el presente año.

CUADRO N°1.5: Población, superficie y densidad poblacional según distrito. Año 2022

Distrito	Total	Varones	Mujeres	Sup. (en km²)	Densidad (hab/km²)
Total	1.006.671	477.931	528.740	178,69	5.633,61
Centro	258.910	116.425	142.485	20,37	12.710,34
Norte	146.125	69.775	76.350	35,02	4.172,62
Noroeste	181.962	88.229	93.733	44,14	4.122,38
Oeste	141.789	69.502	72.287	40,21	3.526,21
Sudoeste	122.868	60.073	62.795	20,19	6.085,58
Sur	155.017	73928	81090	18,76	8.263,18

Fuente: DGE, estimaciones propias de población al 1° de julio, en base a "Estimaciones de población por sexo, departamento y año calendario 2010-2025. - INDEC, 2015 (N°38 Serie Análisis demográfico)" con distribución proporcional según Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

GRÁFICO N°1.3: Población según distrito. Año 2022



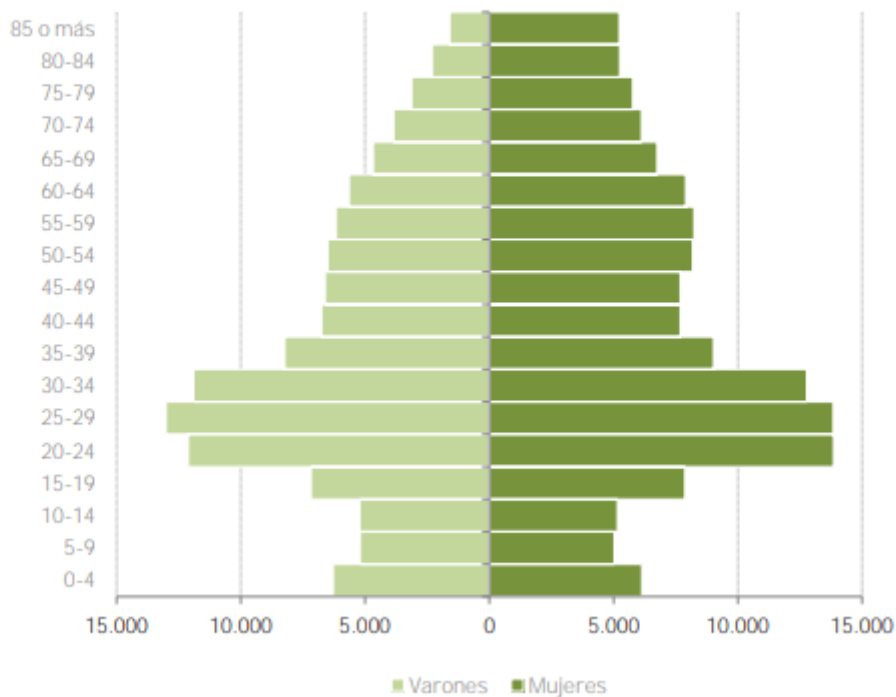
Demanda potencial: Realizando un análisis sobre los demandantes potenciales, y con los mismos gráficos de IDEC vemos que dentro del distrito mencionado teníamos una cantidad de 122.188 de entre los 25 y 50 años de habitantes para el 2022. Siendo esa franja la que tenemos como mercado meta.

► Distrito Centro

CUADRO N°1.6.1: Población del distrito Centro por sexo según edad. Año 2022

Edad	Total	Varones	Mujeres
Total	258.910	116.425	142.485
0-4	12.419	6.287	6.132
5-9	10.220	5.199	5.021
10-14	10.378	5.224	5.154
15-19	15.047	7.177	7.870
20-24	25.976	12.123	13.853
25-29	26.851	13.011	13.840
30-34	24.675	11.905	12.770
35-39	17.259	8.241	9.018
40-44	14.441	6.755	7.686
45-49	14.287	6.609	7.678
50-54	14.683	6.499	8.184
55-59	14.398	6.165	8.234
60-64	13.552	5.649	7.903
65-69	11.438	4.684	6.754
70-74	9.979	3.855	6.123
75-79	8.916	3.139	5.778
80-84	7.548	2.297	5.250
85 o más	6.842	1.605	5.237

GRÁFICO N°1.6.1: Pirámide de población del distrito Centro. Año 2022



Demanda del mercado.

