



BUSINESS SCHOOL

**Proyecto de Titulación previo a la obtención del título en:
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autores:

- **CAMILA JOSETTE GORDILLO SALVADOR**
- **MATEO GABRIEL MOLINA VERGARA**
- **JOSHELIN IRENE ROBALINO CACHIPUENDO**
- **RICARDO SEBASTIAN TAPIA CARRERA**
- **JOHAN OSWALDO VIVANCO HIDROBO**

**PROYECTO: SATY: EL JUEGO DE MESA
INTERGENERACIONAL PARA LA
ESTIMULACIÓN COGNITIVA**

Tutor: MBA. Janeth Castillo de Cáceres

Período académico: marzo – junio 2024
Fecha de entrega: 10 de julio 2024

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, CAMILA JOSETTE GORDILLO SALVADOR, MATEO GABRIEL MOLINA VERGARA, JOSHELIN IRENE ROBALINO CACHIPUENDO, RICARDO SEBASTIAN TAPIA CARRERA, JOHAN OSWALDO VIVANCO HIDROBO; declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito proyecto: SATY: el juego de mesa intergeneracional para la estimulación cognitiva es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada. Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



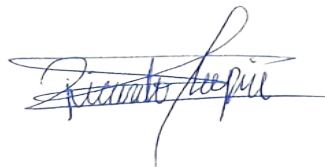
CAMILA JOSETTE GORDILLO SALVADOR



MATEO GABRIEL MOLINA VERGARA



JOSHELIN IRENE ROBALINO CACHIPUENDO



RICARDO SEBASTIAN TAPIA CARRERA



JOHAN OSWALDO VIVANCO HIDROBO

APROBACIÓN TUTOR

Yo, Janeth Castillo de Cáceres, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....

Janeth Castillo de Cáceres

Tutor del Proyecto

RESUMEN

Este proyecto de titulación pretende establecer un plan de negocios óptimo para la producción y comercialización de un juego de mesa especializado en adultos mayores en Quito, Ecuador; integrando la importación parcial de la materia prima como herramienta de Negocios Internacionales para la facilitación y eficiencia del proyecto. El plan de negocios propone la creación de un emprendimiento que además cumpla con aportar de forma positiva a la sociedad. Dicho esto, se recalca la importancia de atender un problema que sufren los adultos mayores como lo es el profundo sentimiento de soledad al llegar a esta etapa de la vida e incluso el abandono, además del deterioro natural de las capacidades cognitivas debido al envejecimiento. Para llevar a cabo el proyecto, se empleó el enfoque metodológico Design Thinking; que posibilita la innovación en las empresas a través de soluciones creativas. Adicionalmente, para examinar las implicaciones de la importación de uno de los elementos que forman parte del juego se realizó una cotización real mediante un Agente Aduanero. En esta investigación se evalúan distintos aspectos del mercado para probar que es posible introducir el producto y cumplir con los objetivos esperados. Dentro de ellos se encuentra el análisis del segmento, prototipaje y su respectiva validación, modelo de negocio, análisis del micro y macroentorno, deseabilidad, factibilidad y viabilidad. Con base en esto se establece un plan de marketing incluyendo estrategias que permitirán el posicionamiento y éxito del producto en el mercado. Finalmente, se realiza la evaluación financiera tomando en cuenta todas las consideraciones de los puntos anteriores.

ABSTRACT

The objective of this degree project is to establish an optimal business plan for the production and commercialization of a board game specialized in older adults in the city of Quito, Ecuador; integrating the partial import of the raw materials as an international business tool that contributes to the facilitation and efficiency of the project. The business plan proposes the creation of an enterprise that also contributes positively to society. That said, the importance of addressing a problem suffered by the elderly is emphasized, such as the deep feeling of loneliness when reaching this stage of life and even abandonment, in addition to the natural deterioration of cognitive abilities due to aging. To carry out the project, the Design Thinking methodological approach was used, which enables innovation in companies through creative solutions. Additionally, to examine the implications of importing one of the elements of the game, a real quotation was made by a Customs Agent. Throughout this research, a comprehensive evaluation of different aspects of the market is carried out to prove that it is indeed possible to introduce this product and meet the expected objectives. These include segment analysis, prototyping and its respective validation, business model, analysis of the micro and macro environment, desirability, feasibility and viability. Based on this, a marketing plan is established with strategies that will allow the positioning and success of the product in the market. Finally, the financial evaluation is carried out taking into account all the considerations of the previous points.

TABLA DE CONTENIDOS

Introducción.....	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos.....	17
1. Desing Thinking.....	18
1.1. Fase de Empatía.....	18
1.1.1 Salud física y alimentación.....	19
1.1.2 Salud Mental	20
1.1.3 Preocupaciones.....	20
1.1.4 Desafíos cotidianos	21
1.1.5 Desafíos en cuanto a la movilización	21
1.1.6 Redes de apoyo disponibles	22
1.1.7 Actividades que disfruta.....	23
1.1.8 Estado del arte	23
1.2 Micro segmento.....	24
1.2.1 Edad.....	24
1.2.2 Problemas cognitivos	24
1.2.3 Disminución de las funciones motoras.....	24
1.2.4 Soledad.....	25
1.2.5 Resumen de las necesidades y características del segmento.....	25
1.3 Customer Profile.....	27
2. Identificación de la problemática	28
2.1. Principales problemas del segmento	28
2.2. Problema que implica una mayor oportunidad de mercado.....	28
2.3. Árbol de problemas	29

2.4.	Propuesta inicial (Fase 3 de Ideación).....	30
3.	Idea de Negocio:.....	30
3.1.	Propuesta de valor	31
3.2.	Encaje del problema	31
3.3	En negocios internacionales	32
3.4	Modelo de monetización	33
3.4.1	¿Quién pagará?	33
3.4.2	¿Por qué van a pagar?.....	33
3.5.	Prototipaje 1.0	33
3.6.	Lean Canvas	34
3.7.	Análisis del Macroentorno – PESTEL	35
3.8.	Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas Competitivas de Porter.....	36
3.9.	Matriz FODA	37
4.	Validación de Factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad.....	38
4.1.	Mercado Objetivo.....	38
4.1.1.	Usuarios.....	38
4.1.2.	Early Adopters.....	38
4.2.	Factibilidad:.....	38
4.2.1.	Entrevista psicóloga clínica (Anexo 10.1)	38
4.2.2.	Entrevista trabajadora social (Anexo 10.2).....	39
4.2.3.	Resumen de las entrevistas:.....	40
4.2.4.	Focus Group (Anexo 10.8).....	41
4.3.	Deseabilidad:	42
4.3.1.	Encuestas realizadas al adulto mayor (Anexo 10.3).....	42
4.3.2.	Encuestas realizadas a los clientes potenciales (Anexo 10.4).....	44
4.4.	Viabilidad	48

4.5.	Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente.....	49
4.6.	Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)	50
4.7.	Manual de juego SATY.....	51
4.7.1.	¿Cómo se juega?.....	53
4.7.2.	Reglas:.....	53
4.7.3.	Árbol genealógico o reminiscencia (Carta Verde).....	54
4.7.4.	Atención y razonamiento (Carta Amarilla).....	55
4.7.5.	Coordinación - Praxias (Carta Roja).....	58
4.7.6.	Gnosias - Reflejos (Carta Azul)	62
4.7.7.	Capacidad de comunicación (Carta Morado).....	65
4.8.	Landing Page.....	68
4.9.	Monetización.....	73
4.9.1.	¿Quién pagará?.....	73
4.9.2.	¿Por qué van a pagar?.....	73
5.	Propuesta estratégica de marketing.....	73
5.1.	Objetivos	73
5.1.1.	Objetivo Principal:	73
5.1.2.	Objetivos Específicos:.....	73
5.2.	Estrategias de Marketing Mix (4Ps).....	74
5.2.1.	Producto	74
5.2.2.	Precio.....	75
5.2.3.	Plaza	75
5.2.3.1.	Tiendas físicas:.....	76
5.2.3.2.	Ventas online:.....	76
5.2.4.	Promoción	76
5.2.4.1.	Marketing Digital:.....	77

5.2.4.2.	Publicidad BTL	77
5.2.5.	Marketing Funnel	77
5.3.	Plan comunicacional.....	78
5.4.	Presupuesto de marketing.....	82
6.	Estudio técnico y modelo de gestión organizacional	83
6.1.	Localización	83
6.2.	Operaciones (Mapa de procesos).....	85
6.3.	Diseño organizacional (Organigrama)	86
6.4.	Diseño del proceso productivo o servicio (Flujograma)	87
6.5.	Conformación legal	87
6.5.1.	Sociedad por Acciones Simplificadas	87
6.5.2.	Requisitos obligatorios:.....	88
7.	Evaluación financiera.....	88
7.1.	Inversión inicial	88
7.2.	Presupuesto de ventas.....	89
7.3.	Punto de equilibrio	89
7.4.	Estados financieros y supuestos (3 escenarios).....	89
7.5.	Estado de costos	90
7.5.1.	Normal.....	90
7.5.2.	Pesimista.....	91
7.5.3.	Optimista	92
7.6.	Estado de P&G	93
7.6.1.	Normal.....	93
7.6.2.	Pesimista.....	94
7.6.3.	Optimista	95
7.7.	Estado flujo de caja	96

7.7.1.	Normal.....	96
7.7.2.	Pesimista.....	97
7.7.3.	Optimista	97
7.8.	Indicadores financieros (VAN - TIR - IR) (para los 3 escenarios)	98
7.8.1.	Normal.....	98
7.8.2.	Pesimista.....	98
7.8.3.	Optimista	99
7.9.	Análisis y conclusión de la evaluación financiera.....	99
7.9.1.	Normal.....	100
7.9.2.	Pesimista.....	100
7.9.3.	Optimista	100
8.	Conclusiones y Recomendaciones	101
9.	Referencias	103
10.	Anexos.....	110
10.1	Informe entrevista psicóloga	110
10.2	Informe entrevista trabajadora social	113
10.3	Resultados de las encuestas realizadas al adulto mayor	116
10.4	Resultados de las encuestas realizadas a los early adopters	119
10.5	Localización	124
10.6	Focus group retroalimentación	125
10.7	Matriz comparativa.....	127
10.8	Focus group validación juego.....	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Outsourcing ruleta electrónica-Identificando el potencial de mercado estadístico en base al tamaño de Economía al que se quiere tener enfoque.....32

COSTOS PARA ELABORAR 1 UNIDAD					
SATY TABLERO 1ERA EDICIÓN	Cantidad	tamaño materi	Medida	Costo material	Costo material utilizado
Caja impresa cartulina	1	2,40*2,15	unidades	1.2	1.20
Cartas papel couche corte curvo	50	8*7 cm	cartas	0.04	2.00
Juego de viniles/stickers	1		planilla	5	5.00
Manual	1		unidades	0.06	0.06
Ruleta	1		unidades	3.5	3.50
Pedazo de film plástico	1		unidades	0.35	0.35
Pizarrón	1		unidades	1.5	1.50
TOTAL					13.61

Tabla 2. costos elaboración tablero SATY 1era edición- Consideración en cantidades y costos referenciales.....48

COSTOS PARA ELABORAR 1 UNIDAD					
MAZO DE CARTAS SATY	Cantidad	tamaño materi	Medida	Costo material	Costo material utilizado
Caja impresa cartulina	1	2,40*2,15	unidades	1.2	1.20
Cartas papel couche corte curvo	50	8*7 cm	cartas	0.04	2.00

Tabla 3. Costos elaboración mazo SATY- Consideración de dimensión y valor unitario48

Tabla 4. Previsión venta y demanda- Dato para proyección de ventas y flujos financieros.49

Tabla 5. Tabla de Plan comunicacional – Dando a conocer los canales a usar.78

Tabla 6. Presupuesto de marketing año 182

Tabla 7. Presupuesto de marketing año 2-583

Tabla 8. Ponderación de factores para localización geográfica para la venta..83

Tabla 9. Inversión inicial escenario normal- Condiciones de Financiamiento 88

Tabla 10. Presupuesto de ventas escenario normal por 5 años89

Tabla 11. Cálculo punto de equilibrio escenario normal.....89

Tabla 12. Sueldos mano de obra escenario normal90

Tabla 13. Presupuesto primera campaña de marketing escenario normal91

Tabla 14. Presupuesto segunda campaña de marketing escenario normal.....91

Tabla 15. Gastos fijos escenario normal91

Tabla 16. Sueldos mano de obra escenario pesimista91

Tabla 17. Presupuesto primera campaña de marketing escenario pesimista....91

Tabla 18. Presupuesto segunda campaña de marketing escenario pesimista...92

Tabla 19. Gastos fijos escenario pesimista.....92

Tabla 20. Sueldos mano de obra escenario optimista	92
Tabla 21. Presupuesto primera campaña de marketing escenario optimista	92
Tabla 22. Presupuesto segunda campaña de marketing escenario optimista ...	92
Tabla 23. Gastos fijos escenario optimista.....	93
Tabla 24. Estado de pérdidas y ganancias escenario normal	94
Tabla 25. Estado de pérdidas y ganancias escenario pesimista.....	95
Tabla 26. Estado de pérdidas y ganancias escenario optimista.....	96
Tabla 27. Estado flujo de caja escenario normal.....	96
Tabla 28. Estado flujo de caja escenario pesimista	97
Tabla 29. Estado flujo de caja escenario optimista	97
Tabla 30. Evaluación indicadores financieros escenario normal	98
Tabla 31. Evaluación indicadores financieros escenario pesimista	98
Tabla 32. Evaluación indicadores financieros escenario optimista.....	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Focus Group- Determinación de los gustos y preferencias de los distintos grupos sociales.....	18
Figura 2. Customer Profile- Se determina en base a cada clúster de edad cuales son las necesidades más relevantes para la consideracion de inclusión del juego.	27
Figura 3. Árbol de problemas-Determinando la Causa-Efecto de los distintos factores a considerar para la propuesta de solución en los adultos mayores.....	29
Figura 4. Encaje del problema- Comprendiendo que el manejar adecuadamente las frustraciones de los adultos mayores harán que podamos plantear actividades para generar el sentimiento o sensación de alegría.	31
Figura 5. Prototipaje 1.0- Tablero de juego propuesto.....	33
Figura 6. Lean Canvas- Se identifican Stakeholders, Herramientas y Canales de propuesta de forma ilustrativa	34
Figura 7. Análisis PESTEL-Considerando todos los factores alógenos que pueden influir en el desarrollo del proyecto.....	35
Figura 8. Las 5 Fuerzas Competitivas de Porter- En donde se considera poder de negociación de proveedores clientes; amenaza de competidores nuevos, competidores antiguos y productos sustitutos.....	36
Figura 9. Matriz FODA- Considerando Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del proyecto	37
Figura 10. Entrevista psicóloga clínica- Considerando todos los puntos relevantes para el desarrollo del proyecto y consideraciones especiales por criterio profesional.....	39
Figura 11. Entrevista trabajadora social- Considerando si el uso de estos instrumentos es determinante y los adultos mayores se sientes satisfechos y entretenidos por usar los mismos.....	40
Figura 12. Focus Group juego primera edición Saty- Validando si las reglas y forma de jugar son claras y entretenidas para los intervinientes.....	41
Figura 13. Nivel de instrucción- Considerando con cual segmento objetivo se puede trabajar.	42

Figura 14. ¿Qué aspectos valoras más en un juego de mesa familiar?- Para la consideración de la propuesta.....	43
Figura 15. ¿Crees que "SATY" podría ser una actividad divertida para compartir en familia? - Considerando acogida del producto	43
Figura 16. ¿Qué opinas sobre la inclusión de actividades cognitivas y preguntas relacionadas con el árbol genealógico en el juego? -Para validar si es relevante para el usuario estas consideraciones.....	43
Figura 17. ¿Estarías dispuesto a comprar "SATY"?- Considerando intención de compra para posibles proyecciones de ventas.....	44
Figura 18. Nivel de instrucción clientes potenciales- Para conocer estrategias de colocación en base al nivel académico.....	44
Figura 19. ¿Tienes un familiar adulto mayor en tu vida al que le gusten los juegos de mesa?- Considerando estrategia de llegada hacia el cliente final	45
Figura 20. ¿Con qué frecuencia buscas actividades de entretenimiento para compartir con tu familiar adulto mayor?- Considerando el nivel de rotación que puede llegar a tener este tipo de producto.....	45
Figura 21. ¿Qué tan interesado estarías en un juego de mesa familiar con enfoque en el adulto mayor?- Validando el nivel de énfasis y preocupación que ocupa el adulto mayor dentro del núcleo familiar	46
Figura 22. ¿Qué aspectos crees que podrían ser más atractivos para tu familiar adulto mayor?- Para poder adaptar en las consideraciones del juego de mesa	46
Figura 23. ¿Estarías dispuesto a comprar "SATY" como un regalo para un adulto mayor?- Validación intención de adquisicion	47
Figura 24. Product-Market Fit- Considerando los factores que influyen para convertir las frustraciones en una alegría mediante la satisfacción de un buen producto	49
Figura 25. Mazo de cartas de desafíos- Considerando las reglase de juego y diseño.....	50
Figura 26. Diseño del Packaging- Ilustración de la presentación	50
Figura 27. Diseño de la pizarra- Considerando distintos colores para ser mas llamativa	51

Figura 28. Diseño de la ruleta electrónica con temporizador- Considerando mecanismo central del juego	51
Figura 29. Primera terapia de atención y razonamiento- Considerando el desarrollo intelectual y conductual del usuario para mantener un enfoque adecuado. 56	
Figura 30. Segunda terapia de atención y razonamiento- Poniendo aleatoriamente el orden de los factores	56
Figura 31. Tercera terapia de atención y razonamiento- Denotando si el raciocinio permanece inmuto en el individuo	57
Figura 32. Cuarta terapia de atención y razonamiento- Empleando mecanismos óptimos de atención.....	57
Figura 33. Quinta terapia de atención y razonamiento- Con la finalidad de refrescar los conocimientos	58
Figura 34. Primera terapia de Coordinación – Praxias- Considerando mantener la ubicación espacial del tiempo y espacio.....	59
Figura 35. Segunda terapia de Coordinación – Praxias- Desarrollando sensación motora del individuo	60
Figura 36. Tercera terapia de Coordinación – Praxias- Empleando formas distintas para la apertura de la mente y creatividad.....	60
Figura 37. Cuarta terapia de Coordinación – Praxias- Identificando oportunidades de trabajo específico.	61
Figura 38. Quinta terapia de Coordinación – Praxias- Desarrollando habilidad de observación y raciocinio del usuario.	61
Figura 39. Primera terapia de Gnosias – Reflejos- Considerando la aplicación dentro de toda la actividad.....	62
Figura 40. Segunda terapia de Gnosias – Reflejos- En donde sin apoyo visual se puedan desarrollar las actividades.....	63
Figura 41. Tercera terapia de Gnosias – Reflejos- Validando memoria y ubicación espacial del usuario.....	63
Figura 42. Cuarta terapia de Gnosias – Reflejos- Validando la capacidad de concentración.....	64
Figura 43. Quinta terapia de Gnosias – Reflejos- Desarrollando habilidad de atención por los detalles.	64

Figura 44. Primera terapia de comunicación- Desarrollando actividades de expresión verbal y expresión de ideas	65
Figura 45. Segunda terapia de comunicación- Exploración de perspectivas del usuario.	66
Figura 46. Tercera terapia de comunicación- Raciocinio verbal mediante uso de frases complejas.	66
Figura 47. Cuarta terapia de comunicación- Raciocinio de asociación verbal e interpretación adecuada de los significados de las palabras.....	67
Figura 48. Quinta terapia de comunicación- Para tener conocimiento de la conjunción verbal	67
Figura 49. Landing Page, pestaña Inicio- Estrategia de impulso de producto para la venta satisfactoria mediante presentación.	69
Figura 50. Landing Page, pestaña Tienda- Pagina intuitiva para el autoservicio	70
Figura 51. Landing Page, información del producto- Con la descripción adecuada del producto.	71
Figura 52. Landing Page, pestaña Nosotros- Dando a conocer los profesionales que impulsaron al proyecto.	72
Figura 53. Landing Page, pestaña Contactos- Para manejar los Leeds de contacto.	72
Figura 54. Marketing Funnel- Conociendo los cuellos de botella y oportunidades de mejora para impulsar las ventas y conseguir mayor efectividad.	77
Figura 55. Artes en la red social Tik Tok.....	79
Figura 56. Artes en la red social Instagram.....	79
Figura 57. Artes en la red social Facebook	80
Figura 58. Ruleta para activación BTL	80
Figura 59. Descripción para la biografía en todas las redes sociales	81
Figura 60. Áreas comunales, La Pradera.....	84
Figura 61. Interior oficina, La Pradera.....	85
Figura 62. Mapa de procesos para la generación de valor del producto	85
Figura 63. Organigrama de la organización y propuesta de manejo	86
Figura 64. Flujograma -Procesos Productivo	87

Introducción

Las habilidades cognitivas forman parte de la cotidianidad de un ser humano funcional, la importancia de la estimulación de estas radica en los problemas que causa su desatención; por otro lado, los datos presentes en esta investigación sugieren que la población de adultos mayores enfrenta problemas como el sentimiento de soledad. Por lo anteriormente expuesto, se puede evidenciar que es posible atender este tipo de necesidades mediante el planteamiento de una idea de negocio; la siguiente investigación se basa en exponer los factores que contribuyen a la aplicación de esta.

Objetivo General

Establecer un plan de negocios óptimo, mediante la metodología “Desing Thinking”, para la producción y comercialización de un juego de mesa especializado en adultos mayores en Quito, Ecuador.

Objetivos Específicos

- Indagar sobre la población de la tercera edad en el Distrito Metropolitano de Quito, haciendo énfasis en sus necesidades, preocupaciones y cotidianidad.
- Plantear un modelo de negocio que proponga una solución a la soledad y el deterioro de las capacidades cognitivas en los adultos mayores; además de evaluar su factibilidad, viabilidad y deseabilidad.
- Segmentar el mercado objetivo y trasladarlo a datos cuantitativos que permitan establecer la demanda potencial del producto.
- Plantear un plan de marketing que nos permita llegar al mercado objetivo.
- Realizar la valoración financiera del modelo de negocio.

1. Desing Thinking

1.1. Fase de Empatía

La fase de empatía se realizó en primera instancia mediante tres entrevistas uno a uno con adultos mayores, las cuales fueron a conveniencia. Posteriormente, se realizaron tres entrevistas más con adultos mayores entre 66 y 80 años sin relación con los investigadores para obtener puntos de vista objetivos. Todas las entrevistas incluyeron tanto hombres como mujeres de la tercera edad. Por otro lado, se realizó un focus group con ocho mujeres de entre 58 y 84 años, residentes del barrio La Kennedy. Se tomó en cuenta a la mujer de 58 años, puesto que, por asuntos personales, asiste a sesenta y piquito y forma parte de este grupo amistoso. Asimismo, la mujer de 84 años, que indistinto de su edad, demuestra gran lucidez. Si bien no fueron parte de las seis principales entrevistadas en el focus group; supieron brindarnos información de soporte para la investigación.



Figura 1. Focus Group- Determinación de los gustos y preferencias de los distintos grupos sociales

En concordancia a lo compilado en las entrevistas, focus group e investigación documental, se obtuvo la siguiente información de los temas tratados:

1.1.1 Salud física y alimentación

Los entrevistados aseguran padecer algunos problemas de salud relacionados a la edad como son: artritis, dolores de cuerpo, cabeza, problemas cardiovasculares, de vista, próstata, audición y cadera. Incluso la diabetes que requiere controles periódicos.

Sarmiento et al. (2022) en su investigación evidenció que:

“El edentulismo aumenta con la edad, entre los adultos mayores estudiados hubo una prevalencia de edentulismo total de 28,8% en el grupo de 60-64 años mientras que para el grupo de 90-94 años fue de un 71,4%. En relación con algunas variables socioeconómicas, el edentulismo tuvo mayor prevalencia entre los adultos mayores que no realizaron estudios formales de ningún tipo (66,5%)”. (p.166)

Esta cita indica que el edentulismo aumenta con la edad y es más común en adultos mayores sin educación formal.

En cuanto a la alimentación, los entrevistados indicaron que tienen dificultad para acceder a información nutricional enfocada en adultos mayores dado que en esta etapa el cuerpo necesita un suplemento mayor de nutrientes, vitaminas y otros componentes, que en la juventud se generaban de forma propia. También indican que algunos alimentos pueden producir dificultad para conciliar el sueño como las bebidas azucaradas y el café.

Según López et al. (2019) estudios realizados a una muestra de 181 adultos mayores, concluyeron que las afecciones presentadas por la edad son un factor determinante para la farmacodependencia, el empleo de fármacos les ayuda a satisfacer varias necesidades fisiológicas como comer y dormir.

1.1.2 Salud Mental

Los entrevistados manifiestan un profundo sentimiento de soledad provocado por su falta de socialización, recreación o cercanía con familiares y amigos. Este sentimiento se ve agravado por el miedo que representa para ellos salir de forma autónoma debido a sus dificultades físicas, imposibilitándoles la productividad y socialización. El transporte, la inseguridad y los espacios poco inclusivos también afectan su capacidad para realizar actividades que podrían mejorar su salud emocional. Como consecuencia, se relacionan dichos malestares con la ansiedad según comentan varios de los entrevistados.

1.1.3 Preocupaciones

Los entrevistados manifiestan preocupación por su salud, como el temor de no encontrar los medicamentos necesarios para tratar sus afecciones o de no contar con suficiente dinero para un chequeo médico completo, así como la posibilidad de sufrir un accidente debido a su movilidad limitada. Además, se destaca la inseguridad en las calles y el transporte público. En concordancia, “En Colombia, 26% de los adultos mayores que se cayeron reportaron limitaciones en las actividades de la vida diaria y restricciones sociales por el miedo a caerse. Las mujeres tienen mayor riesgo de caídas y de fracturas de cadera” (Mejía, 2014, p. 30).

También mencionan la pérdida de tradiciones y el miedo a viajar solos; haciendo énfasis una vez más en la soledad. Por otro lado, existe la preocupación por no sentirse útiles dentro de la sociedad al dejar de formar parte de la vida laboral, sin mencionar que en el focus group se manifiesta la existencia de discriminación laboral en la contratación a este grupo; resaltando la importancia de contar con actividades para ocupar su tiempo libre.

