

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**  
**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL: PICA**  
**JHOANNA HENRIQUES**  
**SARA JOUTTEAUX**  
**ANA BELÉN MOLINA**  
**MAURICIO ONTANEDA**  
**MIRKO PATREL**  
**MARIA LUISA VALENCIA**

## Contenido

Introducción.....	4
2. Antecedentes.....	8
2.1 Presentación del cliente.....	8
2.3 Análisis de campañas similares (nacionales-internacionales) .....	11
2.4 Análisis de investigaciones similares .....	12
2.5 FODA .....	14
<b>2.6 Conclusiones de antecedentes.....</b>	<b>16</b>
3. Declaración del propósito .....	17
3.1 Objetivo general del proyecto .....	17
3.2 Descripción de grupo objetivo .....	17
3.3 Límites y alcances del proyecto .....	18
3.4 Análisis de oportunidades de mercado.....	19
4. Glosario de conceptos .....	23
4.1 Marco de conceptos para la investigación.....	24
4.1.1 Juego y juguete .....	24
4.1.2 La importancia del juego en familia.....	25
4.1.3 Vínculo afectivo.....	26
4.1.4 Terapia del juego .....	27
4.1.5 Desarrollo infantil integral .....	28
4.1.6 Celos entre hermanos .....	30
4.1.7 Teoría del apego.....	32
4.1.8 Príncipe Destronado.....	34
<b>4.1.9 Historia del juego .....</b>	<b>34</b>
4.1.10 Etapas del desarrollo .....	35
4.1.11 Marco Legal Ecuatoriano.....	37
5. Diseño metodológico .....	38
5.1 Objetivo general y específicos de investigación{on.....	39
5.2 Tipo de estudio y enfoque (cuantitativo, cualitativo, mixto).....	40
5.3Unidad de análisis.....	40
5.4 Muestra escogida .....	42
5.5 Técnicas a utilizarse.....	43
6. Resultados de Investigación.....	45
6.1 Encuesta a padres.....	45
6.2 Entrevista a padres. ....	53
6.3 Entrevistas a profesionales.....	56

6.4 Observación a niños.....	58
7. Conclusiones estratégicas .....	61
<b>8 Proyecto</b> .....	<b>63</b>
8.1 Objetivo General de Marketing:.....	65
8.2 Desarrollo de producto y marca .....	68
8.3 Precio.....	81
8.4 Plaza .....	83
8.5 Promoción.....	85
8.7 Etapas de la campaña.....	1
8.8 Borrador de presupuesto fundamentado.....	1
8.9 Piezas Creativas .....	4
9. Cronograma de actividades y roles .....	6
10. Bibliografía.....	7
Bibliografía.....	7

# 1. Introducción

El presente Proyecto de Aplicación Profesional se redacta, sustenta y evalúa para la obtención del título de tercer nivel, correspondiente a estudiantes de la Universidad Casa Grande de Guayaquil, pertenecientes a las Facultades Mónica Herrera y Ecología Humana.

Como iniciativa de la Universidad Casa Grande de aprovechar el deseo de Pica de crecer en el área de juguetes, se ha solicitado la creación de un **juguete didáctico**. Para tal fin se ha realizado una investigación con visión integral de las cinco distintas carreras: Educación Inicial mención Psicopedagogía, Educación Inicial mención Educación Especial; Diseño Gráfico y Comunicación Visual; Comunicación Social mención Marketing y Gestión Empresarial; Comunicación Social mención Relaciones Públicas.

Cada integrante del grupo se ha especializado en un área relevante en el tema, lo que ha permitido que se pueda aportar con los criterios y conocimientos y así encontrar una solución integral a la problemática infantil encontrada a partir de los sondeos realizados en centros de desarrollo infantil durante el tercer y segundo trimestre del año 2015.

La problemática a profundizar está relacionada con la llegada de un nuevo hermano y el impacto emocional que dicha situación conlleva. Por lo tanto, para poder llegar a una solución, se debe comprender el contexto del grupo familiar que vive esta situación y sus consecuentes situaciones psicológicas, además de todas las circunstancias que podrían vivir en sus entornos inmediatos (familia, comunidad, etc.). Para resolver el problema en cuestión se creará un juguete que ayudará al niño a atravesar este proceso de aceptar a un nuevo hermano.

El juguete, también entendido como un material didáctico, es comprendido como aquel objeto que permite al niño divertirse, aprender, socializar y desarrollar muchas de sus habilidades motoras, sociales, de lenguaje, sensoriales y cognitivas. Durante años este tipo de juguete didáctico ha sido una herramienta indispensable dentro de las ciencias de la educación, llamando la atención de los niños y motivando a los padres a comprarlos. Sin embargo, es necesario reconocer que en la actualidad la demanda de vacíos por satisfacer que presentan los niños y niñas a nivel mundial, ha experimentado constantes cambios dejando a un lado a muchos de los juguetes tradicionales como rompecabezas, muñecas, pinturas, disfraces, libros animados, entre otros; dándole paso a las tecnologías y a toda la gama de dispositivos electrónicos acordes con su tiempo, como lo es la era digital, globalizada, propia de las TIC (Scarpinelli, 2008). Así, se apropia del contexto de cada uno de los niños y entregar las herramientas necesarias para un desenvolvimiento eficaz y permanente. Es por esto, y debido a la clara realidad que presenta nuestro siglo XXI dentro del área infantil y todas sus circunstancias contemporáneas, que es indispensable establecer un plan que genere modificaciones y progresos dentro del sistema familiar en cuanto a sus interacciones lúdicas. Esto ayudará evitar desacuerdos dentro del mismo y así fortalecer los vínculos intrafamiliares, en los que se palpe al juego como un medio de aprendizaje y una oportunidad para mostrar interés ante las diversas situaciones que presentan los niños y sus familias, incentivando su unión.