Más allá de la demanda potencial previamente mencionada, consideramos que el sector juguetero se caracteriza por una muy fuerte “demanda estacional”. (Es la variación en la demanda de productos que ocurre en ciertos periodos del año debido a factores estacionales tales como cambios en el clima, festividades, vacaciones, y otros eventos cíclicos que afectan el comportamiento de los consumidores). Puntualmente en el sector, los picos se ven reflejados en el mes de agosto y diciembre por el día del niño y navidad respectivamente.

Cantidad de productos a ofrecer.

En nuestro comienzo contamos con una cantidad acotada de productos, los cuales van a estar destinados a cubrir la demanda, y serán repuestos a medida que los mismos se vayan vendiendo.

SEGMENTO EL MERCADO

Mercado Meta:

Tenemos como público objetivo personas jóvenes de entre 25 y 50 años de nivel socioeconómico medio-alto que realicen compras a través de internet con domicilio en la ciudad de Rosario y que sientan un compromiso con el medio ambiente y consumo a conciencia.

Ventajas competitivas:

Tenemos como premisa ofrecer productos que se caracterizan por su calidad y originalidad en la región ya que son marcas que ninguna otra empresa rosarina comercializa en la zona. Además, buscamos hacer de cada venta una experiencia siendo el producto embalado con un packaging original con detalles que hacen sentir especial al cliente. Sobre las mismas somos más específicos cuando detallamos nuestro “producto aumentado”

Análisis de la competencia:

Competidores Directos

Actualmente, existen empresas que ofrecen productos similares y compiten por el mismo segmento de mercado. A continuación, analizamos algunos de los principales competidores:



Charco: Es una juguetería que combina juguetes didácticos con otros más convencionales, tiene imponentes locales en el centro de la ciudad. Su canal de e-commerce no está muy desarrollado.

Análisis:

- **¿Por qué razón la elijen?** El público lo elige porque cuenta imponentes locales en el centro de la ciudad y una amplia variedad de productos
- **¿Que nos puede aportar?** Charco, maneja oferta estacional, cambian sus productos según el momento del año, (comienzo escolar, día de las infancias, navidad, etc). Eso es algo a considerar para nuestro proyecto ya que le permite tener una oferta mucho mas especifica y atractiva según la necesidad del momento.



Ludoteca: Se trata de una juguetería didáctica con presencia en redes sociales pero caracterizada por un importante local en el paseo comercial “La Favorita” con un espacio donde pueden probar los productos denominado “la placita”. Esta tienda no tiene fuerte canal de e-commerce.

Análisis:

- **¿Por qué razón la elijen?:** El público lo elige porque cuenta con una gran variedad de productos, en locales bien ubicados dentro de los paseos comerciales. Además, ofrecen un servicio de entretenimiento para niños.
- **¿ Que nos puede aportar?** Lo mejor a considerar para nuestro proyecto es la posibilidad que tienen los chicos de ver y jugar con los productos en su espacio físico. Considerando que no descartamos la posibilidad de tener un local , en el mismo debemos tener esta opción donde los chicos y adultos puedan ver y en detalles los productos. Como algo para mejorar, notamos que la empresa no invierte en publicidad lo que hace que la oferta sea poco visible.



Rosario Toys: Es una juguetería rosarina que inicio actividad en el 2018 su oferta se compone de juguetes didácticos de madera, instrumentos musicales, juegos de ingenio y juegos de experimentos. Cuentan con variedad de Arcoiris Waldorf y materiales didácticos basados en las filosofías Waldorf, Montessori y Pikler. La empresa tiene una fuerte presencia online con un Instagram de 13k seguidores y una bien diseñada página web además cuentan con un discreto local ubicado en el macrocentro de Rosario.

Análisis:

- **¿Por qué razón la elijen?** El público lo elige porque cuenta con un fuerte canal de e-commerce, complementados con un local donde pueden ver los productos y recibir atención.
- **¿Que nos puede aportar?** Notamos que al ser un emprendimiento no tan grande tienen una personalizada atención al cliente. Lo que se transforma en una ventaja competitiva que debemos adoptar en nuestro proyecto.



El mundo de Félix: Es un e-commerce que ofrece "línea blanca" para niños, juguetes de tela, de apego, mobiliario para habitación de niños, juegos de imitación, maderas para pintar como juguetes de arte, teniendo como fuerte las "carpas tipi". En Instagram tiene 12.4k y no cuenta con local propio. Además, ofrece envío sin cargo en Rosario.