1.1.4 Desafíos cotidianos

Se evidenció que tareas básicas como sacar la basura, hacer compras, vestirse, ir al médico, arreglar la ropa, cocinar, mover los muebles, amarrarse los cordones; significan un reto y por ende implican una dependencia de terceros. Dentro de las consideraciones de la fase de empatía, la muestra menciona “que se sienten más lentas”. Se identifica la necesidad de contar con una persona que le brinde compañía y le apoye en sus actividades esporádicas. López et al. (2019) evidencia que ciertas necesidades del adulto mayor deben ser cubiertas por alguien más, puesto que existe un alto porcentaje de dependencia de un cuidador.

Sobre todo, en una era tecnológica, sus capacidades se ven reducidas y es complicado seguirle el paso a su entorno. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2009), en el país solo el 14 % de las personas de 65 a 74 años usaban Internet, además en el censo se registró que solo el 50 % de los adultos mayores tenían acceso a Tics en su vida cotidiana. Los medios de preferencia entre la mayoría de los entrevistados son la radio y la televisión. Existen quienes ven a la tecnología como una amenaza, aunque esta es una opinión dividida ya que a otra parte de los entrevistados les gustaría aprender sobre el uso de computadoras o celulares. Aun así, si bien existe un interés por aprender, se ven limitados por la falta de acceso a información y guía adecuada.

1.1.5 Desafíos en cuanto a la movilización

Los entrevistados aseguran que los medios de transporte públicos disponibles son poco convenientes pues, no son inclusivos para los adultos mayores al no contar con la infraestructura mínima para su uso. Entre los medios de transporte mencionados están el bus y el taxi como preferencia. Según Serrano (2018), en Ecuador el sistema de buses de transporte público es un riesgo para los adultos mayores, debido a que los buses tienen como regla el ingreso por la parte delantera y la salida por la parte de atrás y los asientos preferenciales se encuentran al frente.

El uso de transporte implica dependencia de familiares y amigos o en su defecto, el gasto en servicios privados de movilización, el cual es alto. Dentro de lo evidenciado en el focus group la mayoría ha mencionado tener al menos una experiencia desagradable en un medio de transporte. En el caso de aquellos que conducen, presentan dificultades al hacerlo e incluso al obtener la licencia de conducir. En contraste con este dato la dificultad para manejar aumenta a razón de la edad y la entrada a la adultez, entre ellos los factores determinantes son: disminución en los reflejos, trastornos mentales, cognitivos y musculares (Barco y Carr, 2022).

1.1.6 Redes de apoyo disponibles

Entre los entrevistados se considera a su red de apoyo como primordial para la vida cotidiana y por lo general los hijos son a quienes más acuden, no obstante, estos se perciben como lejanos. El 14,9% son víctimas de negligencia y abandono (Ministerio de Inclusion Economica y Social, s.f.). A su vez, valoran las amistades que tienen y añoran disfrutar de la compañía de otro adulto mayor. Blandón (2015) asegura que el 53% de los adultos mayores vive en hogares multigeneracionales, lo que refleja la importancia de la familia como cuidador principal. Adicionalmente, tanto en el focus group como en las entrevistas evidenciamos que integrantes de la muestra han perdido a su cónyuge. En Ecuador el 23,8% de los adultos mayores son viudos (INEC, 2023).

Danvers (2023), plantea que el sentimiento de soledad se encuentra ligado a estar solteros, ya que las relaciones funcionan como determinante para esta emoción. Se demuestra a través del estudio que, sin importar la edad, las personas con pareja sienten menos soledad. En cambio, los solteros en general sienten soledad, pero en este caso, la edad sí influye; pues los adultos mayores sin pareja reflejan un sentimiento de soledad mayor al de las demás edades.

1.1.7 Actividades que disfruta

Las actividades que disfruta el adulto mayor que no son demandantes físicamente son la caligrafía y manualidades. En estas, indican que les permite despejar la mente y mantener sus habilidades motrices en uso, lo cual es beneficioso para la salud. Las actividades recreativas como caminar, jugar e interactuar con demás adultos mayores estimulan la comunicación, integración, coordinación, rapidez, concentración mental e incluso fuerza (Ramón, 2015).

Por otra parte, las actividades que disfrutan y son demandantes físicamente son las caminatas en los parques, ya que con el paso de los años sus funciones motoras se ven afectadas. Sin embargo, destinar un mínimo de 30 minutos de actividad física al día es muy importante (Zamarripa, 2014) ya que de esta manera mantienen un equilibrio entre su salud física y mental. Los entrevistados indicaron que dichas actividades se las disfruta de mejor manera en compañía. Gozan de reunirse con un grupo de adultos mayores, donde comparten su tiempo y pueden socializar, hacer ejercicio, viajar, entre otras.

1.1.8 Estado del arte

Actualmente, la solución más inmediata es inscribirse a 60 y piquito. Con respecto a la salud, cuentan con trabajadora social, fisioterapeuta y psicólogo que evalúan y brindan soporte a cada usuario junto con el Ministerio de Salud Pública. También, se realizan actividades, proyectos y brigadas. Así, han encontrado formas de pasar el tiempo, socializar, aprender cosas nuevas y mantener su productividad.

Además, les brindan la posibilidad de viajar, pues 60 y piquito se encarga de organizar y brindar facilidades que cumplan con sus necesidades particulares. Dentro de lo mencionado en el focus group, muchas manifestaron que son hábiles para manejar el teléfono o la computadora, al menos “lo básico”. Entonces, muchos solucionan los problemas planteados anteriormente, pero hay parte de los entrevistados que no desean asistir a 60 y piquito, quienes siguen con su vida pese a no tener una solución.

1.2 Micro segmento

El micro segmento obtenido de la fase de empatía y que será el enfoque de desarrollo del proyecto lo conforman hombres y mujeres adultos mayores, pertenecientes (a la clase media y media alta) de 65 años, residentes del Distrito Metropolitano de Quito, ubicados en los sectores y centro norte, que enfrentan desafíos cotidianos y requieren su atención.

1.2.1 Edad

Se determinó la edad con base en la Constitución de la República del Ecuador (2008) que determina: “Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellas que hayan cumplido los sesenta y cinco años” (Art. 36).

1.2.2 Problemas cognitivos

Según Benavidez-Caro (2017) los problemas cognitivos surgen desde los 60 años. Sin embargo, es una variable por asociación y no necesariamente por causalidad. Por otro lado, el estudio refiere a factores diferentes a la edad para el deterioro de las funciones cognitivas, entre estas se encuentran el soporte social, el estado anímico, la actividad física, los niveles de educación y la etnia. Mediante la muestra se determinó que estos factores son de importante consideración desde los 70 años.

1.2.3 Disminución de las funciones motoras

Otro problema notable al alcanzar la tercera edad es la disminución de las funciones motoras. Según Borelli (2011) el envejecimiento normal trae consigo cambios y patologías que deterioran la adaptación de un individuo con su entorno entre estos se encuentran inmovilidad, incontinencia e inestabilidad postural.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda “Los adultos de 65 en adelante dediquen 150 minutos semanales a realizar actividades físicas moderadas aeróbicas, o bien algún tipo de actividad física vigorosa aeróbica durante 75 minutos, o una combinación equivalente de actividades moderadas y vigorosas” (ORGANIZACION PANAMERICANA DE LA SALUD OPS, 2012).

1.2.4 Soledad

El sentimiento de soledad es una experiencia común dentro de este segmento demográfico, los adultos mayores a menudo se enfrentan al aislamiento debido a la pérdida de seres queridos y a la reducción de su movilidad. Esta situación genera una necesidad importante de compañía, ya que el contacto social y las relaciones interpersonales son fundamentales para su bienestar emocional y psicológico.

La falta de interacción social puede llevar al deterioro del desarrollo cognitivo, lo que a su vez impacta negativamente en su salud mental. Según la OMS (2023) La soledad y el aislamiento social en esta etapa de la vida puede tener un impacto negativo en la salud física y mental de las personas mayores, aumentando el riesgo de depresión, ansiedad, enfermedades crónicas y disminución de la calidad de vida.

1.2.5 Resumen de las necesidades y características del segmento

En resumen, las necesidades que tienen los adultos mayores son:

- Acceder a información sobre alimentación y actividad física.
- Realizar actividad física en espacios aptos.
- Disminuir la dependencia de fármacos.
- Moverse de manera estable y segura
- Dormir bien.
- Dejar de sentir soledad.
- Tener tiempo de calidad con su familia y amigos.
- Socializar con nuevas personas.
- Tener actividades recreativas con espacios aptos.

- Tener pasatiempos y ocupaciones.
- Acceder a medios de transporte seguros
- Tener apoyo en sus actividades cotidianas.
- Viajar con personas de su edad.
- Viajar de forma segura.
- Viajar con acompañamiento.
- Contar con espacios y actividades adecuadas en sus viajes.
- Contar con apoyo para realizar trámites de viaje.
- Aprender a usar herramientas tecnológicas.
- Seguimiento en su proceso de aprendizaje sobre tecnología.

1.3 Customer Profile



Figura 2. Customer Profile- Se determina en base a cada clúster de edad cuales son las necesidades más relevantes para la consideración de inclusión del juego.

2. Identificación de la problemática

2.1. Principales problemas del segmento

1. ¿Cómo podemos nosotros ayudar al segmento a realizar tareas diarias dentro del hogar con mayor facilidad y estabilidad?
2. ¿Cómo podemos nosotros ayudar al segmento a transportarse de forma segura?
3. ¿Cómo podemos nosotros ayudar al segmento a mejorar su salud física y cognitiva?
4. ¿Cómo podemos nosotros ayudar al segmento a realizar actividades recreativas?
5. ¿Cómo podemos nosotros ayudar al segmento a sentirse útiles dentro de la sociedad?

2.2. Problema que implica una mayor oportunidad de mercado.

¿Cómo podemos nosotros ayudar al segmento a mejorar su salud cognitiva?

2.3. Árbol de problemas

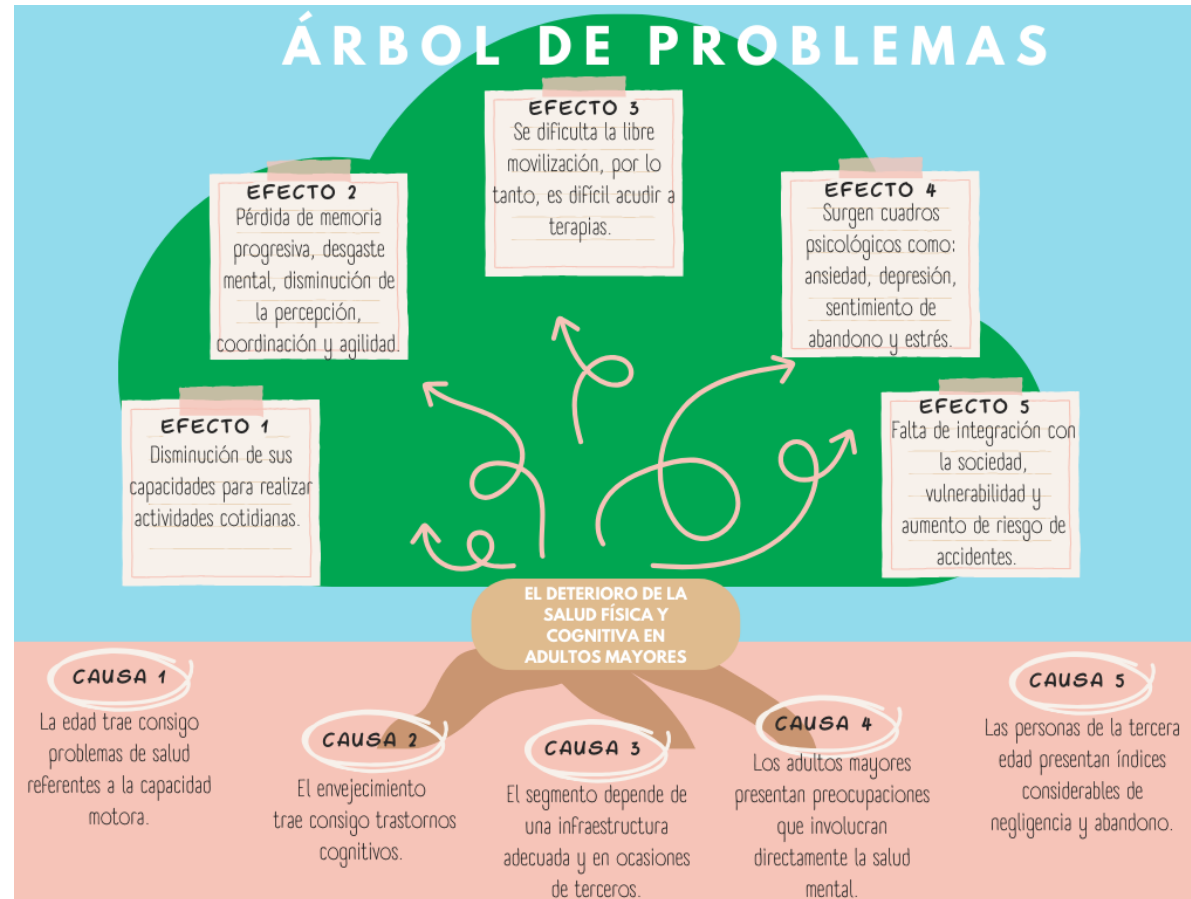


Figura 3. Árbol de problemas-Determinando la Causa-Efecto de los distintos factores a considerar para la propuesta de solución en los adultos mayores

2.4. Propuesta inicial (Fase 3 de Ideación)

Posibles ideas de negocio:

1. Juegos para mejorar la movilidad física y motricidad.
2. Juegos para estimular el cerebro.
3. Juegos especializados en ludoterapia para adultos mayores.
4. Kit de aparatos básicos para realizar actividad física en casa especializados en adultos mayores.
5. Club/Casa Hogar de adultos mayores con espacios aptos para realizar actividades físicas y recreativas.
6. Servicio de instalación de gimnasio en casa personalizado para adultos mayores.
7. Gimnasio especializado para adultos mayores.
8. Kit de manualidades para el adulto mayor.
9. Estudio de yoga para adultos mayores
10. Escuela de artes varias (música, pintura, cerámica, etc.) para adultos mayores.

3. Idea de Negocio:

Saty, un juego de mesa intergeneracional para el cerebro y el corazón.

Se escogió la idea de negocio en virtud de que identifica la necesidad latente por aportar al desarrollo y estimulación cognitiva hacia los seres del entorno familiar enfatizando en aquellos miembros de la tercera edad. Se debe considerar que, apelando al sentimiento del ser humano, es el que más probable tenga impacto y por ende más acogida en el potencial mercado poniendo en consideración que no hay limitante para el poder jugar en esta propuesta, más bien el aporte para la estimulación neuro cerebral es el factor de impacto.

3.1. Propuesta de valor

Juego de mesa enfocado en estimular las capacidades cognitivas. Permite aprender cosas nuevas, promueve la productividad y sobre todo crea un espacio de socialización con seres queridos. Mientras activas tu mente, podrás destinar un tiempo para compartir con familiares de distintas edades y conocerse mejor; fomentando así el tiempo de calidad, enriquecimiento de los vínculos intergeneracionales y generando recuerdos memorables. Adicionalmente, permite un prediagnóstico de posibles enfermedades.

3.2. Encaje del problema

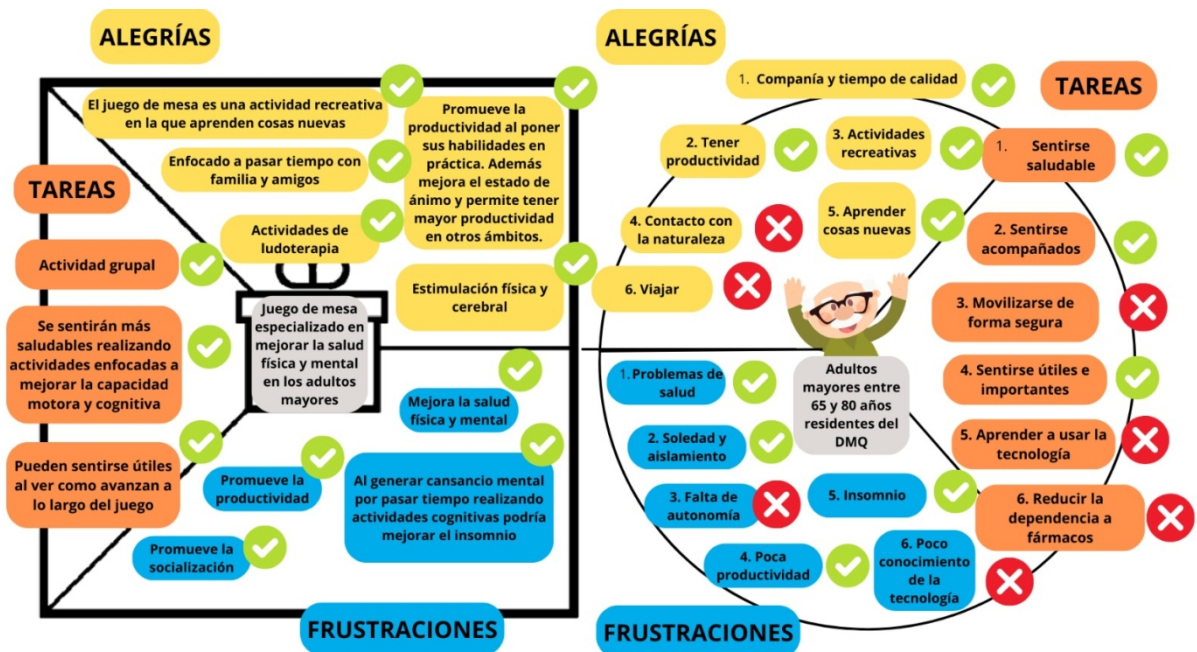
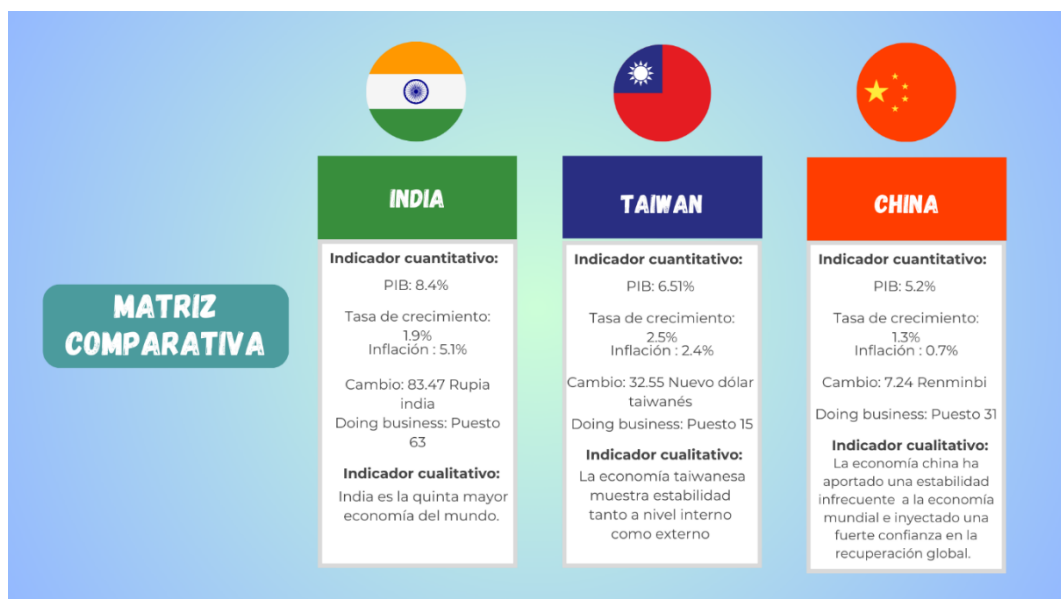


Figura 4. Encaje del problema- Comprendiendo que el manejar adecuadamente las frustraciones de los adultos mayores harán que podamos plantear actividades para generar el sentimiento o sensación de alegría.

3.3 En negocios internacionales

En cuanto a los negocios internacionales, uno de los componentes principales del juego consta de una ruleta automática. Esta se puede conseguir bajo outsourcing en distintos mercados, por lo cual mediante la matriz realizada en el Anexo 10.7 se decidió traer el componente desde China, en la tabla 1 se presentan las consideraciones para realizar la importación como el HS code, arancel, seguro, flete, modalidad de carga y costo unitario.



Anexo 10.7. Comparación para ver la conveniencia de adquisición de materiales

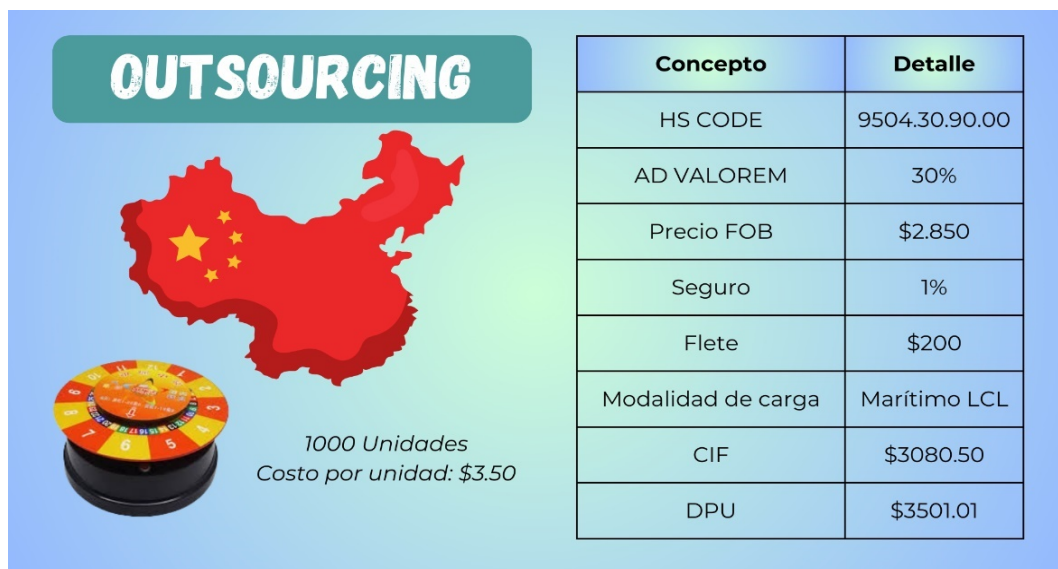


Tabla 1. Outsourcing ruleta electrónica-Identificando el potencial de mercado estadístico en base al tamaño de Economía al que se quiere tener enfoque.

3.4 Modelo de monetización

3.4.1 ¿Quién pagará?

Los consumidores finales son los adultos mayores, familias, cuidadores y personas interesadas en juegos de mesa.

3.4.2 ¿Por qué van a pagar?

El producto enriquece la interacción familiar y el desarrollo cognitivo, además de permitir explorar el árbol genealógico ascendente, profundizando así la conexión con la historia familiar y cultural.

3.5. Prototipaje 1.0

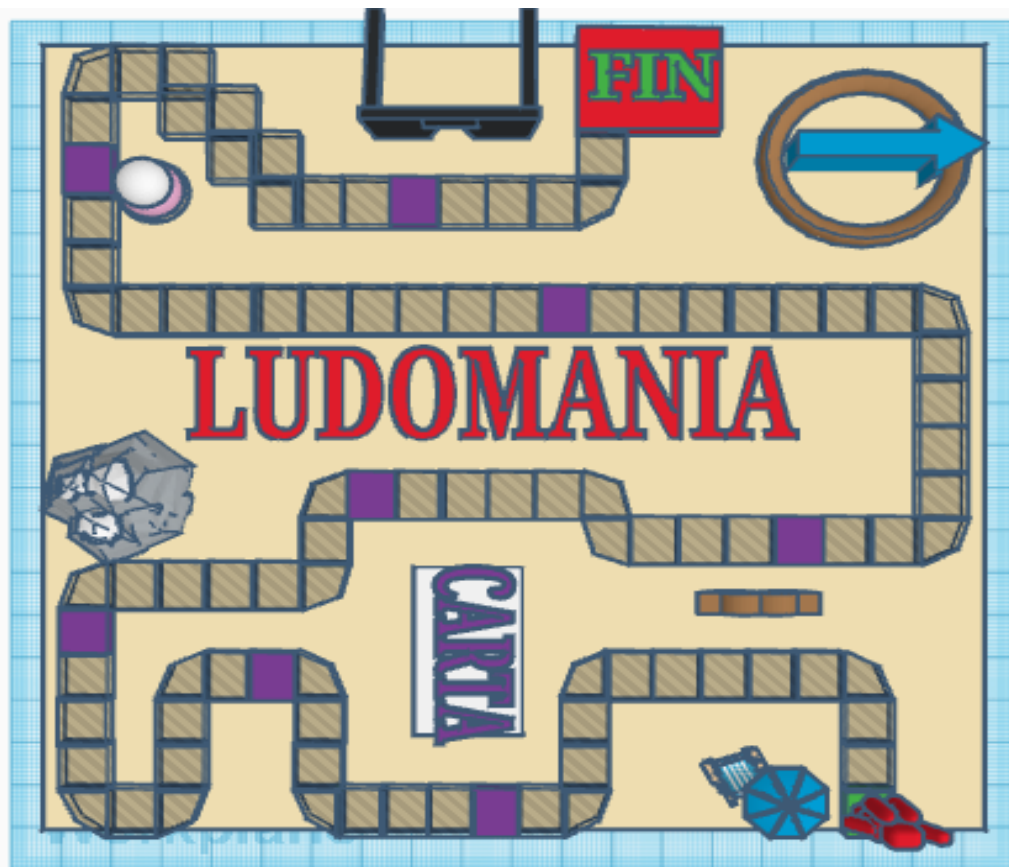


Figura 5. Prototipaje 1.0- Tablero de juego propuesto.