Este proyecto investigativo y de carácter experimental presenta una completa viabilidad para llevarlo a cabo en un periodo de dos meses; estableciendo criterios claros como lo es la densidad poblacional (324.653 niños que nacieron en Ecuador en el 2013 (INEC, 2014)), misma que se presta para la población que podría estar en la problemática de manera constante dentro de nuestra sociedad específicamente en el sector socioeconómico

medio de la ciudad de Guayaquil, obteniendo un impacto dentro de toda la comunidad; logrando evidenciar la ausencia de conocimientos para poder abordar el tema dentro de las familias, por lo que es indispensable generar un punto de ayuda para cada una de estas.

Por otro lado se considera necesario e indispensable la realización de este proyecto, en respuesta a los conocimientos y herramientas entregadas por la Universidad Casa Grande hacia cada uno de los alumnos, permitiendo ser entes generadores de cambios políticos, económicos, sociales y humanos; así como educativos, velando por el bienestar del futuro de la sociedad; los queridos niños, entregándoles en esta oportunidad un producto de calidad que aporte en su diario vivir.

Debido al apoyo e interés expresado por medio de las instituciones que proveen la información pertinente y exacta frente a esta problemática; así como la disposición y entrega por medio del cliente Plásticos Industriales PICA, es esencial brindar un producto capaz de producir resultados óptimos ante esta situación crítica que afecta directamente a padres y a hijos de la sociedad ecuatoriana; retribuyendo así la apertura entregada por las mismas.

Cada año el macroambiente y las fuerzas del mercado generan nuevos cambios y desafíos, lo que crea la necesidad en las empresas de innovar en juegos para los pequeños. PICA tiene un posicionamiento en el mercado de ser una empresa que comercializa productos plásticos de buena calidad y bajos precios, sin embargo requiere de nuevas estrategias que impulsen los diferentes departamentos de manera integral y no estacional. En estos años, las tendencias que han influenciado con mayor impacto en el mercado de juguetes son tecnológicas, y por este motivo PICA ha creado juguetes combinados de plástico con

herramientas digitales, por ejemplo Ciccio Lisa quien viene con una Tablet que enseña los colores, letras, números y formas.

Actualmente, en el país se presentan normativas de seguridad en relación a los juguetes, lo que implica que todo juguete necesita una revisión técnica para que sea aprobado para la venta. Según el Reglamento Técnico Ecuatoriano PRTE INEN 089 *Seguridad de los Juguetes* (2014), se crean y modifican los requisitos con el objetivo de combatir y prevenir enfermedades y riesgos en la salud de las personas que lo compren y utilicen, tanto niños o adultos.

Estos lineamientos de seguridad de prevención en los juguetes son válidos para los productos nacionales e importados que se comercializan en el Ecuador para los niños de edades inferiores de 14 años. (MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD-SUBSECRETARÍA DE LA CALIDAD, 2014). En la revisión técnica previa a la venta se incluyen todos los juguetes como muñecas y muñecos, rompecabezas, juguetes de construcción como legos, bloques, triciclos, carros, bicicletas, juguetes de instrumentos musicales.

A continuación se exponen los antecedentes que se presentan al cliente y su variedad de productos, un poco del macro ambiente latinoamericano y local, y que muestran la problemática existente en el país y cómo ésta afecta al núcleo familiar. Luego de este apartado de texto se presenta la investigación realizada junto a sus resultados y conclusiones, los cuales exponen la situación y directrices para posibles soluciones.

## 2. Antecedentes

### 2.1. Presentación del cliente

De acuerdo a lo que indica su página web actualmente, la empresa Plásticos Industriales C.A. (PICA) es una de las empresas más importantes de la industria de plásticos del Ecuador, la cual produce artículos de hogar, mobiliario, calzado e industria a gran escala. PICA inicia sus actividades de elaboración y comercialización de productos de material plástico en Guayaquil con dos máquinas inyectoras y seis obreros, siendo una cubeta de hielo el primer ítem en el año 1961; y convirtiéndose en pionero en la industria de calzado y botas de PVC, en 1964. Para mayor abarcamiento de mercado también incursionó en la categoría de juguetes desde la década del setenta; en donde están incluidos Travelina y Ciccio Bello, los cuales ya se han hecho tradición en el país. (PICA, 2014)

En América Latina, PICA ha llegado a ser la empresa con mayor variedad de producción en una misma fábrica. Es la marca líder en la mayoría de categorías que participa: plásticos, sandalias, juguetes nacionales, etc. Es socialmente responsable, practicando procesos de disminución de impacto ambiental y dando una mano en proyectos de apoyo a la niñez y áreas con mucha pobreza en el país. Además ha logrado tener recordación en los consumidores al punto de convertirse en el genérico para las categorías; por ejemplo en productos de baño, calzado de lona, accesorios de cocina, organizadores, muebles, maceteros, juguetes, sandalias, botas, productos industriales, entre otros. La industria cuenta con varias líneas de producto, así como una variedad de marcas. Algunas de las líneas son: Línea Ambassador (línea top de PICA), Línea Hogar para el uso dentro y fuera de casa; Línea Premium Garden; Línea Estelar de muebles; Línea Industrial, Línea KIT de



calzado que combina lona y suela de PVC, Línea Bora Bora de zapatillas elaboradas con suelas de planchas micro porosas; Línea Botas 7 Vidas y Línea Juguetes PICA. (MacroVisionMedia, 2007)

La misión de PICA es proveer a sus consumidores productos y servicios de calidad, mediante la innovación permanente y la valoración de sus marcas, logrando así mantener su liderazgo en el mercado y asegurar la prosperidad de accionistas y colaboradores.