Análisis:

- **¿Por qué razón la elijen?:** El público lo elige porque logra una buena interacción con su público a través de su contenido
- **¿ Que nos puede aportar?** Se cauterizan por un muy trabajado Branded Content o Marketing de Contenidos. Donde hace publicidad de sus productos pero de forma indirecta mostrando la vida de "Felix", un niño Rosarino. Esa es una muy buena herramienta para utilizar a la hora de crear contenido.



Creceer Jugando: Es un e-commerce de la ciudad de Rosario que está en actividad desde el 2017 se caracteriza por combinar sus productos didácticos con servicios de psicopedagogía a través de talleres, a la fecha cuenta con 6.500 seguidores en Instagram y no tiene una tienda online. Esta es otra empresa con la cual se puede realizar alianzas estratégicas ya que su mayor impacto lo realizan a través de sus servicios de psicopedagogía.

Competidores Indirectos

En nuestro análisis consideremos aquella oferta que aunque no son directamente juguetes educativos, buscan satisfacer la misma necesidad de entretenimiento y desarrollo infantil. A continuación, analizamos dos de los principales competidores:



Pecos BILL: Se trata de una juguetería que vende todo tipo productos relacionado al mundo de los Hobbies con presencia en redes sociales pero caracterizada por un importante local tipo “Isla” en el paseo comercial “Galería Rosario”. Su oferta no es específicamente de juguetes didácticos, pero ofrecen rompe cabezas, ferromodelismo, modelismo naval, entre otros.



Abrecuentos: Se trata de un ecomerce de la ciudad de Rosario donde publican una amplia oferta de libros infantiles.

Futuros competidores:

Continuando dentro del análisis de mercado, analizamos a tipos de competidores que podríamos enfrentar nuestro proyecto en mediano plazo:

- Plataformas de suscripción: Vemos la posibilidad de considerar que a mediano plazo exista una oferta a través de “plataformas de suscripción”.

La cual abonando un monto mensual ofrezca cajas de que combinan educación y diversión con temas culturales y científicos.

- Grandes cadenas de jugueterías con línea propia: En la actualidad las grandes cadenas dedicadas a la venta de juguetes en Rosario no cuentan con una línea propia de juguetes didácticos. No obstante, no debemos dejar de considerar esta posibilidad.

Juguetes didácticos y la IA:

En un mundo atravesado por la tecnología, no podemos de dejar de considerar que los productos van cambiando constantemente y los juguetes didácticos no son la excepción. Dentro de esta transformación podemos notar una nueva oferta emergente de “Juguetes Inteligentes”, equipados con inteligencia artificial que ofrecen experiencias de aprendizaje que van más allá de lo los métodos tradicionales.

La Inteligencia Artificial, en general, se caracteriza por analizar el comportamiento y las respuestas de sus usuarios, con el fin de adaptar la experiencia para que sea personalizada. En el caso de los juguetes, con actividades a su nivel de habilidad y ritmo de aprendizaje

En la tendencia mencionada podemos ver juguetes que vienen equipados con elementos para tal fin, entre ellos:

- Sensores: Permiten al juguete responder a las acciones del niño, como al movimiento, el tacto y la voz.
- Procesadores de IA: Analizan los datos recopilados por sensores y toman decisiones en tiempo real para adaptar la interacción.

Esta oferta no llego a nuestra ciudad en 2025, solo encontramos productos de origen asiático que se comercializan a través de “Amazon” entre los que se destaca el “Miko Mini”. Un robot equipado con IA que interactúa con el usuario.



ESTRATEGIAS DE MERCADEO

NUESTROS PRODUCTOS

Líneas de Productos

Actualmente, contamos con tres líneas de productos diferentes entre sí.

Línea “Minimento”: Minimento es una empresa argentina que fabrica instrumentos musicales especialmente diseñados para niños. Se trata de productos innovadores, de alta calidad sonora, contruidos con materiales nobles, utilizando procesos que no contaminan el medio ambiente y aprovechando materiales distintivos de la región, son objetos atractivos visualmente que buscan estimular todos los sentidos, desarrollar el pensamiento creativo, fomentar la integración, el desarrollo de la autoestima y aportar herramientas adecuadas para hacer música en casa y en la escuela. Los productos buscan ser un nexo entre la música y todo aquel que quiera vivenciar experiencias sonoras.