3.6. Lean Canvas

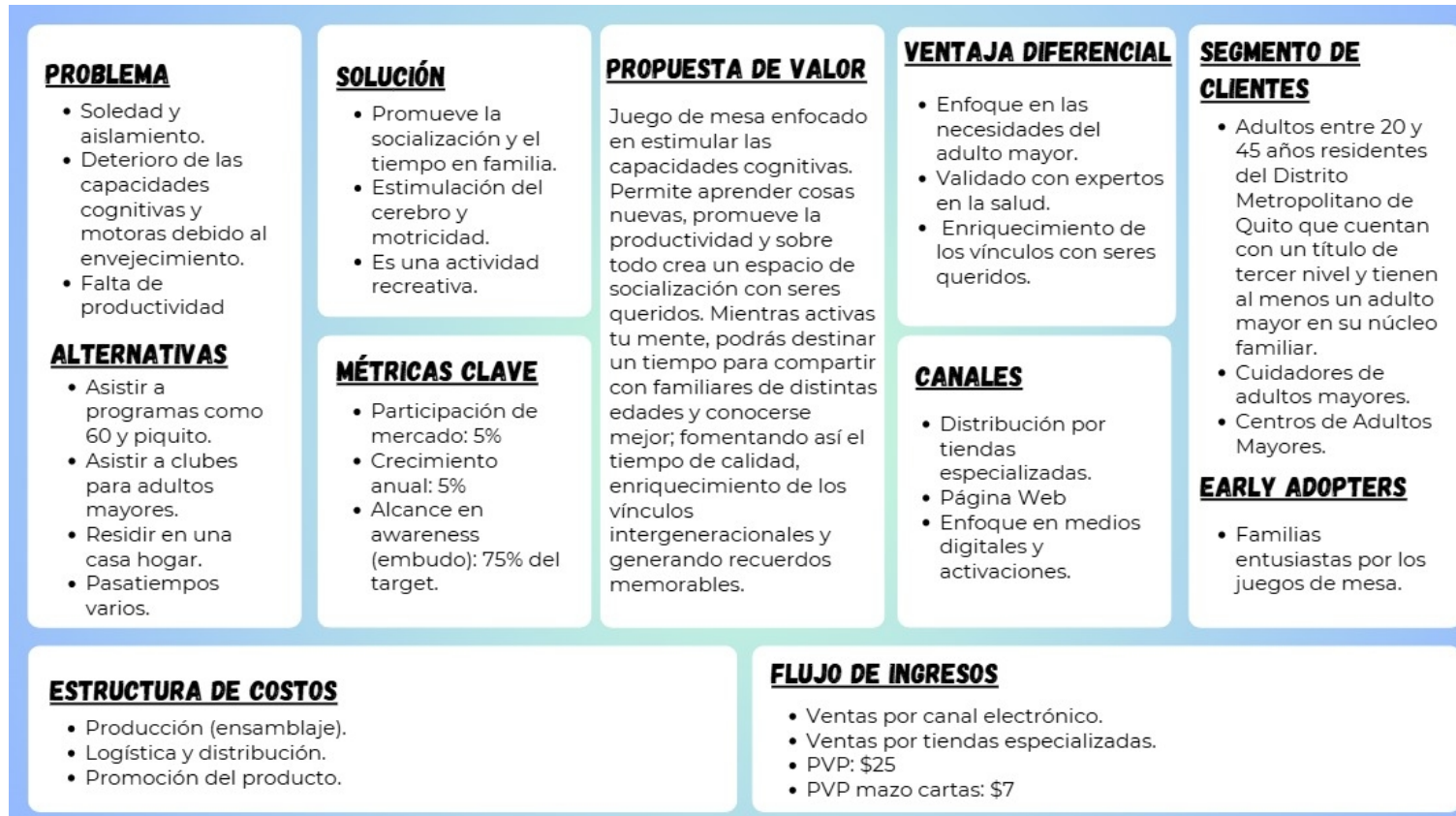


Figura 6. Lean Canvas- Se identifican Stakeholders, Herramientas y Canales de propuesta de forma ilustrativa

3.7. Análisis del Macroentorno – PESTEL

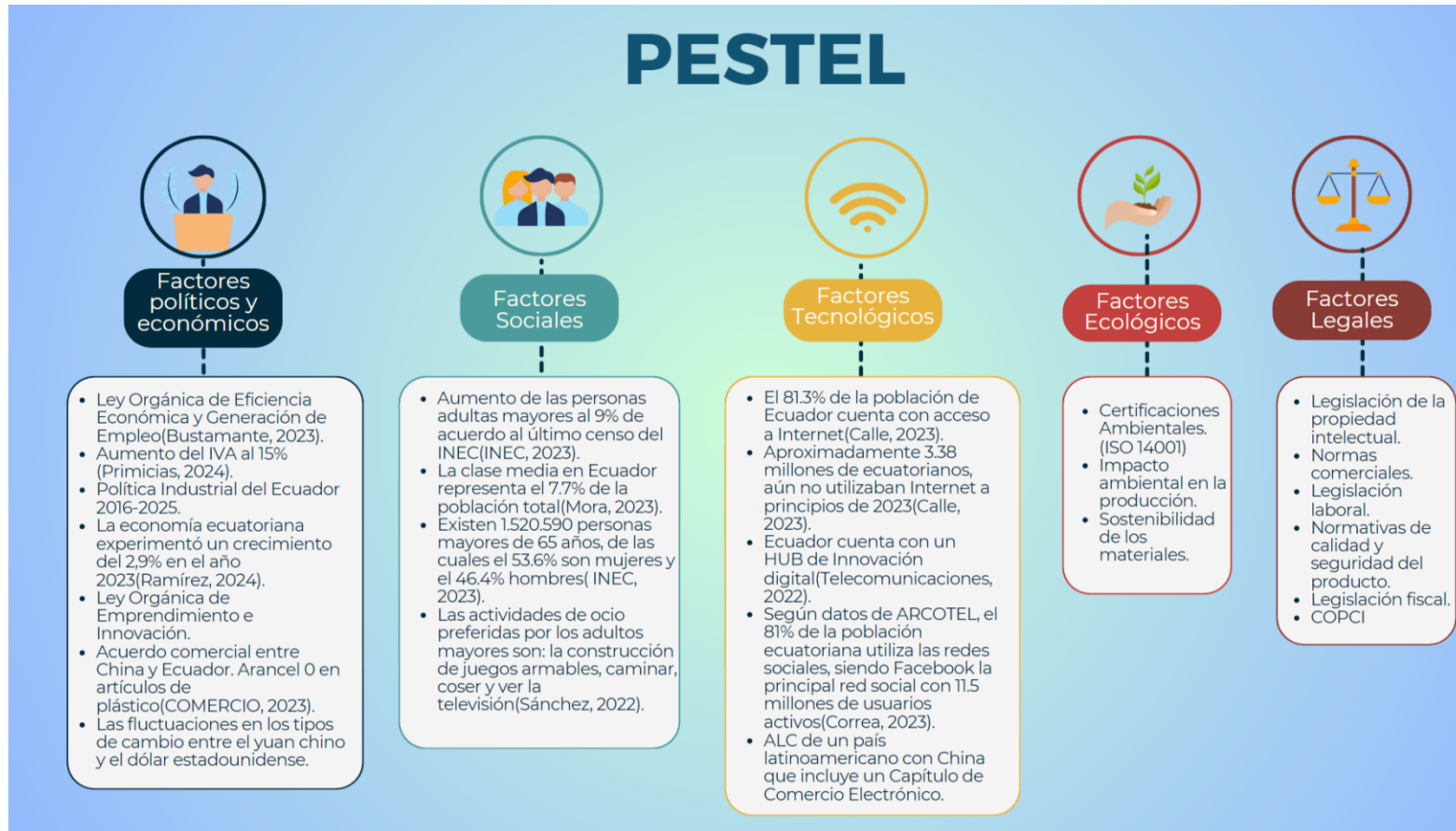


Figura 7. Análisis PESTEL-Considerando todos los factores alógenos que pueden influir en el desarrollo del proyecto.

3.8. Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas Competitivas de Porter



Figura 8. Las 5 Fuerzas Competitivas de Porter- En donde se considera poder de negociación de proveedores clientes; amenaza de competidores nuevos, competidores antiguos y productos sustitutos.

3.9. Matriz FODA

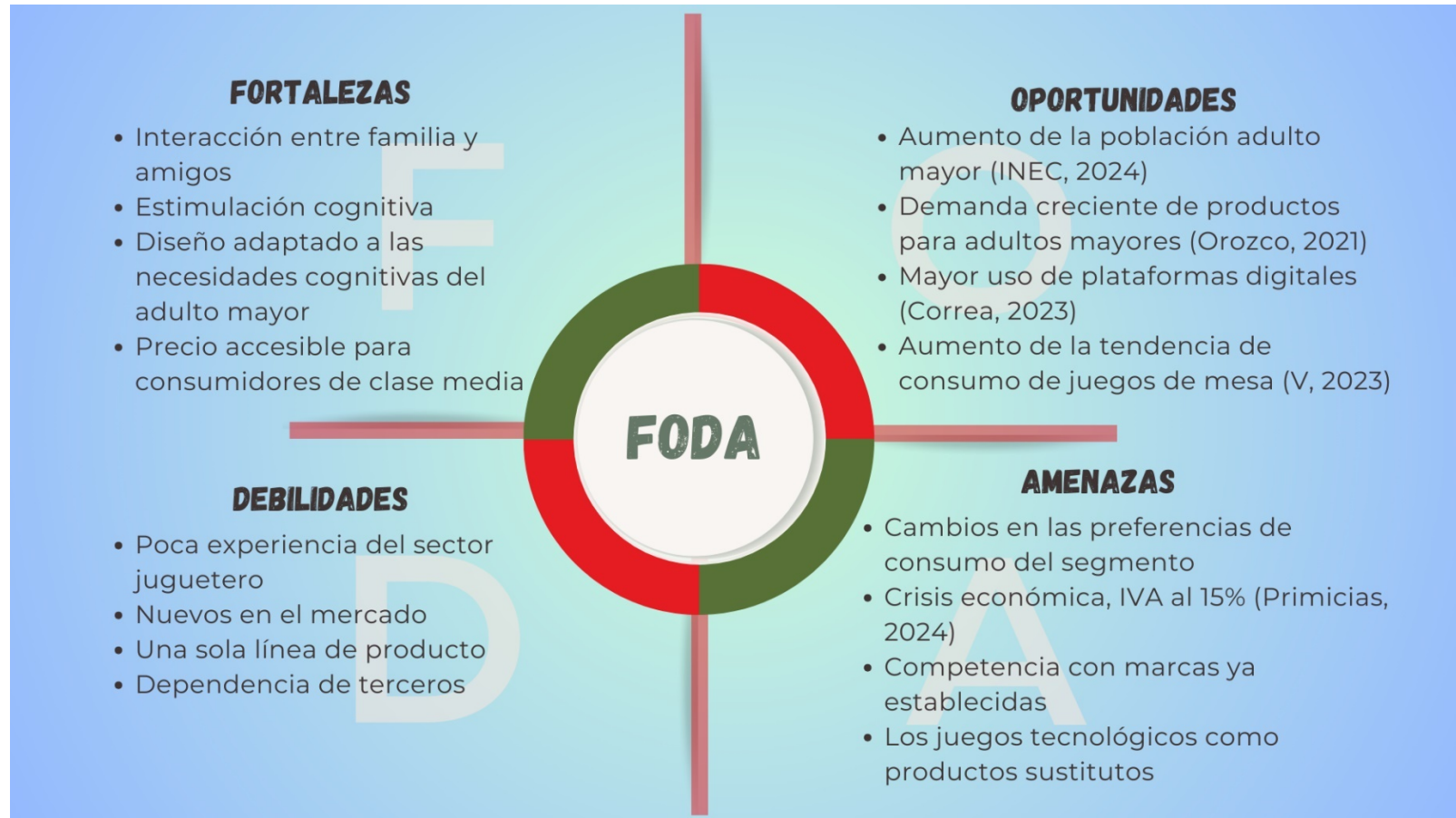


Figura 9. Matriz FODA- Considerando Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del proyecto

4. Validación de Factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad

4.1. Mercado Objetivo

4.1.1. Usuarios

Adultos mayores de ingreso medio con escolaridad mínima de primaria que residan en el Distrito Metropolitano de Quito de edades entre 65 a 80 años que requieran estimulación de sus habilidades cognitivas (coordinación, memoria, atención y reflejos).

4.1.2. Early Adopters

Adultos entre 20 a 45 años residentes del Distrito Metropolitano de Quito que cuentan con un título de tercer nivel y tienen un adulto mayor en su núcleo familiar, estos constituirán nuestros primeros clientes potenciales.

4.2. Factibilidad:

El método utilizado para demostrar la factibilidad del proyecto fueron dos entrevistas a expertos:

4.2.1. Entrevista psicóloga clínica (Anexo 10.1)

Yadira Pilicita, Psicóloga clínica del centro MIES de atención al adulto mayor, nos sugirió investigar bibliografías acerca de la neuropsicología para comprender el funcionamiento cognitivo y conductual de los adultos mayores, permitiendo identificar estrategias para estimular sus habilidades cognitivas. También recomendó explorar recursos de gerontología y geriatría para diseñar actividades efectivas, teniendo en cuenta su autonomía y movilidad. Recalcó la importancia de la estimulación cognitiva mediante

juegos de mesa que fomenten la actividad cerebral, destacando la necesidad de integración intergeneracional para reducir el aislamiento, especialmente tras la pandemia donde se vio más afectada.

Se sugirió el uso de juegos/cartas/objetos con colores brillantes y formas intuitivas para atraer a de diferentes edades. Además, se abordó aspectos prácticos para crear actividades, señalando problemas comunes entre adultos mayores, como la falta de escolaridad y el desinterés por ciertas actividades. Recomendó tratar temas emocionales con sensibilidad y ser cuidadoso con la nostalgia para evitar experiencias negativas.



Figura 10. Entrevista psicóloga clínica- Considerando todos los puntos relevantes para el desarrollo del proyecto y consideraciones especiales por criterio profesional

4.2.2. Entrevista trabajadora social (Anexo 10.2)

Laura Narváez, con 18 años de experiencia en un centro gerontológico del estado, es trabajadora social y comprende las necesidades y desafíos de los adultos mayores. En su entrevista, subrayó la importancia de la interacción intergeneracional para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, quienes a menudo son descuidados por sus familias debido a obligaciones laborales y otras responsabilidades, provocando soledad y aislamiento. Se resaltó la importancia de estimular las habilidades cognitivas en los adultos mayores, sugiriendo actividades como juegos de mesa y recreativas que fomenten la interacción y la estimulación mental, dado que muchas veces estas personas sufren de reflejos y coordinación debilitados.

Sin embargo, reconoció que muchos adultos mayores no están familiarizados con estas actividades debido a las diferencias generacionales, lo que requiere paciencia y educación para atraerlos y hacerlas atractivas para ellos. Narváez recomienda actividades simples para mantener a los adultos mayores activos y enfatiza la necesidad de socialización para promover el tiempo de ocio. Concluyó que los juegos de mesa son herramientas útiles para fomentar la interacción y estimular habilidades cognitivas, pero se debe abordar con sensibilidad para evitar desencadenar sentimientos negativos.



Figura 11. Entrevista trabajadora social- Considerando si el uso de estos instrumentos es determinante y los adultos mayores se sienten satisfechos y entretenidos por usar los mismos.

4.2.3. Resumen de las entrevistas:

En conclusión, el juego de mesa Saty es factible ya que las entrevistadas mencionaron que los juegos de mesa son efectivos para estimular habilidades cognitivas y fomentar la interacción intergeneracional, especialmente entre adultos mayores. Yadira sugirió el uso de juegos y cartas con colores brillantes y formas intuitivas para atraer la atención de personas de diferentes edades, destacando la importancia de diseñar actividades para este segmento que fomenten la actividad cerebral y reduzcan el aislamiento.

Asimismo, Laura Narváez, señaló que los adultos mayores suelen ser descuidados por sus familias debido a obligaciones laborales, lo que provoca soledad y aislamiento.

Ambas expertas apuntan a que el uso de juegos de mesa y actividades sencillas, diseñadas con sensibilidad para evitar desencadenar sentimientos negativos, son una forma viable y aceptable de interactuar con adultos mayores, facilitando la adopción del proyecto. Por esto los juegos de mesa y actividades recreativas que fomenten la interacción social y la estimulación mental pueden ser un medio efectivo para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores.

4.2.4. Focus Group (Anexo 10.8)

Los participantes valoraron positivamente la oportunidad de escapar de la rutina a través del juego, encontrándolo tanto interesante como novedoso para promover el razonamiento y el recuerdo de información. Aunque algunos experimentaron nervios inicialmente debido a la percepción de requerir habilidades de análisis avanzadas, esta tensión se disipó con la familiarización de las reglas, haciendo que el juego fuera comprensible y agradable.

Las sugerencias de mejora incluyen implementar un tutorial inicial, ajustar la dificultad de las tareas y los tiempos de resolución, así como ofrecer expansiones para mantener el interés a largo plazo. La disposición de los participantes a pagar \$25 por el juego y \$7 por sus expansiones subraya la importancia de la variedad y rejugabilidad, indicando que estas mejoras podrían hacer el juego más accesible y atractivo para una amplia audiencia de jugadores.



Figura 12. Focus Group juego primera edición Saty- Validando si las reglas y forma de jugar son claras y entretenidas para los intervinientes.

4.3. Deseabilidad:

El método utilizado para demostrar la factibilidad del proyecto fueron dos encuestas:

4.3.1. Encuestas realizadas al adulto mayor (Anexo 10.3)

Según los resultados de una encuesta realizada a 30 adultos mayores, hombres y mujeres, la mayoría posee educación de nivel terciario (53.3%). Este dato sugiere una mayor disposición para invertir en entretenimiento.

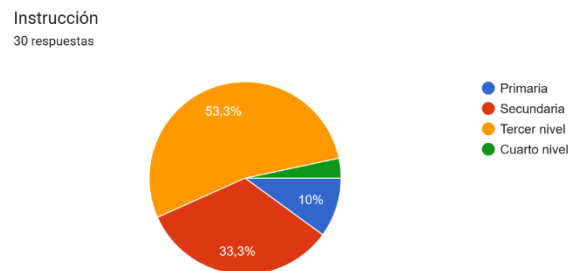


Figura 13. Nivel de instrucción- Considerando con cual segmento objetivo se puede trabajar.

Asimismo, se destaca que el atributo más apreciado en un juego de mesa familiar es la diversión (70%), seguido por la creencia generalizada de que "Saty" sería una actividad placentera para compartir en familia (73.3%). Estos resultados respaldan la viabilidad de la propuesta de negocio de un juego de mesa destinado a adultos mayores, resaltando su potencial de mercado y la receptividad hacia la combinación de entretenimiento familiar y estimulación cognitiva.

¿Qué aspectos valoras más en un juego de mesa familiar? (Puedes elegir varias respuestas)
30 respuestas

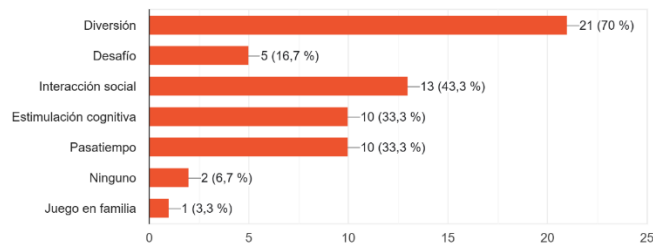


Figura 14. ¿Qué aspectos valoras más en un juego de mesa familiar?- Para la consideración de la propuesta

¿Crees que "SATY" podría ser una actividad divertida para compartir en familia?
30 respuestas

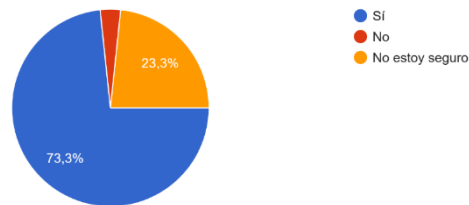


Figura 15. ¿Crees que "SATY" podría ser una actividad divertida para compartir en familia? - Considerando acogida del producto

Aunque existe un interés en incluir actividades cognitivas en el juego (86.7 %), la disposición a la compra es variada: el 43.3 % de los encuestados estaría dispuesto a adquirirlo, mientras que el 26.7 % no lo estaría y el 30 % estaría indeciso.

¿Qué opinas sobre la inclusión de actividades cognitivas y preguntas relacionadas con el árbol genealógico en el juego?
30 respuestas

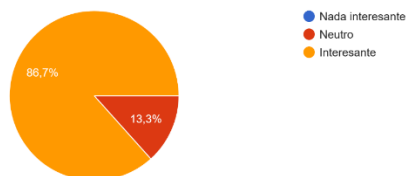


Figura 16. ¿Qué opinas sobre la inclusión de actividades cognitivas y preguntas relacionadas con el árbol genealógico en el juego? -Para validar si es relevante para el usuario estas consideraciones

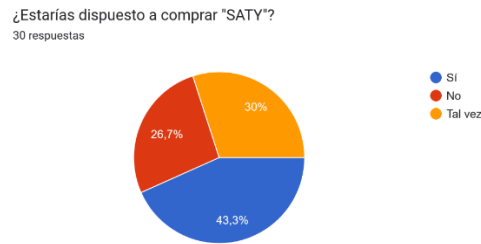


Figura 17. ¿Estarías dispuesto a comprar "SATY"?- Considerando intención de compra para posibles proyecciones de ventas

Estos resultados sugieren un nivel medio de interés en la compra, lo que podría indicar un potencial en el mercado, aunque no todos muestran convicción. Por ende, es crucial abordar las preocupaciones de aquellos que están indecisos o desinteresados para incrementar la aceptación y las ventas del juego.

4.3.2. Encuestas realizadas a los clientes potenciales (Anexo 10.4)

Según los resultados de una encuesta realizada a 33 adultos con adultos mayores en su familia, cuidadores e interesadas en juegos de mesa, hombres y mujeres. Revelan que el 75.8% de los encuestados poseen educación de nivel terciario, sugiriendo un nivel socioeconómico óptimo para la adquisición de nuestro juego de mesa.

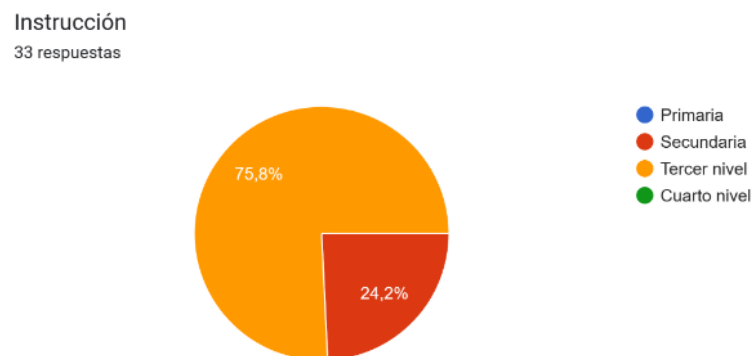


Figura 18. Nivel de instrucción clientes potenciales- Para conocer estrategias de colocación en base al nivel académico

Además, el 60.6% informó que tienen un familiar adulto mayor interesado en los juegos de mesa, mientras que el 21.2% no está seguro, lo que sugiere una falta de conocimiento sobre los intereses de este grupo demográfico en algunos encuestados.

¿Tienes un familiar adulto mayor en tu vida al que le gusten los juegos de mesa?
33 respuestas

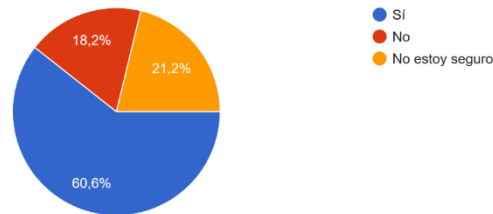


Figura 19. ¿Tienes un familiar adulto mayor en tu vida al que le gusten los juegos de mesa?- Considerando estrategia de llegada hacia el cliente final

El 39.4% expresó su interés en buscar actividades para compartir con el familiar adulto mayor, lo que indica un deseo de pasar momentos gratos con ellos. Asimismo, el 54.5% de los encuestados mostró interés en utilizar un juego de mesa como medio de compartir con el adulto mayor.

¿Con qué frecuencia buscas actividades de entretenimiento para compartir con tu familiar adulto mayor?
33 respuestas

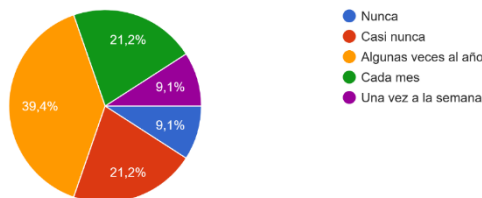


Figura 20. ¿Con qué frecuencia buscas actividades de entretenimiento para compartir con tu familiar adulto mayor?- Considerando el nivel de rotación que puede llegar a tener este tipo de producto.

¿Qué tan interesado estarías en un juego de mesa familiar con enfoque en el Adulto Mayor?
33 respuestas

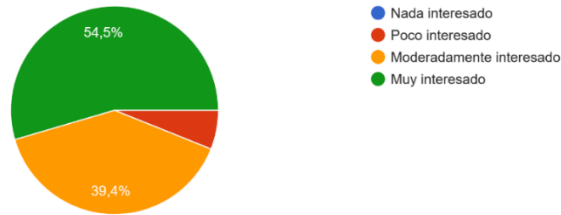


Figura 21. ¿Qué tan interesado estarías en un juego de mesa familiar con enfoque en el adulto mayor? - Validando el nivel de énfasis y preocupación que ocupa el adulto mayor dentro del núcleo familiar

La diversión fue considerada como un aspecto atractivo para el adulto mayor por el 84.8% de los encuestados, mientras que la estimulación cognitiva fue mencionada por el 60.6%. Estos hallazgos sugieren que estos son aspectos importantes que considerar en el desarrollo del proyecto.

¿Qué aspectos crees que podrían ser más atractivos para tu familiar adulto mayor? (Puedes elegir varias respuestas)
33 respuestas

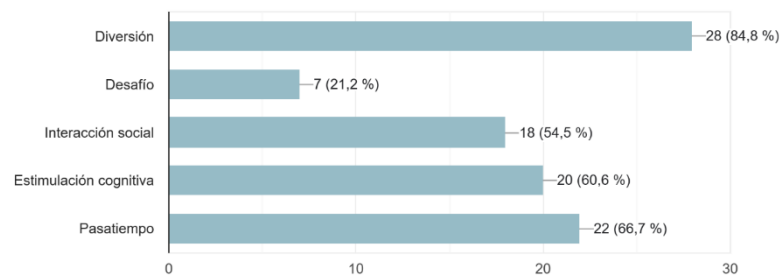


Figura 22. ¿Qué aspectos crees que podrían ser más atractivos para tu familiar adulto mayor? - Para poder adaptar en las consideraciones del juego de mesa

Por último, todos los encuestados expresaron su disposición para adquirir el juego de mesa "Saty", y un significativo 72.7% indicó que estaría dispuesto a comprarlo como regalo para adultos mayores. Estos datos confirman que la gran mayoría de adultos demuestran una firme convicción de compra el juego de mesa.