Desde 1990 su Gerente General es José Antón Bucaram, quien afirma que lo que ha mantenido el liderazgo de la compañía durante 50 años es su búsqueda de ser no solamente productores de plásticos sino también comercializadores de soluciones para áreas empresariales, institucionales, comerciales y gubernamentales (Barrezueta, 2012). Por esto y algunas razones más, para PICA es muy importante la satisfacción del cliente a lo largo de toda su cadena; tanto de proveedores como de consumidores finales. Además, buscan la innovación constante, creando nuevas líneas y productos que se mantengan siempre al alcance y sean funcionales para las familias ecuatorianas.

## **2.2. Presentación del grupo objetivo**

Padres de familia ecuatorianos de NSE medio (C+) de 25 a 35 años que tengan mínimo un hijo y estén a la espera de otro, o recién nacido. Tienen mínimo un hijo/a de 2 a 5 años. Estas parejas son personas trabajadoras que suelen dejar a su hijo con algún familiar, con el que en algunos casos conviven en la misma casa (padres y/o hermanos) o en guarderías locales mientras trabajan; pero cuando llegan a su hogar le dedican tiempo de calidad a los suyos.

Las mujeres son a la vez ama de casa, por lo que dividen su tiempo entre los mandados del hogar, su trabajo y su familia. Los hombres ayudan en estas labores pero se especializan en las labores más fuertes.

En Guayaquil viven en ciudadelas como Samanes, Sauces, Alborada, Guayacanes, Acacias, La Guangala, La Atarazana, Centro de la ciudad, Orquídeas, Vía a Daule y en cantones como Daule y Nobol.

Las familias de este público tienen estudios primarios y secundarios completos. Tienen en sus viviendas equipos de sonido, televisores, computadora de escritorio, laptop, línea blanca completa y están asegurados por el IESS según la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico del INEC realizada en el año 2011.

Los lugares de consumo son los centros comerciales en donde compran ropa, comen con su familia en los centros de comida y de vez en cuando van al cine a vermouth con sus hijos o los miércoles locos ya que buscan pasar tiempo de calidad en familia, sin embargo siempre buscan actividades en las que se pueda ahorrar; por lo que son muy sensibles a las promociones también. Buscan darse pequeños lujos de vez en cuando, por ejemplo tener celulares de último modelo, y siempre buscando facilidades de pago, como el crédito.

Se escogió este grupo ya que es un público amplio, son clientes casuales de los lugares en donde PICA ofrece sus productos. Además suelen tener más de dos hijos lo cual acentúa la problemática y debido a su nivel socioeconómico y prioridades de consumo (como alimentación, vestimenta, educación), no invierten en ayuda profesional sino que piden ayuda a familiares, por lo que muchas de las veces las soluciones no son funcionales y el problema no desaparece.

### 2.3. Análisis de campañas similares (nacionales-internacionales)

Actualmente existen productos similares a “Super Ñaño” como lo son las *Dolls by Berenguer* ya que son una de las muñecas más reconocidas a nivel mundial. Según (Guerrero, 2005) son diseñadas originalmente en España, fabricadas en el sur de China y desde las oficinas de JC Toys en Hong Kong y Miami, distribuidas por todo el mundo. Muñecas Berenguer son una colección con cualidades de bebés realistas lo que las hace únicas en la venta, existen diferentes líneas de muñecas variando la ropa de la muñeca y los accesorios. Salvador Berenguer es el escultor de las muñecas, quien las produce en su ciudad natal, Alicante, y extiende su venta en toda España. José Luis Cerdá destaca que el éxito de la marca se debe a Salvador a quien lo llama el mejor diseñador de muñecas. Cerdá también tiene derechos de las muñecas y es él quien pasa seis meses del año supervisando el trabajo en las oficinas de Hong Kong.

Otro de los productos similares es *Bebés Reborn* que son muñecas bebés coleccionables. Estas muñecas son particulares debido a que se confeccionan de acuerdo a

los aspectos físicos de un bebé real, es decir su peso, color de cabello, color de piel, color de ojos, peso de la cabeza etc., lo cual es necesario dedicar mucho tiempo y paciencia en la creación de una de ellas ya que se debe conseguir un aspecto y peso real. Según (Morales, 2013) se le da diferentes usos a estas muñecas como método de prevención de embarazo en adolescentes, terapia con personas mayores, práctica antes del nacimiento del bebé o simplemente como forma de juego. Los consumidores lo compran por colección o como recuerdo de sus hijos mayores.

Comprar un Bebé Reborn implica de muchos cuidados para la conservación ya que el material requiere de diferentes cuidados como limpieza, cuidados en relación a la temperatura. “Cabe destacar que con los muñecos Reborn no se busca sustituir a un ser vivo ni mucho menos a un ser querido, sino que se utilizan como terapia ocupacional y como coleccionismo (Morales, 2013)”.