Actualmente contamos con 15 diferentes productos de esta línea en las que se destaca el “Pandero Cromo”

PANDERO CROMO:



<https://whanaujugueteria.empretienda.com.ar/instrumentos-musicales>

Línea “Uovo”: En esta línea ofrecemos juguetes de imitación, estos se caracterizan por estar diseñados para que los niños reproduzcan y practiquen actividades y roles de la vida

real. Los mismos permiten a las infancias aprender y explorar el mundo que les rodea a través del juego simbólico, ayudándoles a desarrollar habilidades sociales, cognitivas y motoras. Los que se destacan son:

- Cocinitas: Set de cocina con utensilios, alimentos de juguete, y electrodomésticos.
- Herramientas: Kit de herramientas de juguete como martillos, destornilladores, y sierras.
- Juegos de médico: Kits que incluyen estetoscopios, jeringuillas, y otros instrumentos médicos.
- Talleres de reparación: Juegos que simulan un taller mecánico con coches y herramientas.

Estos juguetes no solo proporcionan entretenimiento, sino que también ayudan a los niños a comprender mejor las tareas y profesiones de los adultos, fomentando la creatividad y la imaginación.



Línea "Comarca": Se caracterizan por su calidad y diseño. El objetivo del producto es estimular la imaginación del niño y brindarle materiales nobles para el juego. Ante ello se

fabrican con madera recuperada y de reforestación, cuidando así el medio ambiente y transmitiendo eso a la hora de Jugar.

Dentro de la línea ofrecemos tres grupos:

1. Rompecabezas: Estimula la flexibilidad, imaginación y la fantasía, despierta las fuerzas tanto creativas como formativas invitando a crear un sinfín de combinaciones tanto de color como de formas e interactuar con otros juguetes creando distintos escenarios de juego. Los puzzles de madera son tanto para niños como para grandes y los desafíos que se presentan ayudan finalmente a encontrar un orden armónico.



2. Arcoíris: Es un juguete que ofrece mil opciones constructivas y simbólicas, ya que sus piezas en forma curvada ofrecen todo tipo de composiciones y también de elementos simbólicos. Pudiendo integrar sus arcos a cualquier escenario, creando montañas, trapecios, casitas, etc.



1. Producto Genérico: Es el beneficio básico, simplemente cumple con la función principal para la que fue creado. Nuestro producto genérico es educar y desarrollar habilidades cognitivas, motrices y sociales en los niños. Por tal motivo ponemos el foco que todos los juguetes deben tener una característica que estimulen al niño y no sea meramente para entretener.
2. Producto Esperado: Incluye todas las características y condiciones que los consumidores esperan cuando compran un producto. Nuestros juguetes no solo cumplen con la función básica de educar, sino que también son atractivos, seguros y de alta calidad, proporcionan una experiencia de juego positiva y enriquecedora. Para eso seleccionamos las marcas mas destacadas en cada línea.
3. Producto Aumentado: Incluye todas las características adicionales y los beneficios que diferencian el producto de la competencia y agregan valor.

Las características de nuestro producto aumentado son:

- Garantía y Servicio Postventa:
 - Garantías extendidas que aseguren la reparación o reemplazo del juguete en caso de defectos. Todos nuestros productos son comercializados con 60 días de garantía ante cualquier defecto que puede tener el mismo. Ofrecemos un detalle de nuestra política de garantía en la tienda online con el objetivo de dar tranquilidad al cliente.
 - Servicio al cliente accesible para resolver dudas y problemas. Lo realizamos a través de Instagram y Whatsapp. Contamos con una línea exclusiva para que puedan disipar cualquier duda o inconveniente que puedan llegar a tener.
- Soporte Educativo:
 - Guías y manuales detallados para padres y educadores sobre cómo utilizar el juguete para maximizar el aprendizaje y desarrollo del niño. Una de las propuestas se trata de un folleto que acompaña el producto detallando las características del mismo. Destacando sus ventajas. Además, información online de tipo POST a través de Instagram
- Sostenibilidad y Responsabilidad Social:
 - Uso de materiales ecológicos y sostenibles en la fabricación del juguete. Los productos, además de ser completamente de madera, incluyen una bolsa ecología reutilizable con el logo de la marca.



El producto aumentado en un juguete didáctico no solo mejora la experiencia de uso, sino que también fortalece la relación del cliente con la marca, fomentando la lealtad y la satisfacción a largo plazo.