¿Estarías dispuesto a comprar "SATY" como un regalo para un adulto mayor?
33 respuestas

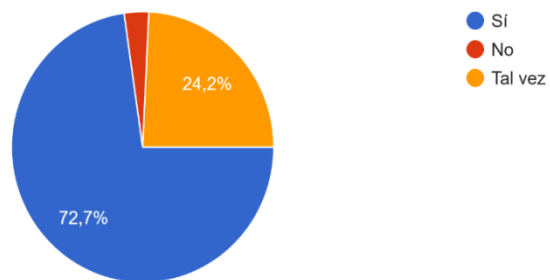


Figura 23. ¿Estarías dispuesto a comprar "SATY" como un regalo para un adulto mayor?- Validación intención de adquisicion

4.4. Viabilidad

Como se desglosa en la *tabla 2* los costos de elaboración del tablero para el juego SATY en su primera edición. El total de costos por unidad asciende a \$13.61, con los principales componentes siendo la caja impresa de cartulina, cartas de papel couché, juego de viniles/stickers, manual, ruleta y pizarrón. Este detalle permite entender el costo base de fabricación y evaluar el margen de ganancia del producto final, dado que cada uno de estos elementos contribuye al costo total del tablero. Este nivel de detalle es clave para determinar precios y estrategias de producción.

COSTOS PARA ELABORAR 1 UNIDAD					
SATY TABLERO 1ERA EDICIÓN	Cantidad	Tamaño material	Medida	Costo material	Costo material utilizado
Caja impresa cartulina	1	2,40*2,15	unidades	1.2	1.20
Cartas papel couche corte curvo	50	8*7 cm	cartas	0.04	2.00
Juego de viniles/stickers	1		planilla	5	5.00
Manual	1		unidades	0.06	0.06
Ruleta	1		unidades	3.5	3.50
Pedazo de film plástico	1		unidades	0.35	0.35
Pizarrón	1		unidades	1.5	1.50
TOTAL					13.61

Tabla 2. costos elaboración tablero SATY 1era edición- Consideración en cantidades y costos referenciales

Como se analiza en la *tabla 3* el costo para producir el mazo de cartas del juego SATY (actualización del juego de mesa), con un costo total de \$3.20 por unidad. Los componentes principales son la caja impresa de cartulina y cartas de papel couché. Este costo más bajo comparado con el tablero refleja la menor complejidad en términos de materiales y fabricación, permitiendo calcular el margen de utilidad específico para el mazo y ayudar a establecer su precio de venta. Con estos datos, se puede evaluar la rentabilidad de la producción de mazos como una unidad independiente del juego completo.

COSTOS PARA ELABORAR 1 UNIDAD					
MAZO DE CARTAS SATY	Cantidad	Tamaño material	Medida	Costo material	Costo material utilizado
Caja impresa cartulina	1	2,40*2,15	unidades	1.2	1.20
Cartas papel couche corte curvo	50	8*7 cm	cartas	0.04	2.00

Tabla 3. Costos elaboración mazo SATY- Consideración de dimensión y valor unitario

En la *tabla 4* se proporciona una previsión de ventas y demanda para el juego de mesa SATY, con énfasis en el mercado ecuatoriano y el Distrito Metropolitano de Quito. El análisis incluye datos como la frecuencia de compra del juego completo y del mazo, el porcentaje de participación de mercado, el precio de venta, y los ingresos esperados. Con una utilidad bruta total de \$103,473.53, este análisis sugiere que el producto tiene un buen potencial comercial. Los datos pueden ser usados para ajustar estrategias de marketing y fijación de precios, permitiendo identificar oportunidades para aumentar la participación de mercado y la rentabilidad.

PREVISION DE LA DEMANDA						
Incremento Proyectado de Participación del Mercado:		5%	2%	3%	0%	
Mercado	Porcentaje participación	Participación Año 1	Participación Año 2	Participación Año 3	Participación Año 4	Participación Año 5
194179	1.36%	2653	2786	2706	2733	2653
194179	5%	9709	10194	9903	10000	9709
194179	8%	15534	16311	15845	16000	15534

Tabla 4. Previsión venta y demanda- Dato para proyección de ventas y flujos financieros.

4.5. Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente

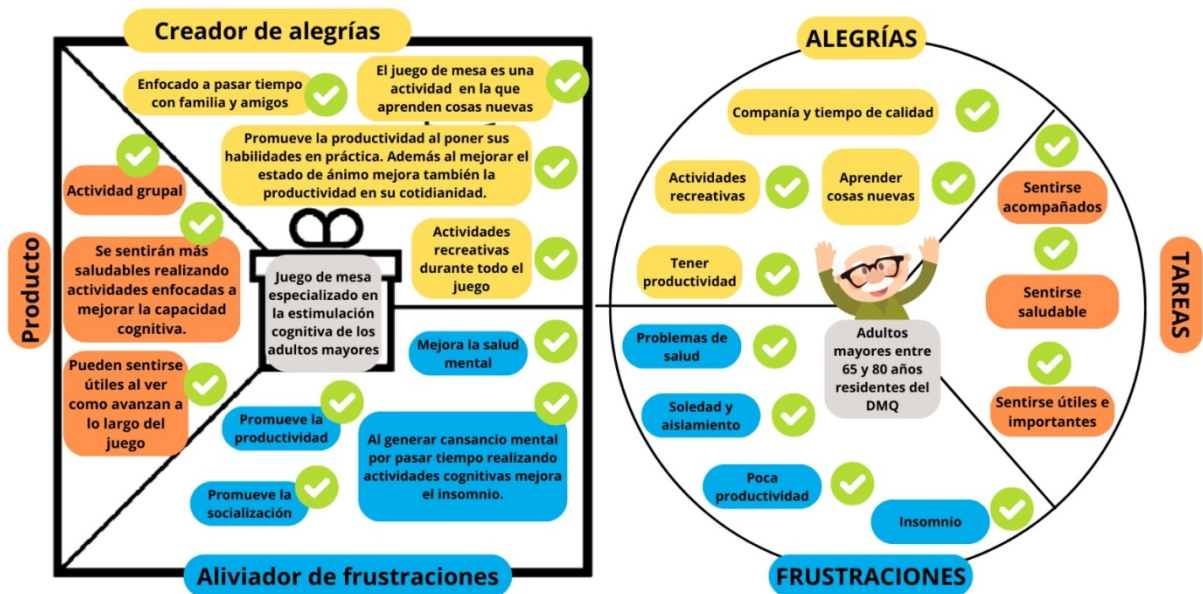


Figura 24. Product-Market Fit- Considerando los factores que influyen para convertir las frustraciones en una alegría mediante la satisfacción de un buen producto

4.6. Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)



Figura 25. Mazo de cartas de desafíos- Considerando las reglas de juego y diseño



Figura 26. Diseño del Packaging- Ilustración de la presentación



Figura 27. Diseño de la pizarra- Considerando distintos colores para ser mas llamativa



Figura 28. Diseño de la ruleta electrónica con temporizador- Considerando mecanismo central del juego

4.7. Manual de juego SATY

Número de jugadores: 2 a 6 jugadores (obligatorio un jugador de tercera edad).

Objetivo: Gira la ruleta y pasa por diferentes desafíos. Mientras más desafíos correctos hagas, más rápido llegarás a la meta. El primero en conseguir 10 puntos ¡Gana!

Elementos del juego: el juego contiene: 1 mazo de cartas divididas por colores, 1 ruleta electrónica y 1 pizarrón donde se anotarán los puntos.

Tarjetas: existen dos tipos de tarjetas:

Desafíos: las tarjetas correspondientes a los desafíos se dividirán por tipos de actividades cognitivas:

Verde: Terapias de reminiscencia o árbol genealógico (memoria a largo plazo).

Amarillo: Terapia de atención, percepción visual y razonamiento (memoria a corto plazo).

Rojo: Coordinación o praxias.

Azul: Reflejos o gnosias.

Morado: capacidad de comunicación.

Comodines (Dorados).

Uso inmediato:

Doble Turno: Esta tarjeta te otorga un lanzamiento extra.

Elige el color de carta a preferencia: Esta tarjeta te permite elegir el desafío de tu preferencia.

Pierde Turno: Esta tarjeta hace que el jugador pierda su turno.

Intercambio de puntos: Esta tarjeta hace que puedas intercambiar la puntuación con el jugador de preferencia.

Multiplicador X2: Esta tarjeta te permite obtener dos puntos por realizar una actividad correctamente.

Se pueden guardar:

Espada: quita un punto y elimina escudo.

Escudo: te protege de la espada y de los comodines pierde turno e intercambio de puntos.

4.7.1. ¿Cómo se juega?

1) Empieza el juego: la ruleta contiene los números del 1 al 6, en orden de estatura los participantes giran la ruleta, el número que saque cada participante corresponderá a su turno para girar la ruleta. el participante número 6 será designado al pizarrón por el transcurso de la partida.

2) Gira la ruleta: la ruleta te indicará por medio de los colores cual tipo de desafío te corresponde.

3) Desafío: Los desafíos tienen un tiempo de 1.30', sólo si el jugador realiza el desafío dentro del tiempo establecido se le otorgará un punto.

4.7.2. Reglas:

1) El uso de los comodines está limitado hasta que el jugador tenga 7 puntos.

2) Es obligación del jugador 6 anotar todos los puntos, caso contrario será penalizado con un punto.

3) En el doble turno: gira la ruleta nuevamente, el jugador podrá tener otra oportunidad de hacer el desafío en caso de fallarlo.

4) Multiplicador X2: gira la ruleta nuevamente, en caso de completar el desafío correctamente el jugador obtiene el doble de puntaje.

Según Gomezcoello (2023) en su estudio se evidenció:

La estimulación cognitiva se presenta como una intervención eficaz y beneficiosa para los adultos mayores que sufren de depresión, mejorando el estado de ánimo y calidad de vida en general, además contribuye a una mayor participación en actividades, fortalece las interacciones sociales, propicia un mayor bienestar emocional y una satisfacción general, en donde contrarresta el deterioro cognitivo asociado con la depresión. Las actividades de estimulación cognitiva pueden ayudar a aliviar los síntomas de la depresión, como la tristeza, la falta de interés y el desánimo y favorecer a las funciones cognitivas, como la memoria, la atención, el razonamiento y el lenguaje, lo que mantiene las condiciones de autonomía en los adultos mayores. (p. 54)

En Saty, se incluyen diversas actividades recreativas. A continuación, se enumeran algunas de las que se han seleccionado para ser parte del juego, junto con referencias y estudios científicos que respaldan su eficacia y beneficios.

4.7.3. Árbol genealógico o reminiscencia (Carta Verde)

En la Terapia de Reminiscencia, se utiliza un estímulo como una fotografía o una narrativa de un acontecimiento relacionado con la experiencia del paciente o de su generación para así poder desencadenar recuerdos asociados y fomentar la participación de forma personal. Esta terapia suele ser tanto individual como en grupo, dirigida a pacientes de edades similares. Según Peña (2010), el propósito de esta es fortalecer tanto “la memoria episódica autobiográfica (los recuerdos personales) y la memoria semántica, (que contiene los conocimientos sobre datos históricos relevantes)” (p. 21)

La creación de un árbol genealógico no solo potencia la identidad del adulto mayor, sino que también es una forma de acceder a recuerdos familiares que suelen tener un gran valor emocional y autobiográfico (Divulgación Dinámica Formación, 2021).

- ¿Qué estabas haciendo cuando murió el expresidente Jaime Roldós Aguilera?
- ¿Cuál era el juego favorito que tenías con tus hermanos/primos?
- ¿Qué era lo que más hacías en tus tiempos libres?
- ¿Recuerdas cómo fue la última erupción del Ruco Pichincha? ¿Cómo la viviste?
- ¿Cuáles de los presidentes consideras que hizo un mejor trabajo? ¿Por qué?
- ¿Cuál fue tu viaje favorito y por qué?
- ¿Cómo era la moda?
- ¿Cuál era tu canción favorita?
- ¿Cuál era tu comida favorita que preparaba tu mamá?
- ¿Cuál era tu festividad favorita y cómo la celebrabas?

4.7.4. Atención y razonamiento (Carta Amarilla)

La estimulación cognitiva consiste en una serie de actividades planificadas con el objetivo de mantener y mejorar procesos cognitivos esenciales, tales como el lenguaje, el razonamiento, la percepción, el cálculo, las habilidades motoras, la atención, la memoria, la lectura, la escritura y la viso construcción. Fortalecer estas habilidades contribuye a mejorar las capacidades funcionales de las personas en su vida diaria. Peña (2010) señala que la estimulación cognitiva no debe ser vista simplemente como la recepción pasiva de información, sino como un proceso que involucra a los participantes en tareas desafiantes que requieren esfuerzo y actividad intelectual. Es fundamental que estas actividades se adapten a las capacidades individuales, ajustando el nivel de dificultad para promover un desarrollo cognitivo eficiente.

En la actividad de búsqueda en fotografías, se requiere que la persona identifique objetos específicos dentro de una imagen compleja. Esta tarea involucra diversos subprocesos, tales como “la atención selectiva, la atención sostenida, la comprensión de lo que se lee y el reconocimiento visual” (Peña, 2010).



Figura 29. Primera terapia de atención y razonamiento- Considerando el desarrollo intelectual y conductual del usuario para mantener un enfoque adecuado.

Según Peña (2010):

En la actividad de recorridos, se muestra una secuencia de estímulos repartida sin orden aparente. La persona ha de trazar un camino pasando uno a uno, en orden, por todos los puntos de la secuencia procurando no levantar el lápiz del papel. Subprocesos implicados: orientación espacial de la atención, atención selectiva, supervisión atencional, secuenciación y control mental. (p.50)

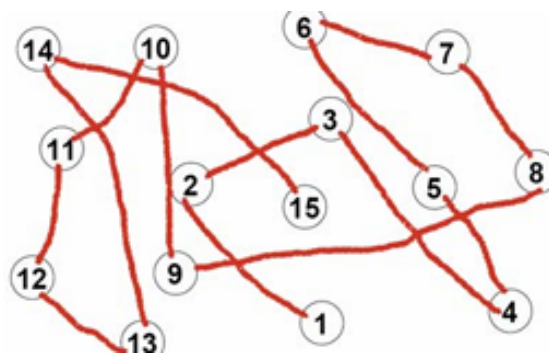


Figura 30. Segunda terapia de atención y razonamiento- Poniendo aleatoriamente el orden de los factores

Según Peña (2010):

En la actividad de líneas superpuestas, se presenta una lista de números, y en otra una lista de letras. Cada número está unido con una única letra mediante una línea. La persona debe anotar en el recuadro de abajo la letra que le corresponde a cada número. Subprocesos implicados: atención selectiva, atención sostenida, gnosia visual: discriminación figura – fondo y gnosia visual: cierre perceptivo. (p. 48)

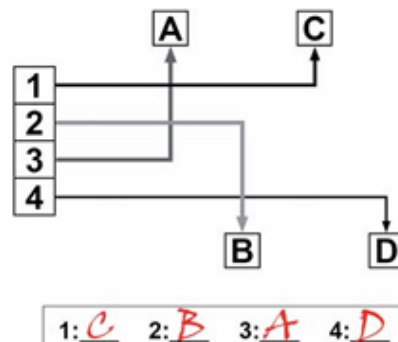


Figura 31. Tercera terapia de atención y razonamiento- Denotando si el raciocinio permanece inmuto en el individuo

En la actividad de cancelación, el participante debe identificar con el dedo índice un estímulo objetivo, que puede ser una letra, un número o un símbolo. Este estímulo aparece repetidamente y está mezclado con otros elementos, denominados distractores, que deben ser ignorados. Los subprocesos involucrados en esta tarea incluyen atención selectiva, atención sostenida y atención dividida (Peña, 2010).



Figura 32. Cuarta terapia de atención y razonamiento- Empleando mecanismos óptimos de atención

En esta actividad, los estímulos se presentan en un orden específico y se repiten de manera constante. Al revisar la lista, es necesario identificar el patrón de repetición y luego continuar la secuencia añadiendo más estímulos en el mismo orden. Los subprocesos involucrados en esta tarea incluyen la función ejecutiva de secuenciación y el razonamiento visual (Peña, 2010).

La Estación Espacial Internacional orbita la Tierra cada _ minutos









	+		=	40
	+		=	30
	+		=	80
	+		=	??

Figura 33. Quinta terapia de atención y razonamiento- Con la finalidad de refrescar los conocimientos

4.7.5. Coordinación - Praxias (Carta Roja)

Las praxias son habilidades motoras adquiridas que implican movimientos intencionales y requieren coordinación entre los ojos y las manos. Ejemplos de estas habilidades incluyen abrocharse los zapatos y ponerse ropa, entre otros. En personas con algún grado de demencia, estas destrezas suelen verse afectadas, lo que se manifiesta en dificultades para realizar actividades diarias. Cuando estas habilidades se alteran, se habla de apraxia (Divulgación Dinámica Formación, 2021).

La estimulación cognitiva para las praxias busca entrenar la motricidad fina, que es esencial para actividades diarias como escribir, cepillarse los dientes, coser, etc. Las praxias, según los expertos, constan de dos componentes que operan de manera distinta y están ligados a diferentes regiones cerebrales. El primer componente es el cognitivo, que abarca aspectos no observables del acto motor, como la intención y la planificación. El segundo componente es el motor, relacionado con el ajuste muscular, la precisión del movimiento y la fuerza aplicada (Divulgación Dinámica Formación, 2021).

En la actividad Dibujar algo con los ojos vendados, el participante debe dibujar un objeto o una figura sin la ayuda de la vista, confiando únicamente en otros sentidos y habilidades motoras. Los subprocesos involucrados incluyen percepción táctil, coordinación motora, memoria espacial y atención.



Figura 34. Primera terapia de Coordinación – Praxias- Considerando mantener la ubicación espacial del tiempo y espacio.

En la actividad en el aire escribir con el dedo una palabra, los demás deben adivinar, un participante escribe una palabra en el aire usando solo el dedo, y los demás deben adivinar cuál es la palabra. Los subprocesos implicados en esta actividad incluyen memoria de trabajo, coordinación motora, percepción visual y comprensión del lenguaje.

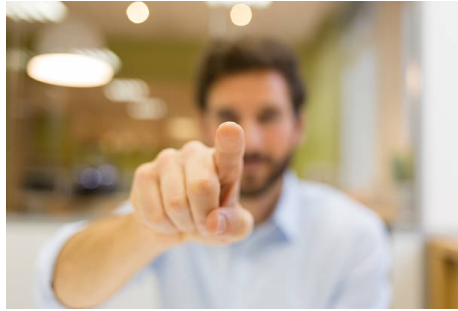


Figura 35. Segunda terapia de Coordinación – Praxias- Desarrollando sensación motora del individuo

En la actividad Dibuja una casa sin levantar la mano ni sobrepasar la línea, el participante debe trazar una casa de forma continua sin levantar la mano ni sobrepasar una línea ya dibujada. Los subprocesos implicados en esta tarea son planificación y organización, coordinación motora, percepción espacial, resolución de problemas y creatividad.

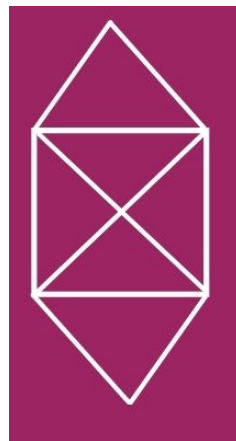


Figura 36. Tercera terapia de Coordinación – Praxias- Empleando formas distintas para la apertura de la mente y creatividad

En la actividad Adivina el objeto con movimientos de mímica, el participante representa un objeto usando solo gestos y movimientos corporales, mientras los demás intentan adivinar el objeto basado en estas acciones. Los subprocesos clave en esta tarea incluyen comunicación no verbal, interpretación de señales, coordinación motora, e imaginación y creatividad.



Figura 37. Cuarta terapia de Coordinación – Praxias- Identificando oportunidades de trabajo específico.

En la actividad del laberinto, los participantes deben encontrar el camino correcto para salir de un laberinto, ya sea en un papel, en una pantalla o en un laberinto físico. Los subprocesos implicados incluyen percepción espacial, razonamiento lógico, coordinación motora y atención sostenida.

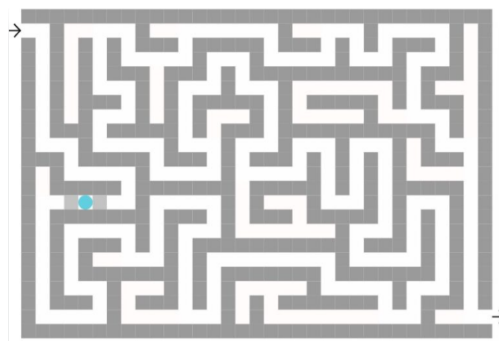


Figura 38. Quinta terapia de Coordinación – Praxias- Desarrollando habilidad de observación y raciocinio del usuario.

4.7.6. Gnosias - Reflejos (Carta Azul)

Las gnosias son funciones cognitivas que permiten percibir y reconocer formas y características que hacen única a una persona, un objeto, entre otros. Estas habilidades son esenciales para reconocer un objeto solo con el tacto, identificar un alimento por su sabor o reconocer a un amigo por su voz. Cuando se presentan alteraciones en estas capacidades de reconocimiento, se habla de agnosias. Un ejemplo es la asomatognosia, que implica una alteración en el reconocimiento del propio esquema corporal (Divulgación Dinámica Formación, 2021)

En esta actividad, el participante explora objetos de la casa usando solo el sentido del tacto, sin la ayuda de la vista deberá tratar de identificar que objeto es el que se le está presentado. Los subprocesos implicados incluyen percepción táctil, memoria sensorial, atención sostenida, e imaginación y creatividad.



Figura 39. Primera terapia de Gnosias – Reflejos- Considerando la aplicación dentro de toda la actividad

En esta actividad, el participante debe identificar un objeto o sustancia solo mediante el sentido del olfato, sin apoyo visual. Los subprocesos clave son percepción olfativa para captar y distinguir diferentes aromas, memoria olfativa para asociar olores con experiencias pasadas, atención selectiva para enfocarse en un aroma específico entre otros estímulos, y razonamiento asociativo para hacer conexiones entre el olor percibido y posibles fuentes.

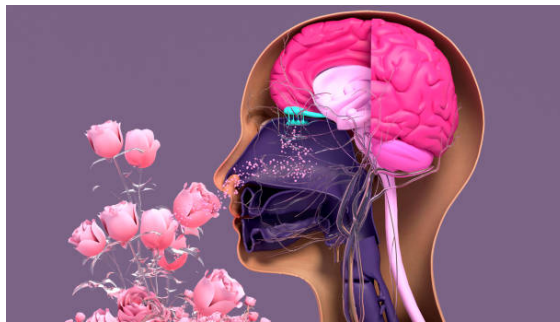


Figura 40. Segunda terapia de Gnosias – Reflejos- En donde sin apoyo visual se puedan desarrollar las actividades

En la actividad de localización geográfica, el participante debe ubicar ciudades del Ecuador. Los subprocesos implicados incluyen percepción espacial, memoria a largo plazo para recordar información sobre ubicaciones y nombres, razonamiento lógico para deducir ubicaciones basándose en datos conocidos.

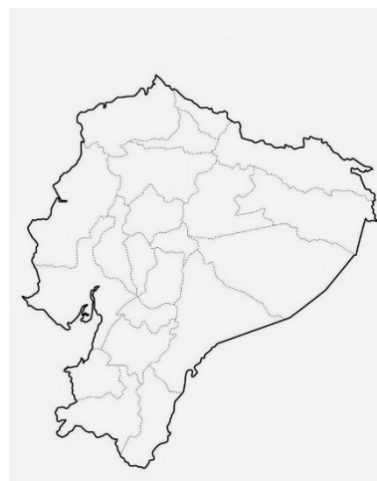


Figura 41. Tercera terapia de Gnosias – Reflejos- Validando memoria y ubicación espacial del usuario.

En esta actividad, el participante debe comparar dos imágenes casi idénticas para encontrar diferencias entre ellas. Los subprocesos esenciales incluyen atención al detalle para detectar variaciones sutiles, percepción visual para identificar cambios en formas, colores o disposiciones, razonamiento lógico para determinar qué partes de las imágenes deben compararse para hallar diferencias, y memoria de trabajo para recordar las diferencias encontradas mientras se continúa comparando otras áreas de las imágenes.



Figura 42. Cuarta terapia de Gnosias – Reflejos- Validando la capacidad de concentración

En la actividad se presenta a los participantes una imagen detallada que contiene múltiples elementos como personas, objetos y colores. Luego, se les hace una serie de preguntas para identificar y contar elementos específicos, como el número de personas, el género, el color de cabello, la vestimenta y la edad. Este tipo de actividad implica varios subprocesos y habilidades cognitivas: Percepción visual, Atención selectiva, Memoria de trabajo, Razonamiento visual, Contar y categorizar.

GNOSIA VISUAL. MEMORIA. Observe la siguiente lámina y responda a las siguientes preguntas:

- ¿Cuántas personas hay?
- ¿Cuántas mujeres?
- ¿Cuántos hombres?
- ¿Cuántos llevan algo negro?
- ¿Cuántas rubias?
- ¿Son jóvenes o mayores?




Figura 43. Quinta terapia de Gnosias – Reflejos- Desarrollando habilidad de atención por los detalles.

4.7.7. Capacidad de comunicación (Carta Morado)

El lenguaje es una función compleja que generalmente se mantiene bien en la vejez, pero algunos aspectos pueden verse afectados con la edad.

En el léxico, las personas mayores suelen conocer y entender tantas palabras como los jóvenes, aunque pueden tardar más en encontrar palabras concretas, el llamado fenómeno de "en la punta de la lengua". Esto indica un problema en la ejecución más que en la competencia. En la sintaxis, pueden surgir dificultades para comprender, repetir y usar oraciones complejas, lo que puede estar relacionado con problemas en la memoria operativa.

Finalmente, el discurso narrativo puede complicarse, con problemas para comprender y producir discursos, como conversaciones espontáneas, relatos autobiográficos y narración de historias (Berdazco ,2022).

En la actividad de identificar las 10 posibles soluciones a una problemática, los participantes deben generar un conjunto de soluciones para abordar un problema específico. Esta tarea exige creatividad, pensamiento crítico y colaboración para explorar diversas opciones.