## 2.4. Análisis de investigaciones similares

A partir del trabajo de titulación “La experiencia de tener un hermano en niños de ocho a diez años” es posible rescatar el impacto de tener un hermano en la edad mencionada. Para llevar a cabo dicha investigación fue necesario analizar los casos de 8 niños en tal situación. En el documento se describen los celos iniciales, la rivalidad, la envidia que siente el hermano mayor al verse desplazado por el nuevo hermano enfatizando en los cambios de estos sentimientos con las futuras relaciones. En la sección de investigación se dividió en tres segmentos los cuales explicarán cuales son las consecuencias y actitudes ante la llegada de un nuevo miembro a la familia.

En la teoría de Freud se explica en la teoría del orden del nacimiento (HC Lindgren, 1972), la caída narcisista y los celos que posee el hermano mayor ante su hermano menor, empieza a competir por el amor de sus padres que lo cree perdido por la llegada de este nuevo miembro.

Es muy probable que la llegada de un hermano sea vista como una experiencia traumática para el niño principalmente en la rivalidad que le quita la atención de sus padres, así mismo la llegada de este hermano puede brindar al primogénito a través del tiempo compañía, amor y fidelidad que ninguna otra persona se lo podrá brindar, mediante la participación de diferentes actividades en la vida cotidiana de los dos.

Ante toda esta problemática, surge un tema acerca de cómo viene este nuevo miembro a la familia dando paso a un aspecto sexual de la explicación de la llegada del hermano. Este tema lo deben de abordar los padres para que el hijo pueda sentirse seguro al momento de intervenir en este tema. Más allá de los aspectos negativos que se presentan en el documento, existe una experiencia que el hermano mayor llega a vivir con este nuevo miembro, se trata de observar, revivir todo el proceso de cuidado que también tuvo el primogénito ante su llegada por ejemplo el baño, la alimentación, el sueño, el juego. Tras observar y hacerse partícipe de esta experiencia el niño reflexiona los sentimientos que los padres le brindaron a él durante su llegada.

En cuanto al diseño metodológico se lo desarrolló a través de un paradigma cualitativo, obteniendo una muestra homogénea de ocho a diez años de los cuales son seis

niños y dos niñas de la ciudad de Lima de un nivel socioeconómico medio.

Se utilizaron láminas con la cual se pide representar una historia con las imágenes que se expusieron, además se solicitó crear un dibujo de unos hermanos.

Con respecto a los resultados se distinguió tres momentos principales. El primer momento acerca de la aspiración de tener un hermano, el segundo momento transcurre en los últimos meses de gestación y los primeros meses del bebé y por último ocurre con la imaginación de tener que convivir con alguien más para toda la vida.

En conclusión, se pudo constatar todas las afirmaciones dichas por los psicoanalíticos acerca de los cambios conductuales y emocionales ante la llegada de un hermano así mismo como estos cambios pueden adecuarse ante la explicación idónea para el primogénito.

## 2.5. FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● PICA es empresa líder en industria de plásticos.</li><li>● Es socialmente responsable.</li><li>● Los productos de PICA están al alcance de todos.</li><li>● Existe buena relación entre PICA y el stakeholders.</li><li>● Las líneas de PICA abarcan gran variedad de productos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Las industrias plásticas de Colombia tienen buenas relaciones con los otros países y están abiertas a networking.</li><li>● El mercado está buscando productos de buena calidad y bajo precio.</li><li>● El gobierno ecuatoriano está buscando reforzar la producción nacional.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● PICA se está adaptando bien ante las leyes regulatorias, según el Gerente General. (Barrezueta, 2012)</li> <li>● Según publicaciones del diario El Telégrafo: Las ventas navideñas de PICA representan el 7% de la facturación de Juguetón, con la producción de más de 770 mil unidades de juguetes (Tapia, 2014).</li> <li>● El beneficio social del producto hará ver a la empresa interesada por la parte humana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Existen campañas que impulsan a consumir productos ecuatorianos.</li> <li>● A la cultura indígena le interesa la estimulación temprana y podría ser un nicho potencial.</li> <li>● Enfocarse a las distintas culturas ecuatorianas haría ver a PICA como una empresa más inclusiva.</li> <li>● El mercado ya tiene posicionada la marca PICA debido a su trayectoria.</li> <li>● Es una tendencia vivir en búsqueda de la salud holística, incluyendo a los de temprana edad.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● PICA está posicionado como productos plásticos para el hogar, y su categoría de juguetes no es la primera preferida por el público.</li> <li>● Al dirigirse a un público medio bajo, los segmentos más altos perciben una calidad inferior y no tienen un concepto positivo de PICA (precio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● A la industria ecuatoriana de plásticos le falta presencia en ferias internacionales.</li> <li>● Colombia es uno de los fabricantes de plástico en Latinoamérica con más fuerza en la industria.</li> <li>● Existen otras fábricas de plástico en Ecuador con un portafolio de</li> </ul>

<p>vs calidad).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● PICA no genera publicidad de juguetes para los consumidores (más que Travelina y CiccioBello).</li> <li>● Los costos de las importaciones ocasiona que los productos tengan cada vez menos accesorios.</li> <li>● Es una limitante que no se pueda utilizar más que plástico.</li> <li>● Los costos incurridos en la realización de los juguetes limitan a que la categoría de juguetes se diversifique.</li> </ul>	<p>productos muy parecido al de PICA.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Las leyes impuestas por el gobierno limitan las inversiones extranjeras en el país.</li> <li>● Los aranceles están complicando las importaciones, lo cual puede perjudicar a PICA por algunos accesorios que no se pueden fabricar en el país.</li> <li>● La gran mayoría prefiere productos internacionales debido a su calidad posicionada por las marcas importadas.</li> </ul>
--	---

## 2.6 Conclusiones de antecedentes

Para concluir los antecedentes, se podría decir que existen muchas amenazas en la industria creciente del plástico, pero PICA tiene muchas fortalezas con las cuales está sobrellevando con éxito estas situaciones. Además, es una industria con mucha competencia local y nacional, con una alta demanda tanto del público objetivo como de los proveedores interesados en que ésta industria siga creciendo. Las tecnologías están avanzando y por ello, se podrá crear juguetes que ayuden a solucionar problemáticas sociales, como lo es el objetivo de este proyecto.