2) Precio

En Whanau revendemos productos lo que implica que tengamos un costo al por mayor y precio sugerido por el proveedor para ofrecerlo al por menor. No obstante, utilizamos los precios de la competencia como para establecer una referencia. Además, considerando el contexto inflacionario que vive el país, los precios de los productos son ajustados trimestralmente.

3) Plaza (Distribución):

Trabajamos la venta directa y separamos los clientes en dos grandes grupos. Los ubicados en Rosario y sus alrededores y los que están en el resto del país.

- Distribución en Rosario y sus alrededores: La realizamos dentro de las 48 hs confirmada la compra, tiene un costo y se realiza mediante delivery.
- Resto del País: Se realiza a través de correo argentino y sujeto a las condiciones de mencionada empresa.

4) Promoción:

La base de la promoción del emprendimiento es la publicidad paga en redes sociales, y acuerdos comerciales con e-commerce e influencers de interés tal como lo mencionamos anteriormente. En cuanto al dinero invertido, destinamos un 30% de las utilidades de la actividad siempre a partir de la situación y el contexto.

Plan financiero

En este análisis proporcionamos a todos los interesados una visión clara de la viabilidad económica del proyecto y nos ayuda a tomar decisiones informadas. Los principales componentes de nuestro análisis financiero incluyen:

- Activos y personas en el emprendimiento: En la actualidad contamos con una notebook, un smartphone, y dos repisas para guardar el stock ubicadas en mi departamento.
Además, nuestros recursos humanos son:
 - Encargada de ventas y redes sociales: Su función es realizar una publicación por semana, responder consultas, tomar pedidos, actualizar la página de e-commerce y coordinar envíos.
 - Encargado de finanzas y compras: Tiene la responsabilidad de la compra de productos, y atender todos los gastos que implique el funcionamiento del negocio

- Estados de resultados proyectados: En este estado evaluamos la rentabilidad del proyecto mostrando los ingresos, costos y beneficios durante un periodo específico. (detalle en próxima página)

- Estado de flujo de caja: Detallamos las entradas y salidas de efectivo, ayudando a entender cómo se generan y utilizan los fondos.

- Análisis punto de equilibrio: Determinamos el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos y empezar a generar beneficios.

Plan Financiero

Estado de Resultados:

Primer año:

Estado de Resultados Total Proyectado													
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	ANUAL
Ventas	\$ 18.211,50	\$ 36.423,00	\$ 54.634,50	\$ 91.057,50	\$ 91.057,50	\$ 127.480,50	\$ 127.480,50	\$ 145.692,00	\$ 145.692,00	\$ 182.115,00	\$ 218.538,00	\$ 273.172,50	\$ 1.511.554,50
Costo de Ventas	-\$ 10.406,58	-\$ 20.813,16	-\$ 31.219,74	-\$ 52.032,90	-\$ 52.032,90	-\$ 72.846,06	-\$ 72.846,06	-\$ 83.252,64	-\$ 83.252,64	-\$ 104.065,80	-\$ 124.878,96	-\$ 156.098,70	-\$ 863.746,14
Utilidad Bruta	\$ 7.804,92	\$ 15.609,84	\$ 23.414,76	\$ 39.024,60	\$ 39.024,60	\$ 54.634,44	\$ 54.634,44	\$ 62.439,36	\$ 62.439,36	\$ 78.049,20	\$ 93.659,04	\$ 117.073,80	\$ 647.808,36
Costo Variable													
Comisiones de Ventas	-\$ 910,58	-\$ 1.821,15	-\$ 2.731,73	-\$ 4.552,88	-\$ 4.552,88	-\$ 6.374,03	-\$ 6.374,03	-\$ 7.284,60	-\$ 7.284,60	-\$ 9.105,75	-\$ 10.926,90	-\$ 13.658,63	-\$ 75.577,73
Total Costo Variable	-\$ 910,58	-\$ 1.821,15	-\$ 2.731,73	-\$ 4.552,88	-\$ 4.552,88	-\$ 6.374,03	-\$ 6.374,03	-\$ 7.284,60	-\$ 7.284,60	-\$ 9.105,75	-\$ 10.926,90	-\$ 13.658,63	-\$ 75.577,73
Costo Fijo													
Monotributo	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 12.128,00	-\$ 145.536,00
Sueldo/Retiro Socio	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 100.000,00	-\$ 1.200.000,00
Luz	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 12.000,00
Emprtienda	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 3.000,00	-\$ 36.000,00
Comercializacion	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 1.000,00	-\$ 12.000,00
Publicada	-\$ 1.821,15	-\$ 3.642,30	-\$ 5.463,45	-\$ 9.105,75	-\$ 9.105,75	-\$ 12.748,05	-\$ 12.748,05	-\$ 14.569,20	-\$ 14.569,20	-\$ 18.211,50	-\$ 21.853,80	-\$ 27.317,25	-\$ 151.155,45
Canva	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 1.200,00	-\$ 14.400,00
Total Costo Fijo	-\$ 120.149,15	-\$ 121.970,30	-\$ 123.791,45	-\$ 127.433,75	-\$ 127.433,75	-\$ 131.076,05	-\$ 131.076,05	-\$ 132.897,20	-\$ 132.897,20	-\$ 136.539,50	-\$ 140.181,80	-\$ 145.645,25	-\$ 1.571.091,45
Resultado del Ejercicio	-\$ 113.254,81	-\$ 108.181,61	-\$ 103.108,42	-\$ 92.962,03	-\$ 91.140,88	-\$ 80.083,91	-\$ 80.083,91	-\$ 75.010,72	-\$ 75.921,29	-\$ 65.774,90	-\$ 54.717,94	-\$ 37.677,20	-\$ 977.917,61