Figura 44. Primera terapia de comunicación- Desarrollando actividades de expresión verbal y expresión de ideas

En la actividad de role-playing, los participantes asumen roles específicos para representar situaciones, escenarios o conflictos con el objetivo de explorar perspectivas y practicar habilidades sociales y de comunicación.

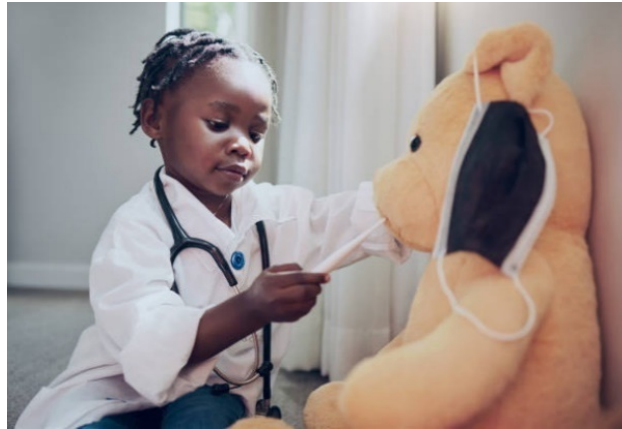


Figura 45. Segunda terapia de comunicación- Exploración de perspectivas del usuario.

La abstracción verbal implica el uso de refranes y dichos que son parte del conocimiento público. En esta actividad, se debe identificar el consejo o la idea detrás de estas expresiones, que no aparecen explícitamente en el contenido de la frase. Los subprocesos que involucran en esta tarea incluyen el raciocinio verbal, la comprensión lingüística y el lenguaje metafórico (Peña, 2010).

No se hizo la miel para la boca del asno:

- Los asnos comen miel.
- No todo el mundo aprecia lo bueno.
- La miel es muy rica.

Figura 46. Tercera terapia de comunicación- Raciocinio verbal mediante uso de frases complejas.

En esta actividad, se presenta una palabra de referencia en el lado izquierdo de la ficha, y en el lado derecho se ofrecen varias posibles respuestas. Según las instrucciones, la persona debe seleccionar la alternativa que tenga el mismo significado que la palabra en negrita o aquella que tenga un significado opuesto. Los subprocesos implicados en esta tarea incluyen la evocación y comprensión léxica, memoria semántica y profundidad de memoria verbal (Peña, 2010).

1	Rápido	<u>Veloz</u>	Contento
2	Bonito	<u>Bello</u>	Sucio
3	Contento	Seco	<u>Alegre</u>
4	Policia	Enfermero	<u>Guardia</u>

Figura 47. Cuarta terapia de comunicación- Raciocinio de asociación verbal e interpretación adecuada de los significados de las palabras.

En esta actividad, se presentan frases escritas con el verbo omitido. Debajo de cada frase, se ofrecen varias opciones de respuesta, y la persona debe seleccionar la forma verbal que se ajuste a la oración. Los subprocesos implicados en esta tarea incluyen la conjugación verbal, la comprensión de oraciones escritas y la amplitud de memoria verbal (Peña, 2010).

Nosotros _____ de frío	temblamos	temblan
Él _____ por el paso de peatones	cruzamos	cruzará
Matilde _____ su casa el año pasado	peinó	pintamos
Elos no _____ casi en verano	sudamos	sudán
Nosotros _____ vinagre en la ensalada	echamos	hicimos

Figura 48. Quinta terapia de comunicación- Para tener conocimiento de la conjugación verbal

4.8. Landing Page

Enlace Landing Page: <https://ricardotapiac2003.wixsite.com/satygame>

La página de inicio ofrece una breve descripción del enfoque del juego de mesa y las actividades diseñadas para estimular la mente, junto con una oferta de lanzamiento a precio reducido.

En la sección "Acerca de nosotros", se proporciona información sobre nuestro equipo, nuestra formación académica y el origen de Saty como proyecto de titulación.

En la tienda, presentamos Saty con su precio regular y de oferta, detalles sobre el juego y sus beneficios para el adulto mayor, así como políticas de reembolso y costos de envío nacional según las provincias.

El apartado de preguntas frecuentes (FAQ) incluye las consultas comunes de la comunidad. En la política de privacidad y seguridad, explicamos los propósitos del procesamiento de tus datos.

En la sección "Contacto", proporcionamos la ubicación de procesamiento de pedidos, números de teléfono, correo electrónico, nuestros distribuidores y un formulario de contacto.



Inicio

Tienda

Nosotros

Contacto



Entrar



ESTIMULA TU MENTE

Con actividades cognitivas y de entretenimiento.

[Ver detalles](#)

Acerca de Nosotros

[Más información](#)

Nuevo

SATY
\$25,00

¡Oferta por lanzamiento!

[Ver juego de mesa](#)

Figura 49. Landing Page, pestaña Inicio- Estrategia de impulso de producto para la venta satisfactoria mediante presentación.



Inicio

Tienda

Nosotros

Contacto



Mazo de cartas para SATY (1. Ed)

~~\$7,00~~ \$6,51

Agregar al carrito



SATY

\$25,00

Agregar al carrito

Figura 50. Landing Page, pestaña Tienda- Pagina intuitiva para el autoservicio



Dentro de la caja encontrarás:

- Un mazo de cartas divididas por colores.
- Una ruleta electrónica con temporizador.
- Un pizarrón donde se anotarán los puntos.

¿De qué trata?

Los jugadores se turnan para girar la ruleta electrónica, que les indica qué tipo de desafío cognitivo enfrentarán. Estos desafíos, representados por cartas de diferentes colores, abarcan actividades que van desde ejercicios de memoria hasta pruebas de coordinación y reflejos. Cada jugador tiene un tiempo limitado para completar su desafío, y si tiene éxito, gana un punto.

Los comodines dorados añaden un elemento estratégico al permitir acciones como obtener un turno extra, elegir el tipo de desafío o duplicar el puntaje. Con una combinación de habilidad, velocidad y estrategia, los jugadores compiten por ser los primeros en alcanzar los 10 puntos y así ganar el juego.

Este juego de mesa le permitirá al adulto mayor:

- Estimular las capacidades cognitivas.
- Compartir tiempo de calidad con sus familiares o amigos.
- Conocer el árbol genealógico ascendente de los jugadores.
- Enriquecer los vínculos generacionales.
- Detectar una posible enfermedad cognitiva.

SATY

SKU: 0001

\$25,00

Cantidad

Agregar al carrito

Realizar compra

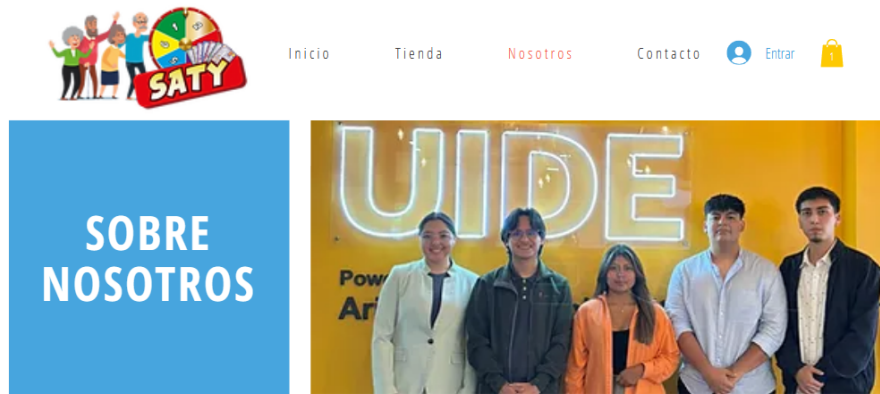
Datos del producto --

Saty, el juego de mesa para el cerebro y el corazón.

Política de reembolso +

Información de envío +

Figura 51. Landing Page, información del producto- Con la descripción adecuada del producto.



Somos un grupo de jóvenes emprendedores graduados de Negocios Internacionales en la Universidad Internacional del Ecuador. Nuestra idea de negocio surgió de nuestro proyecto de titulación, llamado: "SATY".

Estamos comprometidos con la creación de productos que no solo entretengan, sino que también enriquezcan la vida de las personas. Saty es solo el comienzo de nuestro viaje hacia la creación de experiencias memorables que impacten positivamente en las familias de todo el mundo.

¡Gracias por visitarnos!

Figura 52. Landing Page, pestaña Nosotros- Dando a conocer los profesionales que impulsaron al proyecto.



Figura 53. Landing Page, pestaña Contactos- Para manejar los Leeds de contacto.

4.9. Monetización

4.9.1. ¿Quién pagará?

Los consumidores finales son las familias entusiastas en juegos de mesa que cuentan con al menos un adulto mayor, además de los cuidadores y centros de apoyo de adultos mayores.

4.9.2. ¿Por qué van a pagar?

El producto mejora la interacción familiar y promueve el desarrollo cognitivo en los adultos mayores. Facilita la exploración del árbol genealógico ascendente, fortaleciendo así el vínculo con la historia familiar y cultural. Además, posibilita el diagnóstico temprano de posibles enfermedades cognitivas en este segmento.

5. Propuesta estratégica de marketing

5.1. Objetivos

5.1.1. Objetivo Principal:

Abarcar una participación de mercado del 5% en el primer año equivalente a 4028 clientes potenciales, este segmento abarca los residentes del Distrito Metropolitano de Quito que cuentan con un título de tercer nivel y tienen un adulto mayor en su núcleo familiar (INEC, 2022).

5.1.2. Objetivos Específicos:

- Concientizar al segmento sobre la importancia de la estimulación de las habilidades cognitivas en el adulto mayor.

- Incentivar el uso de juegos de mesa como herramienta eficaz y entretenida para la estimulación cognitiva.
- Fomentar la comunicación en familia y fortalecer los vínculos entre diferentes generaciones y así mitigar el sentimiento de soledad.
- Informar sobre la importancia de obtener un diagnóstico oportuno de las enfermedades cognitivas.

5.2. Estrategias de Marketing Mix (4Ps)

5.2.1. Producto

Saty es un juego de mesa familiar enfocado en los adultos mayores, que promueve la socialización y estimula las capacidades cognitivas. El juego incluye una ruleta con cartas en las que, dependiendo del color, existen diferentes tipos de actividades. El tiempo destinado para cada actividad es de 1.30'.

Actividades según el color:

Verde: Reminiscencia o árbol genealógico (memoria a largo plazo).

Amarillo: Atención, percepción visual y razonamiento (memoria a corto plazo).

Rojo: Coordinación o praxias.

Azul: Reflejos o gnosias.

Morado: Capacidades de comunicación.

Para mayor detalle ver el punto 4.7.

5.2.2. Precio

Fijación mediante márgenes (costos de producción): El precio del juego completo deberá ser mayor a \$13,61 y el precio del mazo de cartas que se venderán por separado deberá ser mayor a \$3,20; de tal forma se determinará el margen de beneficios. Igualmente, se tomará en cuenta la diferencia en el precio al vender en tiendas especializadas.

Fijación basada en precios de la competencia: Los juegos completos en la tienda Tiempo de Juegos incluyen precios desde \$20,00 a \$300,00 aproximadamente. Por supuesto, aquellos de precio mayor son juegos de marcas ya posicionadas con grandes aficionados, por lo que, se descartan aquellos juegos.

Usando el filtro de precios en la página web, se puede identificar que también los juegos basados en películas y series son de mayor costo. Los juegos restantes según estos aspectos de discriminación proponen un rango de precios de \$20,00 a \$40,00 aproximadamente. Por otro lado, los precios de las cartas van desde \$5,00 a \$20,00 aproximadamente.

Fijación según el valor percibido: La ventaja diferencial, en contraste con otros juegos de mesa para estimular las capacidades cognitivas y juegos que juegan adultos mayores, como ajedrez y dominós, busca mitigar la soledad en el adulto mayor mediante la socialización y tiempo de calidad en familia. Finalmente, hemos determinado un precio de \$25,00 para el juego completo y \$7,00 para el mazo de cartas.

5.2.3. Plaza

Para la distribución del juego de mesa, se utilizarán tanto canales físicos como digitales para maximizar el alcance y la accesibilidad para nuestro público objetivo. Los canales físicos incluirán tiendas especializadas en juegos de mesa y eventos. Por otro lado, los canales digitales abarcarán nuestras propias redes sociales y página web oficial, permitiendo llegar a un público más amplio y diverso.

5.2.3.1. Tiendas físicas:

Tiempo de juegos: Una tienda especializada en juegos de mesa que atrae a una clientela apasionada por esta forma de entretenimiento.

Habemus juegos: Otro punto de venta estratégico, conocido por su amplia gama de productos y base de clientes.

Mr Books: Una librería que también ofrece una variedad de juegos de mesa, siendo un lugar ideal para captar a consumidores interesados en actividades recreativas intelectuales.

5.2.3.2. Ventas online:

Página web oficial: Plataforma de comercio electrónico, donde los clientes pueden comprar el juego de manera fácil y segura.

Redes sociales: Utilizaremos plataformas como Facebook, Instagram y TikTok para impulsar las ventas online. Estas redes permiten llegar a un público amplio y diverso, facilitando tanto la promoción como la venta directa del juego.

5.2.4. Promoción

La promoción del juego de mesa se realizará mediante una combinación de estrategias digitales, complementadas por acciones de publicidad y BTL para asegurar un impacto significativo.

5.2.4.1. Marketing Digital:

Facebook / Instagram: Se crearán campañas publicitarias específicas dirigidas a los compradores potenciales (personas de 20 a 45 años). Estas campañas destacarán los beneficios cognitivos del juego y proporcionarán información detallada sobre cómo jugarlo, atrayendo así a un público interesado.

TikTok: Creación de una cuenta dedicada al juego de mesa, donde se publicará contenido dinámico y atractivo. Los videos mostrarán cómo se juega, testimonios de usuarios y los beneficios del juego, apelando a una audiencia más joven y viralizando el contenido.

5.2.4.2. Publicidad BTL

Activaciones en los puntos de venta físicos en los cuales se encontrará dummies publicitarios con un modelo a escala de la caja, una ruleta de 1,75 de altura donde se simulará la dinámica del juego, en este punto también se repartirá material publicitario como folletos. A su vez existirán banners con explicaciones del juego y figuras de personas de tamaño real incentivando la compra del juego.

5.2.5. Marketing Funnel



Figura 54. Marketing Funnel- Conociendo los cuellos de botella y oportunidades de mejora para impulsar las ventas y conseguir mayor efectividad.

5.3. Plan comunicacional

Objetivo	Audiencia	Medio	¿Qué?
Aumentar la visibilidad del juego de mesa SATY (Atracción)	Clientes potenciales: Residentes del Distrito Metropolitano de Quito con título de tercer nivel y al menos un adulto mayor en su familia.	Redes sociales: Facebook, Instagram	<i>Facebook / Instagram</i> : Crearemos contenido que sea altamente apelador a las emociones. Queremos llegar al público a través de artes y videos que demuestren la soledad en los adultos mayores, transmitiendo claramente la importancia de atender esta problemática.
Aumentar la visibilidad del juego de mesa SATY (Atracción)	Residentes del Distrito Metropolitano de Quito de escolaridad secundaria con familiares pertenecientes al mercado meta.	Redes Sociales: TikTok	<i>TikTok</i> : Utilizaremos tendencias para llamar la atención del público joven como transiciones y formatos que se encuentren virales. Buscamos transmitir el mismo mensaje sobre la importancia de mitigar la soledad de una forma mucho más orgánica y sutil que atraiga a los jóvenes.
Despertar el interés, educar a los potenciales clientes sobre los beneficios del juego de mesa SATY, y motivarlos a considerar la compra. (Interés)	Clientes potenciales: Residentes del Distrito Metropolitano de Quito con título de tercer nivel y al menos un adulto mayor en su familia.	Redes sociales: Facebook, Instagram	<i>Facebook / Instagram</i> : Crear campañas publicitarias dirigidas a personas de 25 a 35 años interesadas en el bienestar familiar y el cuidado de adultos mayores. Utilizando imágenes y videos que muestren la dinámica del juego y sus beneficios cognitivos para captar la atención.
Despertar el interés, educar a los potenciales clientes sobre los beneficios del juego de mesa SATY, y motivarlos a considerar la compra. (Interés)	Residentes del Distrito Metropolitano de Quito de escolaridad primaria y secundaria con familiares pertenecientes al mercado meta.	Redes Sociales: TikTok	<i>TikTok</i> : Desarrollar contenido atractivo y dinámico, como retos virales y testimonios de usuarios, para atraer la atención de una audiencia más joven y despertar curiosidad sobre SATY.
Despertar el interés, educar a los potenciales clientes sobre los beneficios del juego de mesa SATY, y motivarlos a considerar la compra. (Interés)	Clientes potenciales y early adopters	Publicidad BTL	<i>BTL</i> : Dummies publicitarios, como ruletas a escala para niños de 8 años en adelante, las cuales permitirán realizar pequeñas demostraciones en Tiempo de Juegos, Habemus Juegos y Mr. Books.
Despertar el interés, educar a los potenciales clientes sobre los beneficios del juego de mesa SATY, y motivarlos a considerar la compra. (Interés)	Adultos mayores	Talleres	Organizar sesiones en centros como 60 y piquito y ancianatos, explicándole al adulto mayor cómo se juega y a los talleristas los beneficios de que lo jueguen.
Transformar el interés inicial en una compra real, asegurando una experiencia de compra eficiente. (Compra)	Clientes potenciales	-Página web - Redes sociales	Página Web: Optimizar la página web oficial para compras fáciles, seguras y con varias opciones de pago.
			Promociones y Descuentos: Ofrecer descuentos especiales durante el lanzamiento del producto y en fechas significativas como el Día del Adulto Mayor.
			Soporte al cliente: Ofrecer atención al cliente a través de redes sociales y correo electrónico de soporte para resolver dudas y facilitar la compra.

Tabla 5. Tabla de Plan comunicacional – Dando a conocer los canales a usar.



Figura 55. Artes en la red social Tik Tok



Figura 56. Artes en la red social Instagram



Figura 57. Artes en la red social Facebook

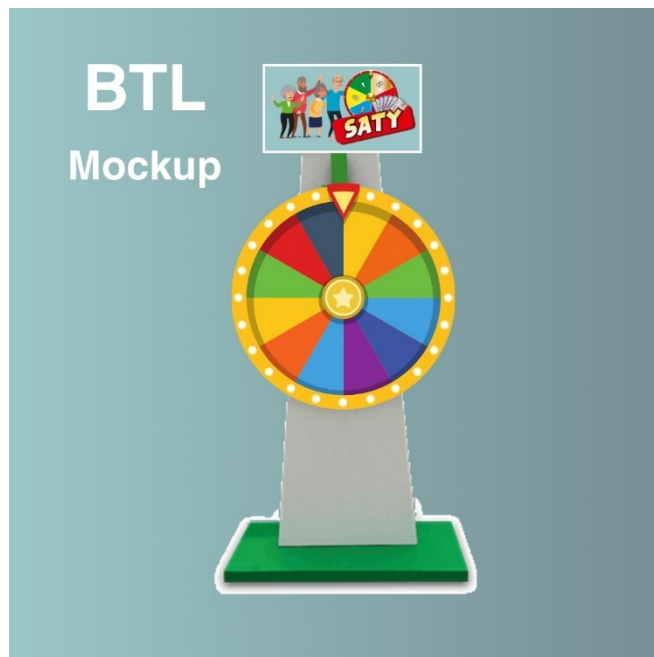


Figura 58. Ruleta para activación BTL



Figura 59. Descripción para la biografía en todas las redes sociales

5.4. Presupuesto de marketing

Presupuesto Campañas de Marketing 1 año				
Producción				
Casting	Selección de actores	Se cotizó con Blue Nova Consulting, quien se encarga de concepto creativo, actores profesionales y postproducción de alta calidad. Por un precio de:		\$ 1,150.00
Equipos de grabación (cámara, luces, micrófonos)	Alquiler de equipo técnico.			
Alquiler de locaciones	Renta de espacios de filmación			
Honorarios de los actores	Pago a actores			
Equipo de producción	Personal técnico de filmación			
Vestuario y maquillaje	Provisión de vestuario y maquillaje			
Postproducción				
Edición de video	Montaje de video			
Animaciones y efectos especiales	Creación de efectos visuales			
Música y efectos de sonido	Incorporación de audio			
Revisión y ajustes finales	Correcciones y mejoras finales			
Publicación en Redes Sociales				
TikTok	Publicación y promoción en TikTok			\$ 2,000.00
Instagram FEEDAD	Publicación y promoción en Instagram			\$ 2,500.00
Facebook	Publicación y promoción en Facebook			\$ 2,000.00
Producción de Materiales				
Producción de ruletas	Fabricación de ruletas	\$ 220.00	4	\$ 880.00
Producción de figuras de cartón tamaño real	Fabricación de figura con el diseño	\$ 194.83	4	\$ 779.32
Producción Tent card				
Pequeño 14x19cm		\$ 1.40	10	\$ 14.00
X-Banner 60x160 cm	Fabricación de tent cards grandes	\$ 28.99	10	\$ 289.90
Distribución y Colocación				
Logística y transporte de materiales	Envío y entrega de materiales	\$ 150.00	3	\$ 450.00
Instalación en locales comerciales	Montaje en tiendas			
Permisos y coordinaciones con HABEMUS JUEGOS	Aprobaciones y logística	\$ 25.00	54	\$ 1,350.00
Permisos y coordinaciones con MR. BOOKS	Aprobaciones y logística	\$ 40.00	54	\$ 2,160.00
Permisos y coordinaciones con TIEMPO DE JUEGOS	Aprobaciones y logística	\$ 25.00	54	\$ 1,350.00
Publicidad y Promoción				
Materiales promocionales adicionales folletos y banners	Creación de folletos y banners	\$ 0.04	4000	\$ 148.00
Regalar los juegos		\$ 12.61	10	\$ 126.10
				\$ 15,197.32

Tabla 6. Presupuesto de marketing año 1

Presupuesto Campañas de Marketing Año 2 al 5					
Producción Nuevo Spot					
Casting	Selección de actores	Se cotizó con Blue Nova Consulting, quien se encarga de concepto creativo, actores profesionales y postproducción de alta calidad. Por un precio de:			\$ 1,150.00
Equipos de grabación (cámara, luces, micrófonos)	Alquiler de equipo técnico				
Alquiler de locaciones	Renta de espacios de filmación				
Honorarios de los actores	Pago a actores				
Equipo de producción	Personal técnico de filmación				
Vestuario y maquillaje	Provisión de vestuario y maquillaje				
Postproducción					
Edición de video	Montaje de video				
Animaciones y efectos especiales	Creación de efectos visuales				
Música y efectos de sonido	Incorporación de audio				
Revisión y ajustes finales	Correcciones y mejoras finales				
Publicación en Redes Sociales					
Tik Tok	Publicación y promoción en TikTok				\$ 2,000.00
Instagram FEED AD	Publicación y promoción en Instagram				\$ 2,000.00
Facebook	Publicación y promoción en Facebook				\$ 1,500.00
Distribución y Colocación					
Logística y transporte de materiales	Envío y entrega de materiales	\$ 150.00	3		\$ 450.00
Instalación en locales comerciales	Montaje en tiendas				
Permisos y coordinaciones con HABEMUS JUEGOS	Aprobaciones y logística	\$ 25.00	54		\$ 1,350.00
Permisos y coordinaciones con MR. BOOKS	Aprobaciones y logística	\$ 40.00	54		\$ 2,160.00
Permisos y coordinaciones con TIEMPO DE JUEGOS	Aprobaciones y logística	\$ 25.00	54		\$ 1,350.00
Publicidad y Promoción					
Materiales promocionales adicionales folletos y banners	Creación de folletos y banners	0.037	4000		\$ 148.00
Regalar los juegos		\$ 12.61	10		\$ 126.10
				SubTotal	\$ 12,234.10

Tabla 7. Presupuesto de marketing año 2-5

6. Estudio técnico y modelo de gestión organizacional

6.1. Localización

Luego de realizar una ponderación de factores para escoger nuestra localización, ver Anexo 10.5, las oficinas en la Pradera, Quito, es una opción ideal para nuestro proyecto logístico gracias a su ubicación estratégica, comodidades y precio asequible.

FACTOR	PONDERACIÓN (P) (%)	ALTERNATIVA TABABELA		ALTERNATIVA EL INCA		ALTERNATIVA LA PRADERA, QUITO		ALTERNATIVA CARAPUNGO	
		CALIFICACIÓN (C)	(P) X (C)	CALIFICACIÓN (C)	(P) X (C)	CALIFICACIÓN (C)	(P) X (C)	CALIFICACIÓN (C)	(P) X (C)
ALQUILER	40	5	200	4	160	9	360	7	280
ACCESIBILIDAD	30	7	210	5	150	8	240	5	150
MANO DE OBRA	20	4	80	7	140	8	160	7	140
SERVICIOS	10	2	20	1	10	7	70	1	10
TOTAL	100		510		460		830		580

Tabla 8. Ponderación de factores para localización geográfica para la venta

La oficina, de 47 m², se dividirá en dos partes: una para las oficinas y la otra para el proceso de ensamblaje del producto. Con un alquiler de USD 500 mensuales, bastante menor que lo presupuestado, facilitando la logística y el movimiento de nuestras mercancías. Además, ofrece altos estándares de seguridad, con guardianía privada 24/7, puertas eléctricas y videovigilancia para proteger las instalaciones.

La Pradera, ver *tabla 8*, ofrece una excelente relación de costo-beneficio en términos de alquiler, con una calificación de 9 y un puntaje ponderado de 360. La accesibilidad es otro punto fuerte, con una calificación de 8 y un puntaje de 240, debido a su ubicación en una zona comercial con varios medios de transporte cerca, facilitando el acceso para empleados y clientes. En cuanto a la mano de obra, La Pradera también obtiene una calificación alta de 8 y un puntaje de 160, lo que refleja la disponibilidad de personal calificado en la zona, esencial para el funcionamiento eficiente del negocio. Los servicios disponibles en el edificio, incluyendo áreas comunes como cafetería, gimnasio y terraza.