En cuanto a la investigación analizada, se puede concluir que existen cambios negativos como positivos tanto conductuales como emocionales en los niños y niñas de 8 a 10 años de la ciudad de Lima ante la llega de un nuevo hermano a la familia. Siendo así que el niño pueda sentir amenaza, celos, rivalidad por compartir el amor de sus padres. Estos cambios varían dependiendo de la comunicación que tienen los padres de familia hacia su hijo para expresar esta noticia integrándose en todas las actividades y tareas que implica la llegada de un nuevo miembro a la familia.

### 3. Declaración del propósito

#### 3.1 Objetivo general del proyecto

Crear un juguete didáctico y atractivo que ayude a las familias ecuatorianas a concientizar y prepararse para el recibimiento de un nuevo miembro, fortaleciendo la importancia del vínculo entre hermanos mediante el cuidado y la protección; además de crear una alternativa de producto rentable para PICA.

#### 3.2 Descripción de grupo objetivo

Grupo primario:

Niños y niñas de NSE medio, que viven en las zonas urbanas junto a sus padres y se encuentran a la espera de un nuevo/a hermano/a. Su edad oscila entre los 2 a 5 años y dentro

de su rutina diaria se encuentra la realización de actividades relacionadas a la escolaridad y el aprendizaje, como lo es la asistencia a centros de desarrollo infantil o educativos, en donde establece relaciones sociales con sus pares y con sus maestras, para posteriormente llevar a cabo sus tareas dentro del hogar. Del mismo modo se desenvuelven en actividades recreacionales y lúdicas, así como de entretenimiento digital.

### 3.3 Límites y alcances del proyecto

Alcances:

- Estrechar el vínculo fraterno: El juguete promoverá que el hermano mayor logre interiorizar un papel de seguridad y protección para el hermano recién nacido, facilitando a los padres de familia una solución ante la problemática de desplazamiento por parte del segundo.
- Fortalecer el vínculo entre padres e hijos:
- Fomentar una cultura comprensiva y consciente ante la problemática
- Capacitar al hermano mayor para desenvolverse con eficacia ante las necesidades familiares acerca del hermano menor
- Capacitar a los padres de familia a tener un buen manejo de la situación en el momento que ocurra.

Límites:

- Vigencia: El muñeco está supuesto a ser funcional solamente para los niños hasta 5 años.
- Reestructuración familiar en caso de familias disfuncionales
- Aprendizajes cognitivos, no de desarrollo emocional
- Solo se debe utilizar plástico o eva como materia prima
- Los costos incurridos en la realización del juguete limitan a que la categoría de juguetes se diversifique.

### 3.4 Análisis de oportunidades de mercado

#### Social

Todos los países atraviesan por cambios debido a tendencias que se introducen en la sociedad, ya sea que localmente o con influencias externas. Cual sea el caso, el ámbito social de un territorio es determinante para muchas de las decisiones que toman las empresas día a día.

Según Eugenio San Martín Truffly, director del Servicio Nacional de Menores de Chile, “la salud es un tema central [...] y cada día aumenta la tendencia a mirarla desde una óptica integral [...]. En las primeras etapas de vida cobra cada vez más relevancia” (SENAME). Esta tendencia se puede ver reflejada en todas las clases sociales y hasta en los pueblos pequeños, de una forma tropicalizada a sus costumbres. Por ejemplo Bacilio Pomaina de Colta, Chimborazo, es docente del Instituto de Saberes Andinos Jatun Yachay Wasi, investiga sobre metodologías de enseñanza-aprendizaje en el sector indígena, y junto a su esposa, Ana Lema, las practican con su primer hijo.

“Los ejercicios de estimulación temprana que practicamos son una recopilación de los saberes de nuestros ancestros”, indica Bacilio (Márquez, 2015). Esta cultura se basa mucho en su pasado, sin embargo las prácticas no se alejan de las bases de la estimulación temprana practicada en las grandes ciudades, como lo son los juegos que involucran colores, olores, en este caso de las plantas; y sonidos de los instrumentos andinos. Esto indica que las personas están interesadas en el bienestar de sus hijos sin importar su cultura, creencia o lugar que habiten y es un mercado al que PICA podría llegar sin problema.

### Político

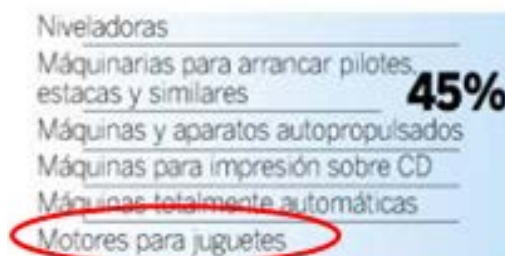
Desde un punto de vista positivo, todas las debilidades que se pueden reforzar y fortalecer, y todas las amenazas con buenas estrategias son oportunidades potenciales; por lo que se ha encontrado varias situaciones de mercado que podrían perjudicar a las industrias, sin embargo también podrían ser cambios muy buenos para ellas.