EERR

Del 2do al 5to año

Estado de Resultados Total Proyectado AÑO del 2 al 5				
	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 4.680.355,68	\$ 8.176.963,84	11582514,51	\$ 1.365.862,50
Costo de Ventas	-\$ 2.674.491,06	-\$ 4.672.554,42	-6618584,88	-\$ 780.493,50
Utilidad Bruta	\$ 2.005.864,62	\$ 3.504.409,42	4963929,63	\$ 585.369,00
Costo Variable				
Comisiones de Ventas	-\$ 234.017,78	-\$ 408.848,19	-579125,73	-\$ 68.293,13
Total Costo Variable	-\$ 172.098,70	-\$ 291.384,04	-579125,73	-\$ 68.293,13
Costo Fijo				
Monotributo	-\$ 162.732,00	-\$ 228.792,00	-\$ 350.676,00	-\$ 33.439,00
Sueldo	-\$ 1.200.000,00	-\$ 1.200.000,00	-\$ 1.200.000,00	-\$ 100.000,00
Luz	-\$ 12.000,00	-\$ 12.000,00	-\$ 12.000,00	-\$ 1.000,00
Emprentienda	-\$ 36.000,00	-\$ 36.000,00	-\$ 36.000,00	-\$ 3.000,00
Comercializacion	-\$ 36.000,00	-\$ 60.000,00	-\$ 60.000,00	-\$ 5.000,00
Publicada	-\$ 468.035,57	-\$ 817.696,38	-\$ 1.158.251,45	-\$ 136.586,25
Canva	-\$ 14.400,00	-\$ 14.400,00	-\$ 14.400,00	-\$ 1.200,00
Total Costo Fijo	-\$ 1.929.167,57	-\$ 2.368.888,38	-\$ 281.327,45	-\$ 280.225,25
Resultado del Ejercicio	-\$ 95.401,65	\$ 844.137,00	\$ 1.553.476,45	\$ 236.850,63

Flujo de caja:

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	\$ 1.000.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 511.414,43	\$ 1.392.019,78	\$ 4.102.576,88	\$ 8.540.203,84
Ventas		\$ 1.511.554,50	\$ 4.680.355,68	\$ 8.176.963,84	\$ 11.582.514,51	\$ 14.569.200,67
Stock Inicial	-\$ 780.493,50					
Merchaidasing	-\$ 60.000,00					
Costo de Ventas		-\$ 792.164,00	-\$ 1.852.371,24	-\$ 3.101.160,84	-\$ 4.349.950,44	-\$ 5.598.740,04
Costos Variables						
Comisiones		-\$ 52.813,37	-\$ 162.082,38	-\$ 271.351,18	-\$ 360.620,37	-\$ 489.889,37
Costos Fijos						
Monotributo		-\$ 145.536,00	-\$ 162.732,00	-\$ 228.792,00	-\$ 350.676,00	-\$ 401.268,00
Sueldo		-\$ 1.200.000,00	-\$ 1.200.000,00	-\$ 1.200.000,00	-\$ 1.200.000,00	-\$ 1.200.000,00
Luz		-\$ 12.000,00	-\$ 12.000,00	-\$ 12.000,00	-\$ 12.000,00	-\$ 12.000,00
Emprtienda		-\$ 36.000,00	-\$ 36.000,00	-\$ 36.000,00	-\$ 36.000,00	-\$ 36.000,00
Comercializacion		-\$ 12.000,00	-\$ 36.000,00	-\$ 60.000,00	-\$ 60.000,00	-\$ 60.000,00
Publicidad		-\$ 105.626,70	-\$ 324.164,71	-\$ 542.702,72	-\$ 761.240,73	-\$ 979.778,75
Canva		-\$ 144.000,00	-\$ 14.400,00	-\$ 14.400,00	-\$ 14.400,00	-\$ 14.400,00
Flujo de Fondo Neto	-\$ 840.493,50	-\$ 988.585,57	\$ 880.605,35	\$ 2.710.557,10	\$ 4.437.626,97	\$ 5.777.124,51
Saldo de Caja	\$ 159.506,50	\$ 511.414,43	\$ 1.392.019,78	\$ 4.102.576,88	\$ 8.540.203,84	\$ 14.317.328,35
		TASA DE DESCUENTO 75%				
		TIR		83%		
		VAN	\$	213.037,55		