Figura 60. Áreas comunales, La Pradera



Figura 61. Interior oficina, La Pradera

6.2. Operaciones (Mapa de procesos)

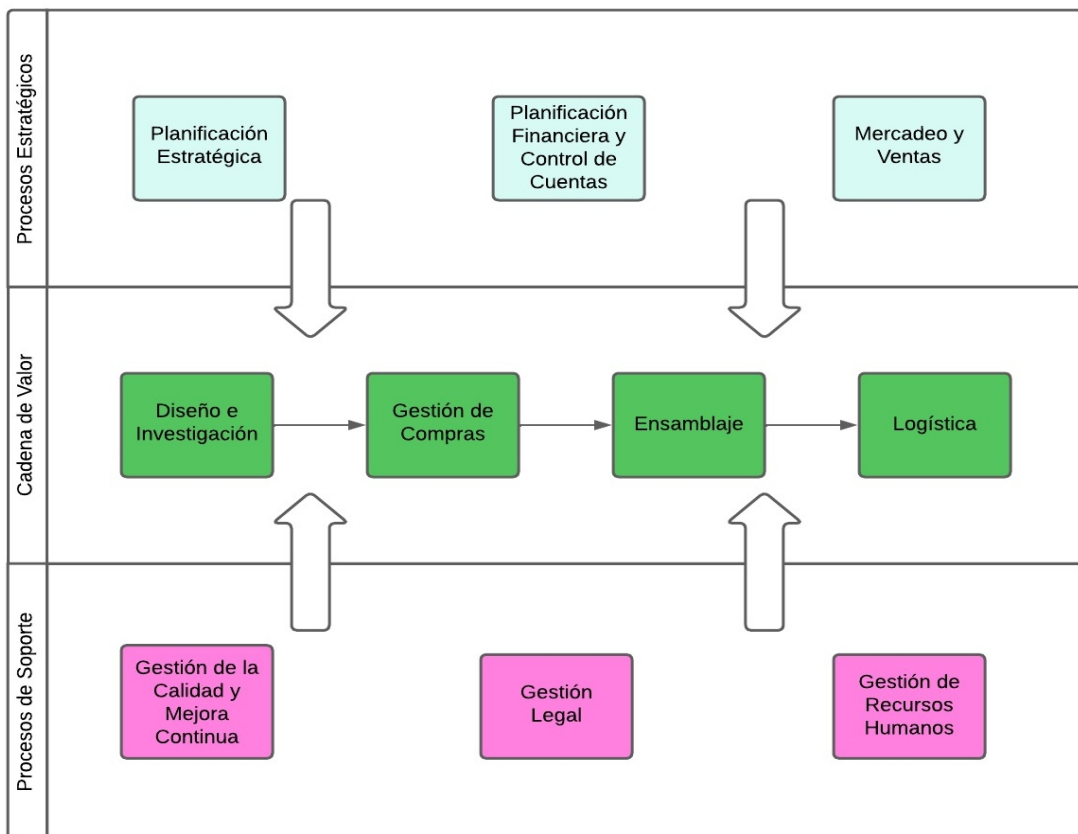


Figura 62. Mapa de procesos para la generación de valor del producto

6.3. Diseño organizacional (Organigrama)

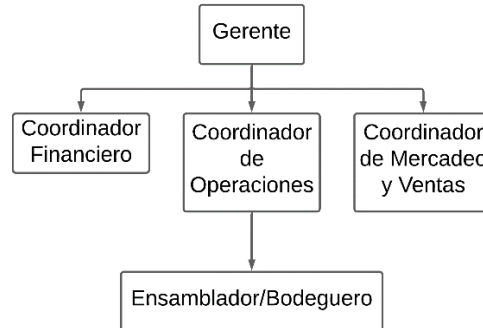


Figura 63. Organigrama de la organización y propuesta de manejo

El Gerente firma contratos, define estrategias y supervisa todas las áreas de la empresa. Representa a la empresa en eventos y reuniones. Gestiona crisis, implementa innovaciones y lidera programas de desarrollo.

El Coordinador Financiero gestiona sueldos, emite facturas y administra transferencias y pagos. Realiza análisis financieros y controla el flujo de caja. Asegura la estabilidad financiera de la empresa.

El Coordinador de Operaciones asegura la calidad del producto y organiza la producción. Maneja pedidos e inventarios y coordina la logística de distribución. Soluciona problemas operativos y optimiza procesos.

El Coordinador de mercadeo y ventas lidera el marketing y las ventas. Supervisa actividades BTL y campañas en redes sociales. Administra la creación de contenido y fideliza clientes.

El Ensamblador/Bodeguero ensambla piezas y empaqueta productos, asegurando su calidad. Mantiene el área de trabajo limpia y almacena productos ordenadamente. Colabora en la gestión de inventarios.

6.4. Diseño del proceso productivo o servicio (Flujograma)

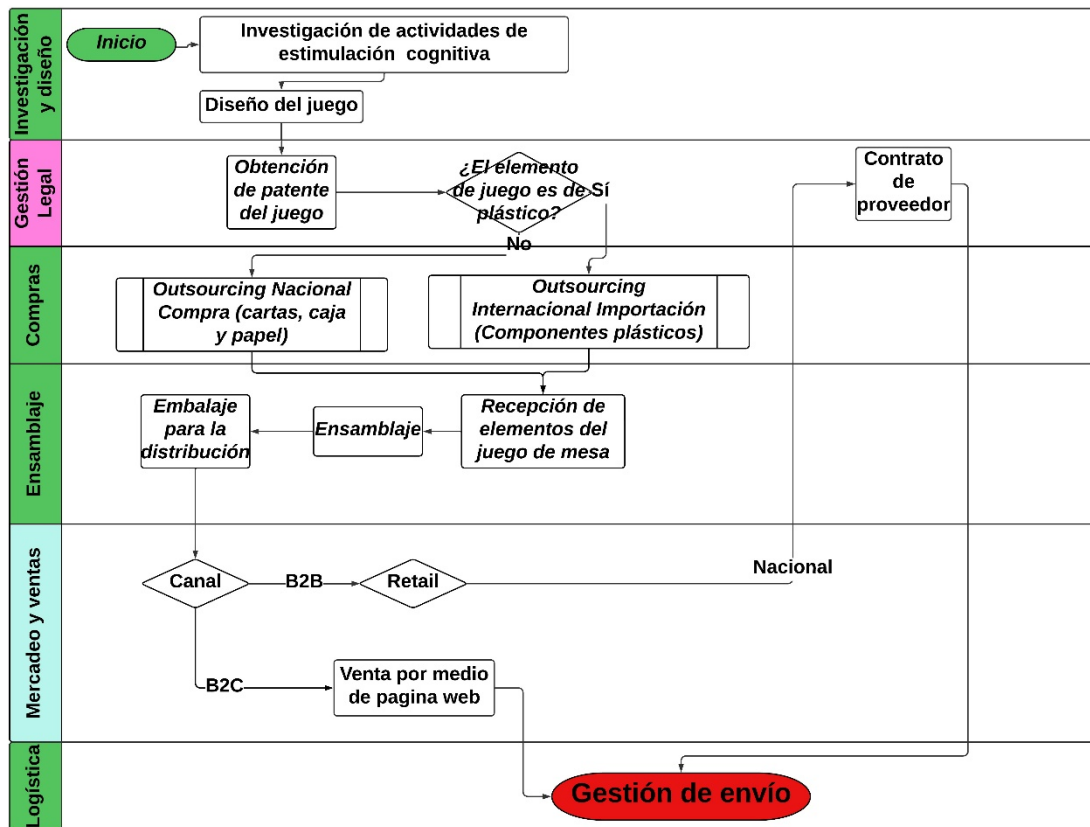


Figura 64. Flujograma -Procesos Productivo

6.5. Conformación legal

6.5.1. Sociedad por Acciones Simplificadas

La decisión de constituir nuestro emprendimiento como Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) se justifica por su proceso de constitución ágil y simplificado, lo que nos permitiría iniciar rápidamente nuestras operaciones y focalizarnos en el desarrollo del juego de mesa para adultos mayores. Además, al importar una parte de los componentes y ensamblarlos localmente, aprovecharíamos las ventajas arancelarias y logísticas, asegurando un control directo sobre la calidad del producto final.

La protección de responsabilidad limitada que brinda la SAS sería fundamental para resguardar nuestros activos personales en caso de eventualidades financieras. Por último, su estructura de gestión flexible nos facilitaría adaptarnos a las exigencias cambiantes del mercado y asignar eficientemente roles entre los socios (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros [SCVS], 2024).

6.5.2. Requisitos obligatorios:

- Reserva de denominación
- Acto o contrato constitutivo
- Nombramiento(s) de Representante Legal
- Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema

7. Evaluación financiera

7.1. Inversión inicial

En la tabla 9 se puede ver la inversión inicial requerida para la ejecución del proyecto, esta se constituye por 60% capital propio y 40% de deuda; la inversión inicial se utilizará para comprar equipos de computación además de muebles y enseres necesarios para el trabajo y ensamblaje. Por otro lado, parte de la inversión inicial será destinada al capital de trabajo que fue calculado en razón de cubrir 5 meses de los gastos de nómina y gastos operacionales.

TOTAL INVERSIÓN INICIAL	32,963.82
FINANCIAMIENTO DE LARGO PLAZO	
Monto	13,185.53
Tasa de interés	11.28%
Plazo	5
Condiciones	Pagos Mensuales

Tabla 9. Inversión inicial escenario normal- Condiciones de Financiamiento

7.2. Presupuesto de ventas

En la tabla 10 se muestra el presupuesto de ventas en dólares por cada uno de los 5 años de ejecución del proyecto; existen diferentes tipos de ingreso, estos dependen del producto vendido y el canal de venta respectivo. Cabe recalcar que los ingresos fluctúan por canal debido a que la venta por retail tiene un margen distinto a la venta directa. Los supuestos para el incremento en el total de ventas son el aumento pronosticado en las ventas y el ajuste del precio del juego por cada año.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL INGRESOS VENTAS	\$ 223.306,20	\$ 256.084,12	\$ 268.519,56	\$ 260.625,98	\$ 292.280,19

Tabla 10. Presupuesto de ventas escenario normal por 5 años

7.3. Punto de equilibrio

En la tabla 11 podemos evidenciar el punto de equilibrio en unidades por producto y por año. Es decir, el mínimo de unidades que debemos vender para cubrir los costos y gastos fijos por cada año.

Punto de Equilibrio x producto Unidades					
Punto de equilibrio Juego	664	682	701	721	741
Punto de equilibrio tarjetas	1989	2045	2102	2161	2222
TOTAL	2653	2728	2804	2882	2963

Tabla 11. Cálculo punto de equilibrio escenario normal

7.4. Estados financieros y supuestos (3 escenarios)

Se realizará el análisis de los estados financieros en tres escenarios: Pesimista, Normal y Optimista. El objetivo es evaluar la viabilidad económica del proyecto bajo distintas condiciones de mercado. En el escenario Pesimista, se considerarán disminuciones en la demanda y aumentos en los costos. El escenario Normal reflejará las condiciones esperadas basadas en datos históricos. Por último, el escenario Optimista explorará aumentos en la demanda y reducciones en los costos.

7.5. Estado de costos

Entre la estructura de costos aparte de los ya mencionados en la tabla 2 y 3 que corresponden al costo total de los bienes producidos se encuentran los gastos:

- Gastos de nómina: estos corresponden al sueldo de cada uno de los trabajadores; estos fueron ajustados debido a cada escenario tomando en cuenta un menor gasto en sueldos en aquellos escenarios que lo ameritan, su variación se puede evidenciar en la tabla 11, 15 y 19. Los supuestos que se consideraron para realizar la proyección de los sueldos fueron que estos aumentarían anualmente en razón al IPC de abril del 2024 es decir 2,8% anual.
- Gastos operacionales: los gastos operacionales que se tomaron en cuenta se dividen en servicios básicos, internet, fee de envíos, suministros de bodega, renta y marketing. Este último corresponde a los presupuestos de marketing presentados anteriormente en la tabla 5 y 6. Todos estos gastos fueron ajustados anualmente al IPC de abril del 2024 es decir 2,8% anual.

7.5.1. Normal

En las siguientes tablas se pueden evidenciar los gastos correspondientes al escenario normal de la evaluación financiera:

Cantidad	Cargo	Sueldo (mensual)	Año de Contratación	Clasificación
1	GERENTE GENERAL	700	1	GASTO
1	COORDINADOR FINANCIERO	600	1	GASTO
1	COORDINADOR OPERACIONES	600	1	GASTO
1	COORDINADOR MK Y VENTAS	600	1	GASTO
1	ENSAMBLADOR	460	1	GASTO
1	ENSAMBLADOR	460	2	GASTO

Tabla 12. Sueldos mano de obra escenario normal

Presupuesto Campañas de Marketing 1 año	
Total	\$ 15,197.32

Tabla 13. Presupuesto primera campaña de marketing escenario normal

Presupuesto Campañas de Marketing Año 2 al 5	
Total	\$ 12,234.10

Tabla 14. Presupuesto segunda campaña de marketing escenario normal

<i>Incremento/Ajustado al IPC ACTUAL ABRIL 2024</i>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	\$ 840.00	\$ 863.52	\$ 887.70	\$ 912.55	\$ 938.11
Internet	\$ 720.00	\$ 740.16	\$ 760.88	\$ 782.19	\$ 804.09
Fee Envíos Proveedores Mensual	\$ 1,800.00	\$ 1,850.40	\$ 1,902.21	\$ 1,955.47	\$ 2,010.23
Marketing	\$ 15,197.32	\$ 12,234.10	\$ 12,576.65	\$ 12,928.80	\$ 13,290.81
Compra Suministros de Bodega	\$ 60.56	\$ 62.26	\$ 64.00	\$ 65.79	\$ 67.63
Renta	\$ 6,000.00	\$ 6,168.00	\$ 6,340.70	\$ 6,518.24	\$ 6,700.75
Total Gastos Operacionales	\$ 24,617.88	\$ 21,918.44	\$ 22,532.15	\$ 23,163.05	\$ 23,811.62

Tabla 15. Gastos fijos escenario normal

7.5.2. Pesimista

En las siguientes tablas se pueden evidenciar los gastos correspondientes al escenario pesimista de la evaluación financiera:

Cantidad	Cargo	Sueldo (mensual)	Año de Contratación	Clasificación
1	GERENTE GENERAL	600	1	GASTO
1	COORDINADOR FINANCIERO	500	1	GASTO
1	COORDINADOR OPERACIONES	500	1	GASTO
1	COORDINADOR MK Y VENTAS	600	1	GASTO
1	ENSAMBLADOR	460	1	GASTO
1	ENSAMBLADOR	460	2	GASTO

Tabla 16. Sueldos mano de obra escenario pesimista

Presupuesto Campañas de Marketing 1 año	
Total	\$ 9,887.32

Tabla 17. Presupuesto primera campaña de marketing escenario pesimista

Presupuesto Campañas de Marketing Año 2 al 5	
Total	\$ 6,924.10

Tabla 18. Presupuesto segunda campaña de marketing escenario pesimista

Incremento/Ajustado al IPC ACTUAL ABRIL 2024	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	\$ 840.00	\$ 863.52	\$ 887.70	\$ 912.55	\$ 938.11
Internet	\$ 540.00	\$ 555.12	\$ 570.66	\$ 586.64	\$ 603.07
Fee Envíos Proveedores Mensual	\$ 1,300.00	\$ 1,850.40	\$ 1,902.21	\$ 1,955.47	\$ 2,010.23
Marketing	\$ 9,887.32	\$ 6,924.10	\$ 7,117.97	\$ 7,317.28	\$ 7,522.16
Compra Suministros de Bodega	\$ 60.56	\$ 62.26	\$ 64.00	\$ 65.79	\$ 67.63
Renta	\$ 6,000.00	\$ 6,168.00	\$ 6,340.70	\$ 6,518.24	\$ 6,700.75
Total Gastos Operacionales	\$ 18,627.88	\$ 16,423.40	\$ 16,883.25	\$ 17,355.98	\$ 17,841.95

Tabla 19. Gastos fijos escenario pesimista

7.5.3. Optimista

En las siguientes tablas se pueden evidenciar los gastos correspondientes al escenario optimista de la evaluación financiera:

Cantidad	Cargo	Sueldo (mensual)	Año de Contratación	Clasificación
1	GERENTE GENERAL	1000	1	GASTO
1	COORDINADOR FINANCIERO	900	1	GASTO
1	COORDINADOR OPERACIONES	900	1	GASTO
1	COORDINADOR MK Y VENTAS	900	1	GASTO
1	ENSAMBLADOR	700	1	GASTO
1	ENSAMBLADOR	700	2	GASTO

Tabla 20. Sueldos mano de obra escenario optimista

Presupuesto Campañas de Marketing 1 año	
Total	17197.32

Tabla 21. Presupuesto primera campaña de marketing escenario optimista

Presupuesto Campañas de Marketing Año 2 al 5	
SubTotal	15234.1

Tabla 22. Presupuesto segunda campaña de marketing escenario optimista

<i>Incremento/Ajustado al IPC ACTUAL ABRIL 2024</i>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	\$ 840.00	\$ 863.52	\$ 887.70	\$ 912.55	\$ 938.11
Internet	\$ 720.00	\$ 740.16	\$ 760.88	\$ 782.19	\$ 804.09
Fee Envíos Proveedores Mensual	\$ 4,800.00	\$ 4,934.40	\$ 5,072.56	\$ 5,214.59	\$ 5,360.60
Marketing	\$ 17,197.32	\$ 15,234.10	\$ 15,660.65	\$ 16,099.15	\$ 16,549.93
Compra Suministros de Bodega	\$ 60.56	\$ 62.26	\$ 64.00	\$ 65.79	\$ 67.63
Renta	\$ 16,800.00	\$ 17,270.40	\$ 17,753.97	\$ 18,251.08	\$ 18,762.11
Total Gastos Operacionales	\$ 40,417.88	\$ 39,104.84	\$ 40,199.77	\$ 41,325.36	\$ 42,482.47

Tabla 23. Gastos fijos escenario optimista

7.6. Estado de P&G

En el estado de pérdidas y ganancias podemos ver tanto el total de las ventas como de los costos de ventas; a su vez podemos ver la utilidad bruta que es la diferencia entre estas dos. Por otro lado, la utilidad antes de los impuestos, intereses y participación que toma en cuenta los gastos de sueldos, operacionales y la depreciación de los activos fijos. Por último, en este estado podemos evidenciar la utilidad neta que es la utilidad después del 15 % de la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta.

7.6.1. Normal

En la tabla 24 se muestra el estado de pérdidas y ganancias del escenario normal, aquí podemos evidenciar que en los años de la aplicación del ejercicio la utilidad neta es positiva y fluctúa desde los \$12095,88 en el primer año hasta los \$21342,89 en el último año esto quiere decir que en el ejercicio desde el primer año se espera utilidades. A su vez el margen neto nos indica que durante los periodos existe una gestión adecuada de los ingresos y gastos, por lo tanto, se obtiene un margen significativo después de gastos e impuestos, como se puede evidenciar este fluctúa desde 8,50% hasta 11,45%.

Esto quiere decir que por cada \$100 de ingresos en el primer periodo el proyecto gana \$8,50 después de los gastos e impuestos. El margen neto podría ser un indicador de una buena gestión de costos y gastos.

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$223,306.20	\$256,084.12	\$268,519.56	\$284,319.25	\$292,280.19
Costo de productos disponibles para la venta	\$132,139.02	\$150,397.26	\$157,700.55	\$166,979.65	\$171,655.08
UTILIDAD BRUTA	\$ 91,167.18	\$105,686.86	\$110,819.01	\$117,339.60	\$120,625.11
Gastos sueldos	\$ 45,095.68	\$ 57,163.20	\$ 58,742.64	\$ 60,365.88	\$ 62,034.13
Gastos generales	\$ 24,617.88	\$ 21,918.44	\$ 22,532.15	\$ 23,163.05	\$ 23,811.62
Gastos de depreciación	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,010.61	\$ 1,097.75
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	\$ 20,355.88	\$ 25,507.48	\$ 28,446.47	\$ 32,800.06	\$ 33,681.62
Gastos de intereses	\$ 1,381.95	\$ 1,134.76	\$ 858.20	\$ 548.78	\$ 202.59
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION	\$ 18,973.93	\$ 24,372.72	\$ 27,588.27	\$ 32,251.29	\$ 33,479.04
15%PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 2,846.09	\$ 3,655.91	\$ 4,138.24	\$ 4,837.69	\$ 5,021.86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 16,127.84	\$ 20,716.81	\$ 23,450.03	\$ 27,413.60	\$ 28,457.18
25%IMPUESTO A LA RENTA	\$ 4,031.96	\$ 5,179.20	\$ 5,862.51	\$ 6,853.40	\$ 7,114.30
UTILIDAD NETA	\$ 12,095.88	\$ 15,537.61	\$ 17,587.52	\$ 20,560.20	\$ 21,342.89
MARGEN BRUTO	40.83%	41.27%	41.27%	41.27%	41.27%
MARGEN OPERACIONAL	22.33%	24.13%	25.67%	27.95%	27.92%
MARGEN NETO	8.50%	9.52%	10.27%	11.34%	11.45%

Tabla 24. Estado de pérdidas y ganancias escenario normal

7.6.2. Pesimista

En la tabla 25 se muestra el estado de pérdidas y ganancias del escenario pesimista en contraste al escenario normal la utilidad neta es baja, va desde \$879,35 en el primer año hasta \$9050,26 en el año 5 esto quiere decir que los gastos son significativos en razón a los ingresos en el primer periodo del ejercicio. Por otro lado, el margen neto nos da a entender que durante los 3 primeros periodos el proyecto entregaría un margen menor al del escenario normal.

Tomando como ejemplo el primer año el ejercicio por cada \$100 de ingresos recibiría 1.03\$ esto quiere decir que la gestión de costos además de la relación entre ingresos y gastos no se puede considerar óptima.

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 133,983.72	\$ 153,649.23	\$ 161,110.44	\$ 170,590.17	\$ 175,366.70
Costo de productos disponibles para la venta	\$ 80,564.99	\$ 91,621.06	\$ 96,070.17	\$ 101,722.94	\$ 104,571.19
UTILIDAD BRUTA	\$ 53,418.73	\$ 62,028.17	\$ 65,040.26	\$ 68,867.23	\$ 70,795.51
Gastos sueldos	\$ 31,623.48	\$ 34,612.82	\$ 35,567.89	\$ 36,549.42	\$ 37,558.14
Gastos generales	\$ 18,627.88	\$ 16,423.40	\$ 16,883.25	\$ 17,355.98	\$ 17,841.95
Gastos de depreciación	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,010.61	\$ 1,097.75
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	\$ 2,069.62	\$ 9,894.21	\$ 11,491.37	\$ 13,951.22	\$ 14,297.68
Gastos de intereses	\$ 690.24	\$ 566.78	\$ 428.64	\$ 274.10	\$ 101.19
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION	\$ 1,379.38	\$ 9,327.44	\$ 11,062.73	\$ 13,677.12	\$ 14,196.49
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 206.91	\$ 1,399.12	\$ 1,659.41	\$ 2,051.57	\$ 2,129.47
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1,172.47	\$ 7,928.32	\$ 9,403.32	\$ 11,625.55	\$ 12,067.02
25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 293.12	\$ 1,982.08	\$ 2,350.83	\$ 2,906.39	\$ 3,016.75
UTILIDAD NETA	\$ 879.35	\$ 5,946.24	\$ 7,052.49	\$ 8,719.17	\$ 9,050.26
MARGEN BRUTO	39.87%	40.37%	40.37%	40.37%	40.37%
MARGEN OPERACIONAL	3.87%	15.95%	17.67%	20.26%	20.20%
MARGEN NETO	1.03%	6.07%	6.87%	8.02%	8.10%

Tabla 25. Estado de pérdidas y ganancias escenario pesimista

7.6.3. Optimista

En la tabla 26 podemos evidenciar el estado de pérdidas y ganancias del escenario optimista, como hemos evidenciado en los anteriores escenarios el ejercicio en este caso se considera al igual que el escenario normal un escenario donde se esperan utilidades netas desde el primer periodo, esta utilidad fluctúa desde \$21035,90 en el primer año hasta \$34557,96; a su vez el margen neto también indica que existe una gestión de costos y gastos óptima, con una margen neto del 9,24% esto quiere decir que después de costos gastos e impuestos

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$357,289.93	\$409,739.55	\$429,636.50	\$454,916.31	\$467,653.97
Costo de productos disponibles para la venta	\$214,839.99	\$244,327.08	\$256,191.60	\$271,265.92	\$278,861.36
UTILIDAD BRUTA	\$142,449.94	\$165,412.47	\$173,444.89	\$183,650.39	\$188,792.60
Gastos sueldos	\$ 65,915.20	\$ 83,556.81	\$ 85,875.27	\$ 88,258.22	\$ 90,707.45
Gastos generales	\$ 40,417.88	\$ 39,104.84	\$ 40,199.77	\$ 41,325.36	\$ 42,482.47
Gastos de depreciación	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,010.61	\$ 1,097.75
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS Y PARTICIP.	\$ 35,019.11	\$ 41,653.08	\$ 46,272.10	\$ 53,056.20	\$ 54,504.93
Gastos de intereses	\$ 2,021.62	\$ 1,660.01	\$ 1,255.44	\$ 802.79	\$ 296.36
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION	\$ 32,997.49	\$ 39,993.07	\$ 45,016.67	\$ 52,253.41	\$ 54,208.57
15%PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 4,949.62	\$ 5,998.96	\$ 6,752.50	\$ 7,838.01	\$ 8,131.29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 28,047.87	\$ 33,994.11	\$ 38,264.17	\$ 44,415.40	\$ 46,077.28
25%IMPUESTO A LA RENTA	\$ 7,011.97	\$ 8,498.53	\$ 9,566.04	\$ 11,103.85	\$ 11,519.32
UTILIDAD NETA	\$ 21,035.90	\$ 25,495.58	\$ 28,698.13	\$ 33,311.55	\$ 34,557.96
MARGEN BRUTO	39.87%	40.37%	40.37%	40.37%	40.37%
MARGEN OPERACIONAL	24.58%	25.18%	26.68%	28.89%	28.87%
MARGEN NETO	9.24%	9.76%	10.48%	11.49%	11.59%

Tabla 26. Estado de pérdidas y ganancias escenario optimista

7.7. Estado flujo de caja

El estado de flujo de caja nos permite ver los movimientos de la cuenta caja bancos este nos indica a su vez la inversión inicial; además de esto se encuentran los ingresos gravables, deducibles, ajuste de la depreciación e impuestos causados y pagados. Este estado permite ver la liquidez del ejercicio por periodo.