Según el diario El Comercio, la Resolución 11, es una ley que fija una sobretasa arancelaria del 5% y hasta el 45% a 138 bienes de consumo, de capital, entre otros. Esta ley fue aceptada por la Organización Mundial de Comercio (OMC), emitida el 6 de marzo del 2015 por el Comercio Exterior y con vigencia desde el 11 de marzo; y busca reducir USD 2 200 millones de importaciones para evitar las consecuencia de la apreciación del dólar y caída de los precios del petróleo, la cual tiene un impacto en la economía nacional. (Enríquez, 2015)

Es cierto que causa incomodidad al momento de pensar que los costos de algunas partes de los productos subirían, por ejemplo los mecanismos utilizados para que los muñecos se muevan o hablen los cuales se importan de China; pero también muestra una oportunidad de invertir en nuevos sistemas locales de producción de estos mecanismos, lo cual a largo plazo, generaría abaratamiento de costos; así como de otros elementos de producción.

Esta medida para equilibrar Balanza Comercial del Ecuador y regular el nivel de las importaciones tendrá una duración de 15 meses, durante los cuales se evaluará periódicamente y luego se realizará un cronograma de desgravación (Redacción de Negocios , 2015).

A continuación se puede observar que los juguetes y los motores de juguetes están dentro del grupo de tasa arancelaria del 45%. Esto quiere decir que si un muñeco importado y con un 5% de margen de ganancia, normalmente cuesta \$50,00, ahora costaría \$72,50.



Niveladoras	
Máquinarias para arrancar pilotes, estacas y similares	45%
Máquinas y aparatos autopropulsados	
Máquinas para impresión sobre CD	
Máquinas totalmente automáticas	
Motores para juguetes	

Fuente: *Grupo de productos gravados* [cuadro].(s.f.). Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/10/nota/4643781/ropa-importada-pagara-sobretasa-45>

ESTOS SON LOS PRODUCTOS AFECTADOS			
SOBRETASA DEL			
5 %	15 %	25 %	45 %
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cables</li> <li>• Electrificaciones de cercas</li> <li>• Elevadores</li> <li>• Compresores para vehículos</li> <li>• Herramientas de jardinería o agricultura</li> <li>• Cisternas de aluminio</li> <li>• Tubos de perforación</li> <li>• Perlas, esmeraldas, rubíes</li> <li>• Telas y artículos de hilado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrumentos de medición eléctrica, tensión o radiación</li> <li>• Detectores de humo</li> <li>• Taxímetros</li> <li>• Contadores de agua</li> <li>• Bicicletas, llantas y frenos</li> <li>• Parlantes</li> <li>• Convertidores de energía</li> <li>• Máquinas para amasar cemento</li> <li>• Máquinas para obras públicas</li> <li>• Cajeros automáticos</li> <li>• Calculadoras</li> <li>• Básculas</li> <li>• Motores</li> <li>• Herramientas como martillos, taladros o pinzas</li> <li>• Puertas y ventanas</li> <li>• Clinker</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piezas para ensamblar vehículos variados</li> <li>• Tubos y canalones, excepto los de cerámica</li> <li>• Calzado</li> <li>• Cinturones de seguridad</li> <li>• Paños para fregar</li> <li>• Mantas</li> <li>• Ropa de algodón, lana o fibras sintéticas</li> <li>• Bebidas alcohólicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salsas y condimentos</li> <li>• Jugos, pastas y harinas</li> <li>• Alimentos de carácter suntuario</li> <li>• Frutas y verduras</li> <li>• Carnes y pescados</li> <li>• Tampones</li> <li>• Encendedores</li> <li>• Artículos deportivos como pelotas o raquetas</li> <li>• <b>Juguetes</b></li> <li>• Muebles</li> <li>• Instrumentos de música</li> <li>• Gafas de sol</li> <li>• Cámaras de fotos</li> <li>• Aviones, barcos y motos</li> <li>• Camiones y hormigoneras</li> <li>• Decodificadores</li> <li>• Artículos audiovisuales (televisión, radio, etc.)</li> <li>• Electrodomésticos</li> <li>• Impresos, carteles y grabados</li> <li>• Tabaco</li> </ul>

FUENTE: COMERCIO EXTERIOR

Fuente: *Paquetazo económico Ecuatoriano* [cuadro].(s.f.). Recuperado de: <http://www.ecuadornoticias.com/2015/03/paquetazo-economico-3000-productos.html>

Esto se suma a que, desde el 2014 las jugueterías ecuatorianas sustituyeron el 25% de productos importados, por lo que la compañía ha duplicado su producción de pelotas y muñecas además de que aumentaron un 35% de la producción en general, llegando a 780000 unidades, cuando el número promedio era de 600 mil unidades y el crecimiento anual era de un 10%; y disminuyeron un 30% de los productos o accesorios que importaban; según Mariuxi Zea y Paola Escobar, (El Universo, 2014) (Tapia, 2014) directora de Marketing y gerente de la división de juguetes PICA, respectivamente. Esta reducción de productos traídos del exterior fue generada debido al deseo del Gobierno de disminuir las importaciones y así impulsar la producción nacional con requisitos técnicos emitidos en diciembre del 2013.

Con esta información podemos llegar a la conclusión de que en el mercado ecuatoriano se están abriendo oportunidades tanto político-económicas como sociales, por lo que PICA podría aprovechar, posiblemente invertir y tomar a estas situaciones por las riendas para generar de ellas productividad, a pesar del riesgo que esto podría traer; y tener un índice más alto de ganancias.