Plan Financiero

Consideraciones del análisis:

- Proyecciones de ventas: Estimamos finalizar cada año vendiendo 15 unidades mensuales de forma acumulativa, siendo 15 el primer año, 30 el segundo, 45 el tercero, 50 el cuarto siendo 75 unidades vendidas en diciembre del quinto año.
- Presupuesto de gastos: En nuestro plan detallamos todos los costos operativos, incluidos los costos fijos y variables. Siendo el “sueldo/retiro socio” el más significativo. Cabe aclarar que usamos un costo de venta promedio de \$ 18211.5 (es el costo medio de todas las unidades que tenemos en stock)
- Flujo de caja proyectado: Resumidamente analizamos las entradas y salidas de efectivo para asegurar que podamos cumplir con sus obligaciones financieras. Pudiendo observar que a partir del tercer año tenemos un resultado positivo significativo.
- Análisis de punto de equilibrio: Determina el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos y empezar a generar beneficios. Lo encontramos en el mes 9 del segundo año del proyecto, siendo 26 unidades vendidas las necesarias para obtener dicho equilibrio.

Conclusiones.

En base a los resultados obtenidos en el plan financiero arribamos a las siguientes conclusiones:

- La inversión proyectada arroja un valor actual neto de \$213035.55, lo cual expresa una buena rentabilidad durante los primeros 5 años.
- Para el cálculo del VAN utilizamos una tasa requerida del 75% total, que surge de la comparación del proyecto con una inversión competitivo que triplica un plazo fijo en pesos. Además obtenemos una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 83 % que confirma lo analizado.
- El estado de resultados proyectado de la actividad arroja resultados positivos, por lo cual concluimos que se trata de una buena inversión en términos financieros.

Consideraciones de escenarios:

En relación a las ventas planteamos dos situaciones opuestas:

Pesimista:

Tenemos en consideración que existe la posibilidad de no cumplir en los plazos planificados con las cantidades vendidas. Ante este escenario, optamos por no descontar los “retiro de socio” hasta que se cumplan las metas. Contamos con esta posibilidad ya que la actividad es un emprendimiento que se complementa a nuestras actividades laborales en relación de dependencia y comercializamos juguetes de madera clásicos los cuales no pierden valor con el transcurso del tiempo.

Otra alternativa en este escenario es adquirir un crédito para poder completar la oferta con juegos de mayor volumen y alquilarlos para eventos infantiles, sin abandonar nuestra idea inicial de la comercialización al por menor.

Otra opción es utilizar el crédito para montar un escenario en el cual se pueda alquilar con el fin de producir contenido para redes sociales relacionado a la crianza, como por ejemplo promocionar productos, servicios o solo entretenimiento para niños.

Optimista:

Si consideramos un escenario optimista donde superamos las cantidades vendidas en el transcurso del tiempo, además de incorporar personal, consideramos incluir otras líneas de productos complementarias sin alejarnos del plan como puede ser cuentos infantiles.

En resumen, este plan de negocio presenta una visión completa y detallada de **Whanau**, destacando nuestra **visión** ser una empresa rentable y reconocida en la ciudad de Rosario sin desconectarnos de que estamos inmersos en una economía dinámica y compleja donde los mercados mutan cada vez con mayor velocidad y es fundamental poder adaptarse.