7.7.1. Normal

Como podemos ver en la tabla 27 que nos muestra el flujo de caja del escenario optimista la inversión inicial es de \$32963,82; en este escenario se puede demostrar que existe liquidez en todos los periodos ya que su fluctuación va desde \$15153,86 hasta los \$22683,54 dólares.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	Inicial					
Periodo	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	\$ 32,963.82					
Ingresos gravables		\$223,306.20	\$256,084.12	\$268,519.56	\$284,319.25	\$292,280.19
Egresos deducibles		\$201,852.58	\$229,478.89	\$238,975.34	\$250,508.58	\$257,500.82
Depreciación		\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,010.61	\$ 1,097.75
Utilidad antes de impuestos		\$ 20,355.88	\$ 25,507.48	\$ 28,446.47	\$ 32,800.06	\$ 33,681.62
Impuesto causado		\$ 6,878.05	\$ 8,835.11	\$ 10,000.75	\$ 11,691.09	\$ 12,136.15
Impuesto pagado		\$ 6,299.76	\$ 8,671.58	\$ 9,903.12	\$ 11,552.32	\$ 12,095.83
Depreciación		\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,010.61	\$ 1,097.75
Flujo de caja del proyecto	\$-32,963.82	\$ 15,153.86	\$ 17,933.64	\$ 19,641.09	\$ 22,258.35	\$ 22,683.54

Tabla 27. Estado flujo de caja escenario normal

7.7.2. Pesimista

En contraste al escenario normal el pesimista presenta problemas de liquidez en los dos primeros periodos con un flujo de caja de \$2697,38 y \$7866,21 respectivamente; esto se podría interpretar como una consecuencia del bajo margen neto del proyecto en este escenario.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	Inicial					
Periodo	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	\$ 16,464.44					
Ingresos gravables		\$133,983.72	\$153,649.23	\$161,110.44	\$170,590.17	\$175,366.70
Egresos deducibles		\$130,816.35	\$142,657.27	\$148,521.32	\$155,628.35	\$159,971.27
Depreciación		\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,010.61	\$ 1,097.75
Utilidad antes de impuestos		\$ 2,069.62	\$ 9,894.21	\$ 11,491.37	\$ 13,951.22	\$ 14,297.68
Impuesto causado		\$ 500.02	\$ 3,381.20	\$ 4,010.24	\$ 4,957.96	\$ 5,146.23
Impuesto pagado		\$ 469.99	\$ 3,125.75	\$ 3,957.55	\$ 4,881.31	\$ 5,127.58
Depreciación		\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,010.61	\$ 1,097.75
Flujo de caja del proyecto	\$-16,464.44	\$ 2,697.38	\$ 7,866.21	\$ 8,631.57	\$ 10,080.51	\$ 10,267.85

Tabla 28. Estado flujo de caja escenario pesimista

7.7.3. Optimista

La tabla 29 nos muestra el flujo de caja del escenario optimista al igual que en el escenario normal se puede evidenciar la liquidez del proyecto con una fluctuación desde \$25158,70 hasta \$36014,62 en los 5 años del ejercicio.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	Inicial					
Periodo	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	\$ 48,221.96					
Ingresos gravables		\$357,289.93	\$409,739.55	\$429,636.50	\$454,916.31	\$467,653.97
Egresos deducibles		\$321,173.07	\$366,988.72	\$382,266.65	\$400,849.50	\$412,051.29
Depreciación		\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,010.61	\$ 1,097.75
Utilidad antes de impuestos		\$ 35,019.11	\$ 41,653.08	\$ 46,272.10	\$ 53,056.20	\$ 54,504.93
Impuesto causado		\$ 11,961.59	\$ 14,497.49	\$ 16,318.54	\$ 18,941.86	\$ 19,650.61
Impuesto pagado		\$ 10,958.16	\$ 14,285.54	\$ 16,166.10	\$ 18,725.11	\$ 19,588.06
Depreciación		\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,097.75	\$ 1,010.61	\$ 1,097.75
Flujo de caja del proyecto	\$-48,221.96	\$ 25,158.70	\$ 28,465.28	\$ 31,203.76	\$ 35,341.69	\$ 36,014.62

Tabla 29. Estado flujo de caja escenario optimista

7.8. Indicadores financieros (VAN - TIR - IR) (para los 3 escenarios)

Los indicadores financieros que se utilizarán para valorar son el Valor Actual Neto o VAN que indica la rentabilidad del proyecto y supone la sumatoria de los flujos del proyecto traídos a valor presente y luego restando la inversión inicial. Por otro lado, se encuentra la Tasa Interna de Retorno o TIR que es la tasa con la cual el VAN se convierte en cero, esta tasa indica el rendimiento de un proyecto y la misma deber ser mayor a cero. Por último, se utilizará el IR que es un indicador que sirve para indicar la rentabilidad por cada unidad monetaria en este caso dólar invertido. En las tablas 30, 31 y 32 se pueden evidenciar estos indicadores por cada escenario proyectado.

7.8.1. Normal

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO	
VAN	\$14,585,63
IR	1,44
TIR	46,82%

Tabla 30. Evaluación indicadores financieros escenario normal

7.8.2. Pesimista

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO	
VAN	\$1,516,87
IR	1,09
TIR	31,27%

Tabla 31. Evaluación indicadores financieros escenario pesimista

7.8.3. Optimista

EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO	
VAN	\$28.139,56
IR	1,58
TIR	52,78%

Tabla 32. Evaluación indicadores financieros escenario optimista

7.9. Análisis y conclusión de la evaluación financiera

Como se pudo evidenciar en la tabla 3 el planteamiento de los escenarios considera la participación del mercado inicial para su evaluación, cabe recalcar que los gastos de nómina y operacionales incluyendo el presupuesto de marketing se ajustan a los 3 escenarios debido a los ingresos netos; la fluctuación de estos se puede evidenciar en el punto 7.5.

Los mayores supuestos que se tomaron en cuenta para la valoración y los flujos fueron:

- Durante los 5 años que comprende el ejercicio se proyecta conseguir el 10% de participación en el mercado objetivo
- La compra estimada es de 1 producto al año y 1 de cada 4 personas actualizan el juego al siguiente año mediante la compra de un mazo de cartas
- Todos los costos y gastos se ajustan al IPC 2.8% correspondiente a abril del 2024
- El cálculo del capital de trabajo se realiza mediante la sumatoria de los gastos de nómina con los gastos operacionales durante 5 meses en los escenarios normales y optimista en contraste a 3 meses en el escenario pesimista.
- Es necesario la contratación de un ensamblador más desde el segundo año de operaciones debido al incremento de la producción.
- El CAPM del proyecto es 41,05%; el cálculo de esta toma en cuenta un promedio del riesgo país de los últimos 10 años y una beta de la industria de 0,99.

La conclusión mediante el análisis de los indicadores financieros por escenario es:

7.9.1. Normal

Un Valor Actual Neto de 14585,53 dólares nos indica que el proyecto es rentable, el índice de rentabilidad nos indica que por cada dólar invertido el proyecto nos devuelve 1,44 dólares es decir representa al inversionista un margen a favor; la rentabilidad porcentual es de 46.82% esta es viable y atractiva para un inversor que pueda manejar el riesgo tanto en mercados nacionales como extranjeros.

7.9.2. Pesimista

Un Valor actual Neto de 1516,87 dólares es indicador de que el proyecto sigue siendo rentable, pero este no ofrece un retorno significativo el índice de rentabilidad de 1,09 nos indica que el proyecto representa un margen bajo a favor del inversionista y la tasa interna de retorno de 31,27% indica que esta puede ser rentable sólo si se toma en cuenta que el administrador/ inversor pueda gestionar el riesgo de manera correcta.

7.9.3. Optimista

Un valor actual neto de 28139,56 dólares indica que el proyecto es rentable, el índice de retorno indica sugiere que en este escenario el inversor por cada dólar invertido este recibe un margen de casi el 50%. La tasa interna de retorno indica que al igual que en el escenario normal este proyecto es rentable para inversores que puedan manejar el riesgo en mercados nacionales como extranjeros.

8. Conclusiones y Recomendaciones

En conclusión, la implementación del modelo de negocio es factible, viable y deseable. El segmento indicado es suficientemente grande para llegar al punto de equilibrio y a las ventas necesarias del primer año. Cabe recalcar que este modelo es escalable al país y fácilmente adaptable a demás regiones y culturas.

Aunque los juegos de mesa ya suponen una herramienta eficaz para la estimulación de las actividades cognitivas se puede evidenciar mediante los instrumentos de investigación que los agregados de SATY funcionan para que el juego sea percibido como novedoso y agradable para el segmento escogido de los consumidores. El factor recompra está sujeto a la investigación y desarrollo continuo del producto.

La valoración financiera del proyecto propone que este es ejecutable siempre y cuando se tomen en cuenta factores como el riesgo en la industria y el país siendo este último un factor imperante para el éxito de la ejecución de esta idea de negocio. Cambios en los agregados económicos y normativa comercial harían que tanto el precio como los resultados presentados en esta investigación fluctúen.

Tras la investigación se recomienda:

- Ejecutar la idea de negocio tras la realización de estudios similares a los presentados ajustándolos al tiempo y a una muestra estadísticamente más exacta que de los presentados; Esto debido a que la metodología Design Thinking permite plantear modelos de negocio en base a resultados cualitativos. Esto proporcionará información más precisa en contraste a la actual y por lo tanto mejorará los supuestos indicados en el estudio.
- Para su posible ejecución es necesario ajustar los siguientes datos a la normativa o situación que se considere vigente: aranceles, impuesto a la renta, impuesto al valor agregado, valor de flete, tasas de interés bancarias, riesgo país e inflación además de tasas y/o valores en los mercados nacionales y extranjeros.

- En el caso de éxito del producto se recomienda su expansión mediante el modelo de licencias; este permitiría la adaptación a mercados internacionales, acceso a maquilas y producción bajo economías de escala. Además, este modelo significaría un escudo ante la falsificación y piratería.

9. Referencias

- Barco, P. P., y Carr, D. B. (abril de 2022). La conducción en la tercera edad. Manual MSD versión para público en general. Obtenido de: <https://www.msmanuals.com/es-ec/hogar/salud-de-las-personas-de-edad-avanzada/la-conducci%C3%B3n-en-la-tercera-edad/la-conducci%C3%B3n-en-la-tercera-edad>
- Benavides-Caro, D. C. (2017). Deterioro cognitivo en el adulto mayor. *Revista Mexicana de Anestesiología*, 40(2), 107-112. [Deterioro cognitivo en el adulto mayor \(medigraphic.com\)](https://www.medigraphic.com)
- Berdazco PD, Hernández MA, González TJ. Trastorno de ansiedad generalizada. Un estudio de caso desde la terapia cognitiva conductual. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala* 2022; 25(4), 1419-1435. <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=111442>
- Betania, V. (15 de diciembre de 2023). 35 productos para vender que son tendencia en 2024. Hostinger. Obtenido de https://www.hostinger.es/tutoriales/productos-para-vender#13_Juegos_de_mesa
- Blandón Gómez, B. Y. (2015). *Redes de apoyo en adultos mayores: influencia de las redes sociales de apoyo en el cuidado de la Diabetes Mellitus*. Bogotá-Colombia, 2015. [Tesis de maestría, Universidad de los Andes]. Séneca Repositorio Institucional. <https://repositorio.uniandes.edu.co/entities/publication/bb800b45-b48f-432f-8e77-48bd3389bcc8>

Borelli, B. (2011). Condición motriz y calidad de vida en adultos mayores. *Calidad de Vida UFLO Revista de la Universidad de Flores*, 3(6), 69 - 81. https://www.cienciared.com.ar/ra/usr/41/1184/calidaddevidauflo_n6pp69_81.pdf

Bustamante, P. (20 de diciembre de 2023). Se publica en el Registro Oficial de la Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo. Pérez Bustamante & Ponce. Obtenido de: <https://www.pbplaw.com/publicaciones/se-publica-en-el-registro-oficial-la-ley-organica-de-eficiencia-economica-y-generacion-de-empleo/>

Calle, L. (2023). Informe “Estado Digital 2023” destaca avances y desafíos del mundo virtual en Ecuador. Radio La Calle. Obtenido de: <https://radiolacalle.com/ecuador-en-el-camino-hacia-un-futuro-digital-prometedor-el-informe-estado-digital-2023-destaca-avances-y-desafios/>

COMERCIO, E. (10 de mayo de 2023). Ecuador firmó un histórico acuerdo comercial con China. *EL COMERCIO*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/historico-acuerdo-comercial-ecuador-china.html>

Constitución de la República del Ecuador (2008). Artículo 36. Adultas y adultos mayores. Registro oficial 449 de 20 de octubre de 2008 (Ecuador). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Correa, J. [@Higgs] (23 de septiembre de 2023). SPECIAL REPORT. ECUADOR DIGITAL 2023. Guía para un mundo digital en evolución. [Publicación]. LinkedIn. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/redes-sociales-en-ecuador-jose-alexis-correa-valencia/>

Danvers, A. (14 de octubre del 2024). Comprendiendo la edad y la soledad. Psychology Today. Obtenido de: <https://www.psychologytoday.com/es/blog/comprendiendo-la-edad-y-la-soledad>

Divulgación Dinámica Formación. (2021). TÉCNICAS BÁSICAS. Divulgación Dinámica.

Gomezcoello, T. (2023). *Sistematización de experiencias: Actividades prácticas de estimulación cognitiva en adultos mayores y su incidencia en la depresión en el Centro de Salud Puertas del Sol en el periodo mayo a septiembre del 2023*. [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/26304>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (28 de septiembre de 2023). *Más de 2.700 personas son centenarias en Ecuador según el Censo*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/mas-de-2-700-personas-son-centenarias-en-ecuador-segun-el-censo/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2009). *Encuesta de salud y bienestar del adulto mayor*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-desalud-bienestar-del-adulto-mayor/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (14 de 11 del 2023). *En Ecuador existen 224.594 adultos mayores solteros.*
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/en-ecuador-existen-224-594-adultos-mayores-solteros/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (19 de febrero de 2024). *INEC ESTIMA QUE, SEGÚN PROYECCIONES EN EL MEDIANO PLAZO, ECUADOR TENDRÁ MÁS ADULTOS MAYORES, MENOS NIÑOS Y ADOLESCENTES EN 2050.*
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/ecuador-tendra-mas-adultos-mayores-menos-ninos-y-adolescentes-en-2050/#:~:text=Las%20proyecciones%20prev%C3%A9n%20que%20la,nacimie ntos%20en%20los%20pr%C3%B3ximos%20a%C3%B1os.>

López Gallo, I., Múnera Herrera, M., Restrepo Medrano, N., y Vargas Sepúlveda, M. (marzo 2019). *Necesidades del adulto mayor según el modelo de Virginia Henderson Envigado 2018.* [Tesis de pregrado, Universidad CES]. REDICES Repositorio Digital Institucional.
<https://repository.ces.edu.co/bitstream/handle/10946/4509/Necesidades%20del%20adulto%20mayor%20seg%C3%Ban%20el%20modelo%20de%20Virginia%20Henderson%20c%20Envigado%202018?isAllowed=y&sequence=6>

Mejía, M., Rivera, P., Urbina, M., Alger, J., Maradiaga, E., Flores, S., ... & Sierra, L. (2014). Discapacidad en el adulto mayor: características y factores relevantes. *Rev. Fac. Cienc. Méd.*, (11)2, 27-33.
http://www.bvs.hn/Honduras/UICFCM/Articulo2_RFCMVol11-2-2014-5.Revision.Discapacidad.Adulto.Mayor.pdf

Ministerio de Inclusión Económica y Social. (s.f.). *Dirección Población Adulta Mayor*.
[Ministerio de Inclusión Económica y Social – Ejecutar programas y servicios para la inclusión económica y social \(inclusion.gob.ec\)](#)

Mora, A. M. (27 de abril de 2023). Cómo es la pequeña clase media ecuatoriana. *Primicias*.
[https://www.primicias.ec/noticias/firmas/clase-media-ecuador-
ingresos/](https://www.primicias.ec/noticias/firmas/clase-media-ecuador-ingresos/)

Orozco, M. T. (2021). *Servicios de cuidado integral al adulto mayor una rentable oportunidad para el empresario azuayo*. Obtenido de
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20516/1/UPS-CT009190.pdf>

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (20 de octubre de 2023). *Salud mental de los adultos mayores*.
[https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-
health-of-older-adults](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-of-older-adults)

Organización Panamericana de la Salud [OPS]. (9 de mayo de 2012). *Recomendaciones mundiales sobre actividad física para la salud*. Obtenido de Paho.org:
[https://www.paho.org/es/noticias/9-5-2012-recomendaciones-mundiales-sobre-
actividad-fisica-para-salud](https://www.paho.org/es/noticias/9-5-2012-recomendaciones-mundiales-sobre-actividad-fisica-para-salud)

Primicias. (12 de enero de 2024). Noboa propone aumento del IVA al 15% en nuevo proyecto de ley económica urgente. *Primicias*. Obtenido de
[https://www.primicias.ec/noticias/economia/ley-economica-urgente-iva-
conflicto/](https://www.primicias.ec/noticias/economia/ley-economica-urgente-iva-conflicto/)

Peña, A. S. (2010). ESTIMULACIÓN COGNITIVA PARA ADULTOS. GrupoGesfomedia S.L.

Ramírez, K. (16 de enero de 2024). Los desafíos económicos del Ecuador. *Conexión PUCE*. Obtenido de: <https://conexion.puce.edu.ec/los-desafios-economicos-de-ecuador-2024/>

Ramón Minchala, D. F. (2015). *Plan de actividades lúdico-motrices para enriquecer el tiempo libre y mejorar la calidad de vida del grupo de adultos mayores Corazones Sonrientes de la parroquia Baños*. [Tesis pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. [Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana: Plan de actividades lúdico-motrices para enriquecer el tiempo libre y mejorar la calidad de vida del grupo de adultos mayores Corazones Sonrientes de la parroquia Baños \(ups.edu.ec\)](https://repositorio.institucional.upes.edu.ec/plan-de-actividades-ludico-motrices-para-enriquecer-el-tiempo-libre-y-mejorar-la-calidad-de-vida-del-grupo-de-adultos-mayores-corazones-sonrientes-de-la-parroquia-banos)

Sánchez Pérez, E. E. y Andrade Vera M. P. (07 de noviembre de 2022). Actividades de ocio en los adultos mayores residenciados en dos centros gerontológicos. *Conecta Libertad*, (6)3, 1-13. <https://revistaitsl.itslibertad.edu.ec/index.php/ITSL/article/view/279/520>

Sarmiento Pérez, M., Valdés Donech, H., Martín Moya, L. y Mendoza Robles, J. (2022). Prevalencia del edentulismo en adultos mayores. *Revista San Gregorio*, (52), 161-174. <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/2174>

Serrano, L. E. (21 de octubre de 2018). Los buses de transporte urbano son un riesgo para los adultos mayores. *Expreso*. Obtenido de: <https://www.expreso.ec/actualidad/ldquo-buses-transporte-urbano-son-riesgo-adultos-mayores-rdquo-36109.html>

Superintendencia de Compañías Valores y Seguros [SCVS]. (15 de enero de 2024). *Constitución de sociedades por acciones simplificadas*. Obtenido de Gob.ec: <https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas#:~:text=La%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas,un%20tr%C3%A1mite%20simplificado%20sin%20costo>

Ministerio de Telecomunicaciones de la Sociedad de la Información. (20 de julio de 2022). *Ecuador cuenta con su primer HUB de innovación*. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-cuenta-con-su-primer-hub-de-innovacion/>

Tiempo de juegos. (2024). Juegos de mesa familiares. Tiempo de juegos. Obtenido de: <https://www.tiempodejuegos.com/juegos-de-mesa-familiares?pagenumber=2&viewmode=grid&orderby=10&pagesize=40>

Zamarripa Rivera, J. I., Ruiz-Juan, F., López-Walle, J. M., Fernández Baños, R. (septiembre de 2014). Frecuencia, duración, intensidad y niveles de actividad física durante el tiempo libre en la población adulta de Monterrey (Nuevo León México). *Espiral. Cuadernos del Profesorado*, (7)14, 3-12. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4993671.pdf>

10. Anexos

10.1 Informe entrevista psicóloga

Entrevistada: Psicóloga clínica Yadira Pilicita

Entrevistador: Mateo Molina

Fecha de la Entrevista: 19/04/2024

Duración de la Entrevista: Aproximadamente 40 minutos

Tema de la Entrevista: El juego de mesa como herramienta para la integración intergeneracional y la estimulación cognitiva en adultos mayores.

Guía de la entrevista:

- ¿Por qué es importante incorporar elementos lúdicos en la atención de los adultos mayores?
- ¿Cómo benefician las actividades cognitivas y de árbol genealógico a los adultos mayores?
- ¿De qué manera se pueden adaptar estas actividades para satisfacer las necesidades de los adultos mayores?
- ¿Qué tipo de juegos de mesa estimulan diferentes áreas cognitivas y emocionales?
- ¿Qué papel juega la nostalgia y el recuerdo del pasado en la salud emocional de los adultos mayores?
- ¿Cómo se pueden integrar la nostalgia y el recuerdo del pasado en el diseño de cartas de árbol genealógico?

- ¿Cuáles son las recomendaciones para diseñar actividades adecuadas tanto para adultos mayores como para niños?
- ¿Cómo promover la cooperación y el trabajo en equipo entre generaciones?
- ¿Cómo diseñar juegos de mesa intuitivos para adultos mayores con diferentes niveles de alfabetización o habilidades tecnológicas?
- ¿Qué beneficios terapéuticos pueden ofrecer los juegos de mesa a los adultos mayores?
- ¿Cómo fomentar la colaboración intergeneracional en actividades lúdicas?
- ¿Cómo mantener el interés de los adultos mayores en actividades lúdicas, considerando la fatiga y la falta de familiaridad?
- ¿Cómo pueden los participantes aplicar las habilidades adquiridas durante los juegos?
- ¿Cuáles son los indicadores clave para evaluar el impacto de los juegos de mesa en la calidad de vida y la salud emocional de los adultos mayores?

Análisis

La experta sugirió que se revisara la bibliografía sobre neuropsicología para comprender el funcionamiento cognitivo y conductual de los adultos mayores. Este campo de estudio ofrece información valiosa sobre cómo cambia el cerebro con la edad y qué estrategias pueden ser efectivas para estimular habilidades cognitivas. También se propuso revisar libros y recursos académicos sobre gerontología y geriatría como parte de la investigación para la estimulación cognitiva.

La entrevistada subrayó la importancia de centrarse en la estimulación cognitiva, la cual puede incluir actividades como juegos de mesa, rompecabezas y otras tareas que estimulan la actividad cerebral. Se resaltó la necesidad de diseñar actividades atractivas y accesibles para esta población, considerando la autonomía y movilidad limitadas que pueden tener en algunos casos.

Además, se destacó la relevancia de la integración intergeneracional para fomentar el sentido de comunidad y reducir la distancia entre generaciones. Se comentó que la pandemia ha incrementado el aislamiento, enfatizando la necesidad de iniciativas que promuevan la interacción entre jóvenes y adultos mayores. Se sugirió usar herramientas táctiles y actividades atractivas, como juegos con colores, brillo y formas intuitivas, para involucrar a personas de diferentes edades.

La psicóloga también discutió aspectos prácticos para la creación de actividades y la focalización de aplicaciones dirigidas al mercado. Se sugirió facilitar la introducción de productos, considerando la amplia población de personas jubiladas y las diversas actividades de la vida diaria. Se mencionaron algunos problemas que pueden enfrentar los adultos mayores, como la falta de escolaridad y el desinterés por rompecabezas, lo que implica la necesidad de diseñar actividades atractivas y emocionalmente positivas.

La experta hizo hincapié en la importancia de abordar temas emocionales con sensibilidad y discreción. Al diseñar actividades o herramientas, se debe ser cuidadoso con la nostalgia para evitar experiencias negativas. Se recomendó replantear las preguntas relacionadas con el árbol genealógico para que resulten más amigables y evitar términos como "joven", que podrían no ser bien recibidos. Se sugirió tratar con cuidado la información emocional para evitar desencadenar sentimientos negativos en el segmento.

En conclusión, la entrevista con la psicóloga clínica Yadira Pilicita nos brindó valiosas recomendaciones para trabajar con el segmento, enfocándose en la neuropsicología y el sentido de comunidad.

10.2 Informe entrevista trabajadora social

Entrevistada: Laura Narváez

Entrevistador: Mateo Molina

Fecha de la Entrevista: 18/04/2024

Duración de la Entrevista: Aproximadamente 20 minutos

Tema de la Entrevista: El juego de mesa como herramienta para la integración intergeneracional y la estimulación cognitiva en adultos mayores.

Guía de la entrevista:

- ¿La interacción intergeneracional impacta positivamente en la vida del adulto mayor?
- ¿Qué actividades del juego de mesa podrían ser las más beneficiosas para a los adultos mayores?
- ¿Cree que el juego de mesa sería un complemento para las actividades del centro?
- En su experiencia, ¿qué tipo de actividad fomenta la interacción intergeneracional de manera efectiva?
- Qué estrategias sugiere para involucrar activamente a los adultos mayores en el proceso de diseño y desarrollo
- Qué estrategias sugiere para que los adultos mayores se sientan cómodos y motivados para participar en este tipo de actividad junto a niños/jóvenes
- ¿Cuál cree que es el mayor desafío al intentar promover la interacción intergeneracional?

- ¿De qué manera cree que el juego de mesa serviría como una herramienta que fomente la integración social y combata el aislamiento?
- ¿Como el juego de mesa ayudaría a fomentar la empatía entre generaciones?
- ¿Como el adulto mayor en esta actividad podría convertirse en un mentor para los menores?
- ¿Qué aconsejaría para abordar posibles resistencias o preocupaciones con respecto a participar en actividades intergeneracionales como esta?
- ¿Qué actividades realizan actualmente para estimular la salud mental?

Análisis

Laura Narváez quien ha trabajado en un centro gerontológico durante 18 años. Empezó gestionando la administración del centro, pero ahora desempeña su labor como trabajadora social. Gracias a esta experiencia, tiene una visión clara de las necesidades de los adultos mayores y los desafíos que enfrentan en la sociedad actual.

Se enfatizó la relevancia de la interacción intergeneracional para mejorar la calidad de vida de los adultos mayores. En palabras de la experta, muchas veces las familias descuidan a los adultos mayores debido a compromisos laborales y otras responsabilidades, lo que puede provocar sentimientos de soledad y aislamiento.