#### 4. Glosario de conceptos

- **Desarrollo infantil:** “El desarrollo integral infantil hace referencia a un crecimiento armónico del apartaje y funcionalidad sensorial, perceptiva, psicológica, intelectual, motriz, física y del lenguaje. Este crecimiento se da especialmente durante etapas críticas del desarrollo y maduración neurocerebral del individuo (Tinajero, 2008)”.
- **Desarrollo socio afectivo:** El desarrollo socio afectivo incluye los procesos de actualización del conocimiento del entorno y de sí mismo, que permiten la significación y conocimiento de conductas afectivas en el propio sujeto y en los demás, con el fin de alcanzar una mejor adaptación en el medio (Vásquez, 2011).”
- **Vínculo afectivo:** “El vínculo afectivo hace referencia al lazo afectivo que emerge entre dos personas y que genera un marco de confianza en el otro y en la vida, en un contexto de comunicación y de desarrollo (Urizar, 2012).”
- **Entorno social:** “Es llamado contexto social o ambiente social, es la cultura en la que el individuo fue educado y vive, y abarca a las personas e instituciones con las que el individuo interactúa en forma regular (Peñaranda, 2013).”

- **Celos infantiles:** “Los celos infantiles surgen ante las amenazas erróneas o no que el niño percibe respecto a la vinculación afectiva con su madre. Son personas que suelen considerar que, son menos querías que antes. Los celos suelen aparecer a partir del año y medio de vida y pueden prolongarse hasta los 7 años de vida (Pérez M. L., 2011).”
- **Reforzador positivo:** “Un reforzador positivo es un estímulo (evento, conducta u objeto) cuya presentación contingente a una conducta da lugar a un aumento o mantenimiento de esta, de modo que este aumento o mantenimiento es menor o no se da cuando la presentación es no contingente (Arturo Bados, 2011)”.

## 4.1 Marco de conceptos para la investigación

### 4.1.1 Juego y juguete

Los juguetes son el material más significativo que poseen los niños, les permiten crear un espacio personal, en donde ellos se desenvuelven desde un rol específico. Existen muchas definiciones en cuanto al concepto juguete pero en sí este no es más que una forma de recreación y diversión para el niño. “El juguete es cualquier objeto que se utiliza con un fin distinto al que está concebido (...) el juguete debe tener calidad material, lúdica y pedagógica (McGraw, 2010)”. En base a las normas propuestas por la constitución de la República del Ecuador los juguetes, deben ser fabricados de modo evidente para ser utilizado con fines de juego o entretenimiento por niños menores de 14 años.



Cuando un niño tiene la completa disposición para jugar beneficia indirectamente a mejorar su desarrollo integral, ya que se estimulan otras áreas como la socialización, el lenguaje, la motricidad, incluso aspectos relacionados a la psicología del niño, su personalidad y carácter.

A través de los juegos se expresan situaciones de la vida cotidiana, en algunas oportunidades, circunstancias negativas en las que se involucran los sentimientos de los niños, logrando modificar y establecer distintos desenlaces de las mismas. Es necesario reconocer que inclusive dentro de este tipo de juego, se refleja la capacidad de los niños, verificando su totalidad creatividad debido a que son los autores de esta nueva forma de juego; es decir que por medio del juego se logra observar y evaluar el grado de capacidad que tiene el niño para poder crear una situación ideal para él.

Según McGraw (2010) el juego es la forma en la que los niños interactúan con sus pares y con aquellas personas que se encuentran en su entorno. Permitiendo al juego ser un medio en el cual los niños logran adquirir aprendizajes, tales como respetar a otras personas, aceptar las condiciones del juego, creatividad para modificar las reglas, tolerancia a los tiempos y espacios, institución de valores, etc.

#### 4.1.2 La importancia del juego en familia

Muchas veces los padres no logran compartir este momento tan especial para los niños que es el juego ya sea por factor tiempo, responsabilidades o simplemente por falta de compromiso. En realidad el poder compartir mediante un juego en familia contribuye completamente el desarrollo de los niños de manera significativa, debido a todos los elementos educativos, emocionales y psicológicos que se van reforzando, así como el fortalecimientos de los vínculos familiares, el autoestima y la seguridad por parte de cada miembro de la familia al comprender que existe este núcleo al que pertenece, es por ello que se ve indispensable llevar a cabo estos periodos de juego dentro de la rutina familiar, en muchos casos la ausencia de este juego se ve relacionada a causas laborales y a una falta de compromiso, conocimiento y responsabilidad por parte de los padres en nuestra sociedad.

Crear un juego complejo no es necesario para poder entretener y ayudar a un niño, simplemente una actividad en donde se interactúe generará los beneficios establecidos previamente. Crear esos momentos en familia va a aportar mucho al niño en valores y sobretodo una relación óptima con los adultos.

### 4.1.3 Vínculo afectivo

Según Tinajero (2008) la calidad de los vínculos afectivos constituye un relevante fondo de experiencias que marcarán la vida del niño. Existe un consenso generalizado de que la relación madre-padre-niño, especialmente durante los primeros años de vida, deja en este último una huella indeleble que lo marcará el resto de su vida.

Así mismo Bowlby (1986) sugirió que un déficit en la formación de vínculos afectivos madre-hijo, durante el primer año de vida, tiene repercusiones en la organización de las funciones afectivas, perceptivas y cognitivas siendo más afectados aquellos procesos intelectuales relacionados con el lenguaje, el pensamiento abstracto y otras funciones simbólicas.