Además, se menciona la importancia de estimular las habilidades cognitivas en los adultos mayores. Durante la entrevista, mencionó que muchas veces estas personas sufren problemas de reflejos y coordinación, por el mismo desgaste de su edad. Para abordar estos problemas, sugiere actividades que impliquen interacción y estimulación mental, como juegos de mesa y actividades recreativas.

Se señaló que muchos no están familiarizados con juegos de mesa y otras actividades modernas debido a las diferencias generacionales. Este es un desafío importante para cualquier proyecto que quiera promover la integración intergeneracional. Ella resalta que la paciencia y la educación son fundamentales para enseñar a los adultos mayores a participar en estas actividades y hacerlas atractivas para ellos.

Durante la entrevista, la experta recomendó varias actividades que pueden ser beneficiosas para los adultos mayores. Sugiere fomentar la socialización para promover el tiempo de ocio y actividades que incluyan a adultos mayores. Entre las actividades recomendadas están las tareas domésticas simples, como pelar papas o realizar tareas ligeras, que pueden ser eficaces para mantener a los adultos mayores activos y comprometidos.

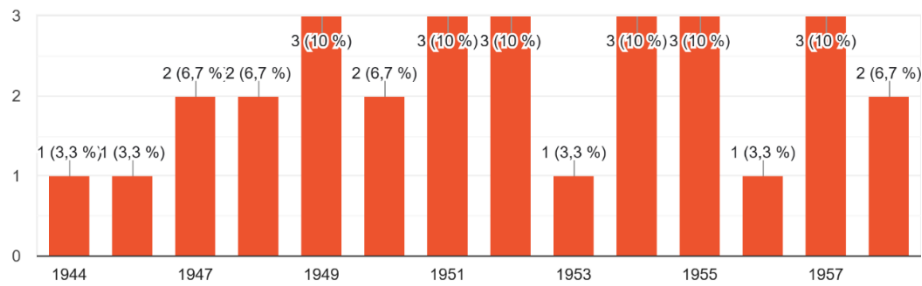
En conclusión, los juegos de mesa son herramientas útiles, para promover la interacción intergeneracional y estimular habilidades cognitivas en los adultos mayores. Sin embargo, es importante abordar temas emocionales con sensibilidad, evitando palabras y conceptos que puedan desencadenar sentimientos negativos.

10.3 Resultados de las encuestas realizadas al adulto mayor

Pregunta 1

Año de nacimiento. (Solo escribe el número)

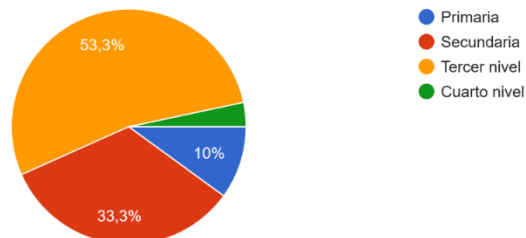
30 respuestas



Pregunta 2

Instrucción

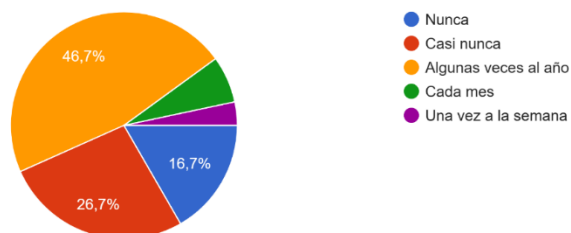
30 respuestas



Pregunta 3

¿Con qué frecuencia juegas juegos de mesa?

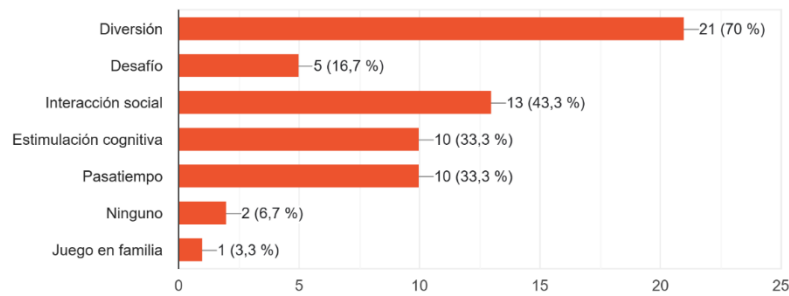
30 respuestas



Pregunta 4

¿Qué aspectos valoras más en un juego de mesa familiar? (Puedes elegir varias respuestas)

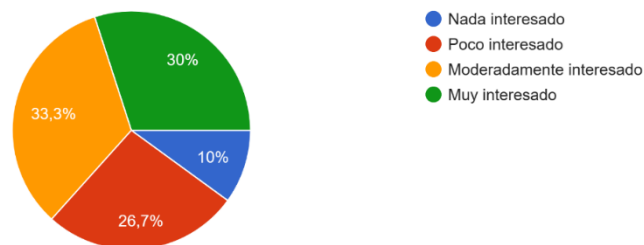
30 respuestas



Pregunta 5

¿Qué tan interesado estarías en un juego de mesa familiar con enfoque especial para ti?

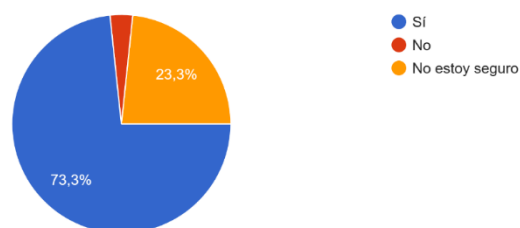
30 respuestas



Pregunta 6

¿Crees que "SATY" podría ser una actividad divertida para compartir en familia?

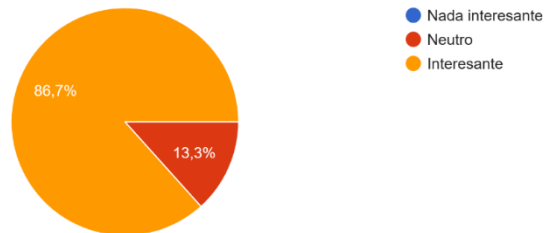
30 respuestas



Pregunta 7

¿Qué opinas sobre la inclusión de actividades cognitivas y preguntas relacionadas con el árbol genealógico en el juego?

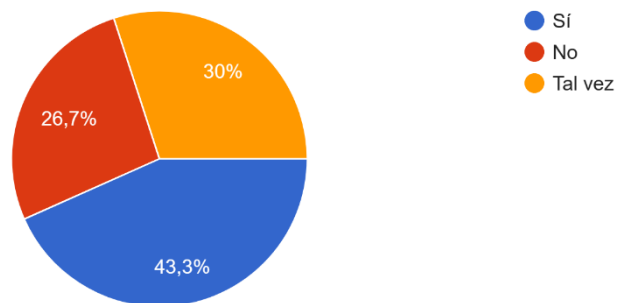
30 respuestas



Pregunta 8

¿Estarías dispuesto a comprar "SATY"?

30 respuestas

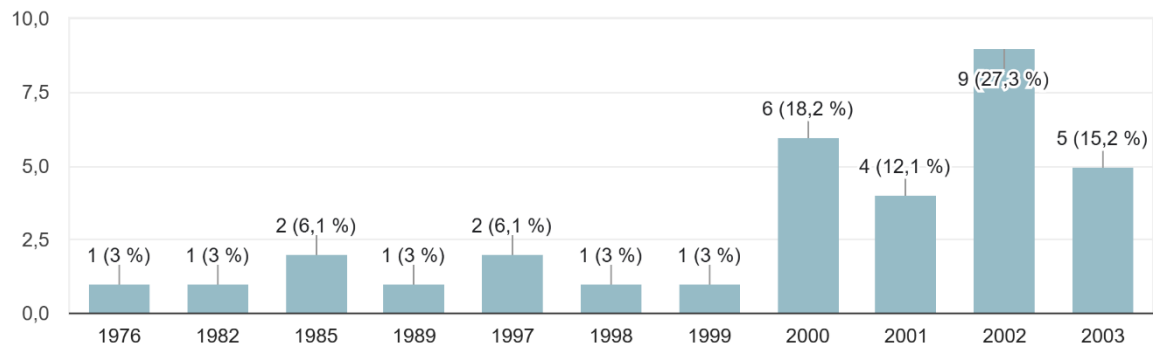


10.4 Resultados de las encuestas realizadas a los early adopters

Pregunta 1

Año de nacimiento. (Solo escribe el número)

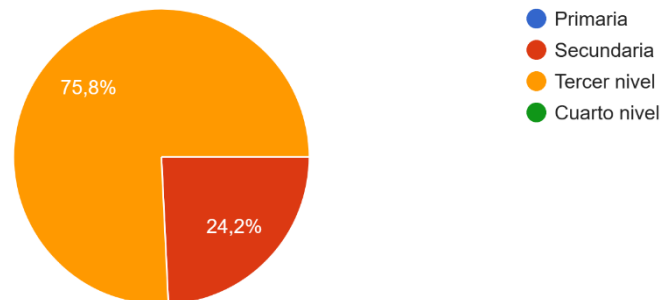
33 respuestas



Pregunta 2

Instrucción

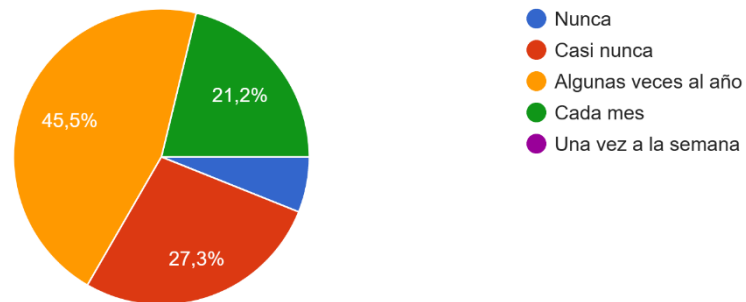
33 respuestas



Pregunta 3

¿Con qué frecuencia juegas juegos de mesa?

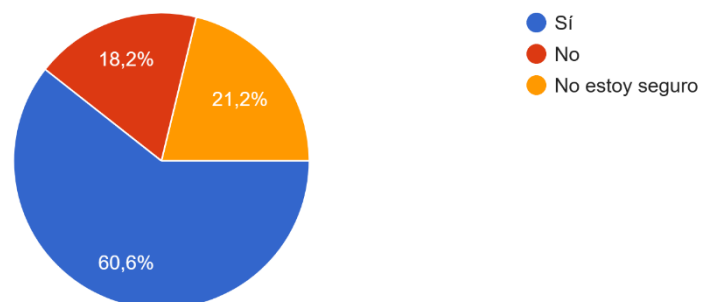
33 respuestas



Pregunta 4

¿Tienes un familiar adulto mayor en tu vida al que le gusten los juegos de mesa?

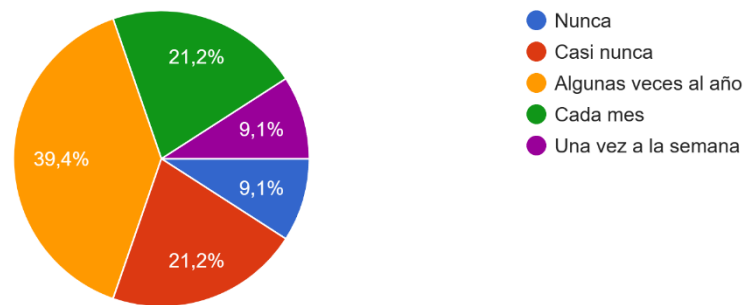
33 respuestas



Pregunta 5

¿Con qué frecuencia buscas actividades de entretenimiento para compartir con tu familiar adulto mayor?

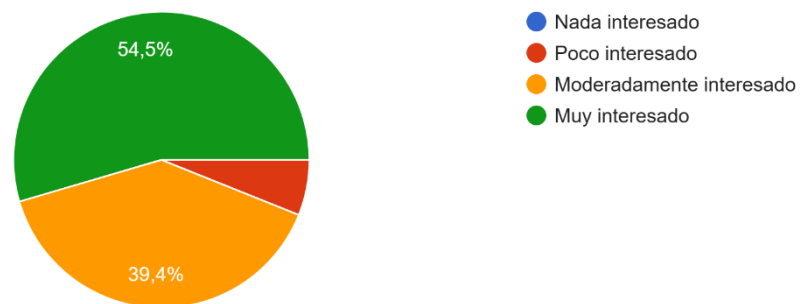
33 respuestas



Pregunta 6

¿Qué tan interesado estarías en un juego de mesa familiar con enfoque en el Adulto Mayor?

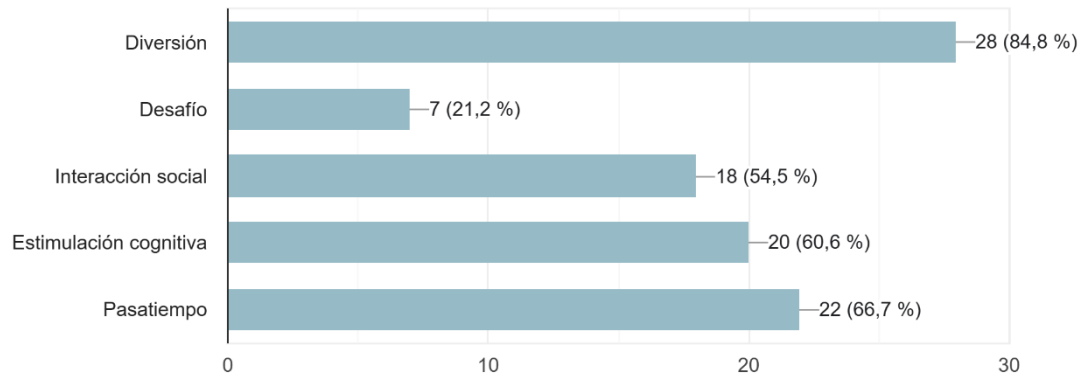
33 respuestas



Pregunta 7

¿Qué aspectos crees que podrían ser más atractivos para tu familiar adulto mayor? (Puedes elegir varias respuestas)

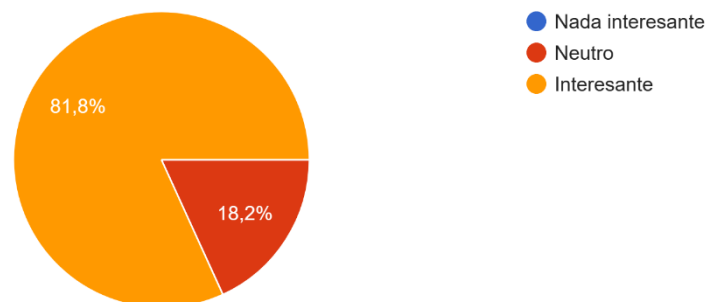
33 respuestas



Pregunta 8

¿Qué opinas sobre la inclusión de actividades cognitivas y preguntas relacionadas con el árbol genealógico en el juego?

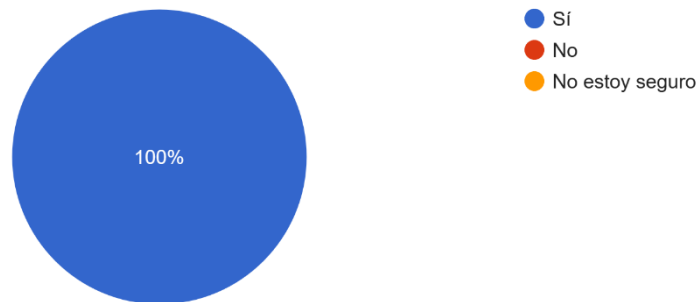
33 respuestas



Pregunta 9

¿Crees que "SATY" podría ser una actividad divertida para compartir en familia?

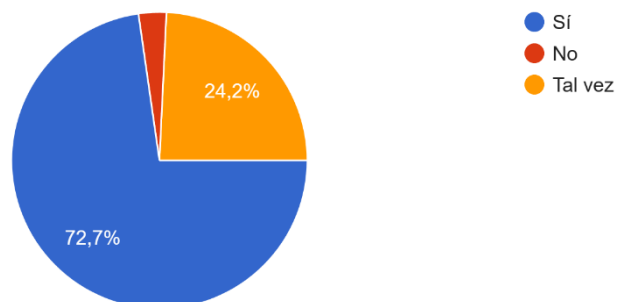
33 respuestas







Pregunta 10

¿Estarías dispuesto a comprar "SATY" como un regalo para un adulto mayor?

33 respuestas



10.5 Localización

SECTOR	PROPIETARIO	ARRIENDO	ESPACIO	FOTO	DETALLES	LINK
TABABELA	Espinel & Espinel Constructora e Inmobiliaria	1390	200m ²		Bodegas de lujo En el mejor parque industrial de Quito Amplias zonas de carga Guardiana 24/7 200m ² más parqueaderos	Bodegas de arriendo. Sector Tababela, Provincia de Pichincha - Plusvalía (plusvalia.com)
El Inca	BIENES RAICES ECUADOR	1500	858m ²		859 m ² Total 859 m ² Cubierta 1 Baño 2 Estacionamientos 5 Habitaciones 1 Medio baño 10 Antigüedad 2 Oficinas una planta baja y otra en 1er piso aproximadamente 40 m ² Una habitación que podría usarse como bodega Una habitación con baño completo Baño social Galpón Área total construida 858,79 m ² Frente 17.01 m Canon mensual USD 1.500 2 meses de garantía	Arriendo Galpón en Los Nogales: San Isidro del Inca, Provincia de Pichincha - Plusvalía (plusvalia.com)
La Pradera, Quito	Immobusiness S.A.	500	47m ²		Construcción oficina Área útil 47 mts ² Área interior Amplio espacio para instalación de muebles de oficina y equipos Área de cafetería Baño social Área exterior Un parqueadero Una bodega Áreas comunales edificio OMEGA Business Center Cafetería Salones Lounge Gimnasio Terraza Seguridad privada 24/7	Oficina por estrenar de renta. Sector La Pradera, Provincia de Pichincha - Plusvalía (plusvalia.com)
CARAPUNGO	CARLOS GUDIÑO	1840	440m ²		Galpón de 400 mts, más 40 mts de oficina, altura al cumbrero 6 mts, techos steel panel, pisos lisos de alto tráfico, paredes de bloque prensado, ingreso para trailers, parqueaderos, área de carga y descarga, patio de maniobras apta para almacenamiento y distribución, energía (ver datos, luz trifásica si esta fuera necesaria), cámaras de seguridad, propiedad segura, se encuentra a 5 minutos de la Panamericana Norte y el centro comercial "Portal Shopping". Valor del arriendo 1600 dólares más IVA.	Bodega en Renta Sector Carapungo, Provincia de Pichincha - Plusvalía (plusvalia.com)

10.6 Focus group retroalimentación

Objetivos de la Investigación:

Identificar y comprender la experiencia de los adultos mayores en aspectos relacionados con la salud física, mental, emocional y social, así como sus preocupaciones, necesidades y percepciones sobre la inclusión en la sociedad.

Preguntas de Investigación:

Introducción

Buenas noches, primero me gustaría agradecerles por aceptar nuestra invitación. Mi nombre es Camila, yo voy a ser la moderadora de esta reunión, y estoy acompañada de Mateo y Johan para poder llevar esta actividad a cabo. La finalidad de esta conversación es conocerlas un poco mejor, ya que, ustedes forman parte del segmento objetivo de nuestro proyecto de titulación.

Presentación

¿Cómo se llama y cuál es su comida favorita?

¿a qué se dedica?

¿Qué le gusta hacer para pasar el tiempo? ¿Cómo empezaron en el 60 piquito?

¿Realiza actividad física y actividades recreativas?

¿Está interesada en aprender cosas nuevas? ¿Si es así, como lo haría?

¿Qué cosas le hacen sentir felicidad?

¿Vive sola? Y si no ¿con quién vive?

¿Qué cosas le hacen sentir tristeza, frustración o impotencia?

¿Qué actividades disfrutaba en su juventud que ahora ya no realiza?

¿Qué problemas enfrenta desde que es de la tercera edad y como los soluciona en la actualidad?

¿Qué cosas siente que le faltan en la actualidad?

¿Qué actividades cotidianas encuentra difíciles de realizar?

¿Coménteme sobre la movilización, qué medios usa, qué le gusta y disgusta al momento de moverse?

Coménteme sobre su uso de tecnología, que dispositivos usa, ¿qué le gusta y disgusta al momento de usar herramientas tecnológicas?

¿Cómo le gustaría a usted que incluyan al adulto mayor en la sociedad?

Participantes:

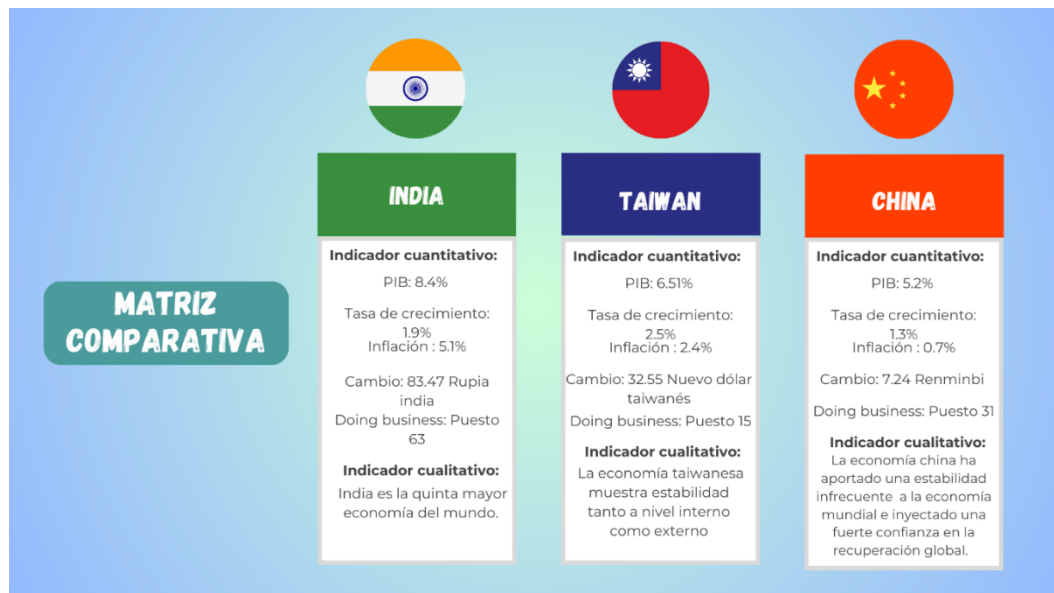
La audiencia objetivo de esta investigación son adultas mayores de diversas edades y que tienen en común su participación dentro del programa “60 y piquito”.

Análisis

El focus group proporcionó una amplia visión sobre las preocupaciones y experiencias de las adultas mayores en diferentes escenarios de su diario vivir. Con respecto a la salud física y mental, se identificaron preocupaciones como ansiedad, dificultades para dormir y preocupaciones por la salud. Estos problemas impactan significativamente en la calidad de vida de los adultos mayores. También se destacó la profunda sensación de soledad entre las adultas mayores, aumentada por la falta de socialización y cercanía con familiares y amigos. Igualmente contribuyen a este sentimiento de aislamiento el miedo a salir de forma independiente debido a dificultades físicas y preocupaciones sobre la movilidad y seguridad en las calles.

Con respecto a la tecnología y la educación, las participantes mostraron gran interés en aprender nuevas habilidades, como el uso de dispositivos tecnológicos (celulares), pero destacaron la necesidad de paciencia y apoyo de profesionales y en gran parte de familiares. La falta de práctica y la complejidad de ciertos dispositivos tecnológicos representan desafíos para las adultas mayores. Se observaron una variedad de emociones entre las participantes, como la felicidad al compartir con la familia hasta la tristeza por la pérdida de seres queridos y la incapacidad para realizar actividades que disfrutaban en su juventud.

10.7 Matriz comparativa



10.8 Focus group validación juego

Informe del Focus Group para validación

Objetivos de la Investigación

El objetivo principal de la investigación fue evaluar la percepción y la experiencia de los participantes al jugar un nuevo juego de mesa. Se buscó identificar tanto los aspectos positivos como negativos del juego, así como obtener recomendaciones específicas para mejorar el producto.

Preguntas de Investigación

¿Qué les gustó del juego?

¿Qué no les gustó del juego?

¿Cómo describirían el juego a alguien que no lo conoce?

¿Fue fácil jugar y entender las reglas?

¿Hubo alguna parte del juego que les resultó particularmente complicada?

¿Compararían este juego con otros juegos de mesa?

¿Estarían dispuestos a pagar por el juego y/o sus expansiones?

¿Cuánto tiempo consideran adecuado para resolver los desafíos del juego?

Introducción

Este informe detalla los resultados de un focus group realizado el sábado 08 de junio del 2024, para evaluar el nuevo juego de mesa SATY. El objetivo fue obtener una visión clara de la experiencia del usuario, identificar áreas de mejora y evaluar la disposición de los jugadores a pagar por el juego y sus posibles expansiones.

Participantes

Doménica Bustos 16 años (Hija)

Francisco Bustos 12 años (Hijo)

Alex Bustos 47 años (Papá)

Erika Guerrero 44 años (Mamá)

Rosa Cevallos 71 años (Abuelita)

Análisis y Recomendaciones

Los participantes valoraron positivamente la oportunidad de salir de la rutina a través del juego, destacando que fue una experiencia interesante y novedosa que promueve el razonamiento y el recuerdo de información. Sin embargo, algunos inicialmente experimentaron nervios y miedo debido a la percepción de que el juego requería habilidades de análisis avanzadas. Esta tensión inicial se atribuyó a la falta de familiaridad con los desafíos presentados. A medida que se familiarizaron con las reglas, los participantes encontraron el juego comprensible y agradable.

En cuanto a las mejoras sugeridas, los participantes recomendaron incluir un tutorial o guía rápida para facilitar el aprendizaje inicial y reducir la ansiedad. También propusieron equilibrar la dificultad de las tareas y ofrecer mazos de cartas adicionales para mantener el interés a largo plazo. Respecto al tiempo para resolver desafíos, se sugirió revisar y ajustar los tiempos para asegurarse de que sean adecuados. En general, los participantes expresaron disposición a pagar la cantidad de \$25 por el juego y \$7 por sus expansiones, enfatizando la importancia de la variedad y la rejugabilidad.

Implementar estas recomendaciones mejorará la accesibilidad y la experiencia general del juego, haciéndolo más atractivo para una amplia gama de jugador.