#### 4.1.4 Terapia del juego

El juego en los niños es una herramienta indispensable para el desarrollo de todas las destrezas y capacidades necesarias para las prácticas de su diario vivir, permitiendo al niño descubrir el entorno que los rodea y así tener aprendizajes claros y permanentes. “El juego tiene una función de comunicación que ayuda a los niños a expresarse y resolver los conflictos (Schaefer, 2000)”. La terapia del juego está específicamente centrada en el alumno generando un enfoque particular en la resolución de los conflictos internos que presenta el mismo.

Según Figueroa (2013) cuando hablamos de terapia de juego, nos referimos a aquella herramienta psicoterapéutica que entrega al niño un espacio idóneo en el cual logra comunicar y exteriorizar aquellos conflictos internos tales como miedos, odio, baja tolerancia a la frustración o al fracaso, para así reconocerlos hasta alcanzar grandes logros a

través de las intervenciones en las que el juguete manifiesta aquellos conceptos no verbalizados, convirtiendo al juego en su sistema de expresión.

#### 4.1.5 Desarrollo infantil integral

Según Tinajero (2008) el desarrollo integral infantil hace referencia a un crecimiento armónico en el niño dándose este crecimiento particularmente durante las etapas más críticas del desarrollo y maduración cerebral del niño.

El desarrollo infantil debe ser entendido como un proceso en la que participan muchos factores que serán beneficiosos o perjudiciales para el niño, ya que las experiencias vivenciales que obtengan el niño servirán como herramienta para interactuar y percibir el entorno que lo rodea, siendo todos los estímulos útiles, positivos y significativos para servir como una herramienta para modificar aquellas conductas no deseadas y poder desarrollar actividades de la vida diaria con eficacia.

Según el Ministerio De Inclusión Económica y Social (2013) el cuidado y la atención que recibe el niño desde la gestación, nacimiento y el crecimiento son fundamentales para el desarrollo del niño, donde se verá beneficiado del ambiente que lo rodea. La lactancia materna, afecto y la alimentación son indispensables para un buen desarrollo de aprendizaje.

*El niño desde su nacimiento necesita de reforzadores de estímulos para su eficaz desarrollo de tal manera que la estimulación adecuada favorecerá el desarrollo psíquico mejorando las conexiones*

*neuronales llamándose este proceso como período sensitivo del desarrollo, en el cual se da un proceso acelerado siempre y cuando los estímulos recibidos sean los apropiados (Social, 2014).*

Así mismo los factores socio-culturales de la familia del niño donde actualmente se reconocen el rol que desempeña el padre durante la crianza incluyendo la participación de otros familiares como abuelos, tíos y hermanos mayores que colaboran con la atención y cuidado del niño.

En cuanto al vínculo afectivo, este representa un factor fundamental para el desarrollo del niño tanto emocional y cognitivo. “Consideramos esencial para la salud mental que el bebé y el niño pequeño experimente una relación cálida, íntima y continuada con la madre o persona sustituta permanente, en la que ambos hallen satisfacción y goce (Bolwby, 1976)”. Es importante considerar los aspectos ambientales en los que se desenvuelve tanto en los CDI como en el hogar, incentivando la buena atención, seguridad, confianza, libertad de aprendizaje para que así el niño pueda generar vínculos y pueda desarrollar todas sus habilidades instauradas. Según Hidalgo (2000) sucede de manera opuesta es decir un vínculo débil donde los adultos muestran inseguridad, no muestran atención ni cuidado por el hijo, llegando afectar con problemas de conducta y emocionales dependiendo de la situación. Por lo tanto, es indispensable la participación y colaboración de los padres de familia y educadores ya que son los primeros generadores de vínculos afectivos. “Es importante que los adultos ofrezcan cuidados y atención, seguridad y amor (Regidor, 2003)”.

En cuanto a la familia, se la considera como la primera escuela para los niños de 0 a 3 años donde aprenden de manera libre, tanto el padre o madre o quienes lo sustituyan no solo son los responsables de la atención, cuidado, alimentación de los niños y niñas sino los responsables de desarrollar las habilidades de las áreas del desarrollo.

“Durante las actividades cotidianas, el niño logra imitar y observar todo lo que el padre-madre o familiar realiza, de acuerdo a las posibilidades y limitaciones del niño logrará realizar de la misma manera lo observado, es decir la familia son los que (...) les permiten abordar y dominar conocimientos, sentimientos, comportamientos y valores, para adaptarse y formar parte de su familia y de su cultura (Social, 2014)”.

De la misma manera respaldar experiencias positivas en los primeros años de vida como un ambiente familiar y social alentador y lleno de afecto, una educación inicial eficaz, un ambiente totalmente lúdico, y adecuado cuidado de salud y nutrición pueden potenciar todos los ámbitos del desarrollo infantil y tener incidencia a lo largo de la vida del sujeto.

#### 4.1.6 Celos entre hermanos

Según Gurriarán (2012) los celos en la infancia son un periodo normativo por el que los niños atraviesan al palpar la falta de atención entregada por sus padres o personas con las que poseen un vínculo afectivo. Los celos poseen varias causas, una de estas está relacionada al abordaje de la familia sobre la llegada del nuevo hermano. Dentro de este proceso los

niños desarrollan falta de apetito, resentimiento, odio hacia este nuevo integrante debido a que consideran que este personaje es el causante de la pérdida de afecto y cansancio en sus padres. Otro factor por el que los celos se desarrollan es aquella incertidumbre en los padres y en las madres al expresar esta noticia.

Es indispensable para el correcto desenvolvimiento de esta etapa que tanto el padre como la madre hayan realizado una breve recolección de datos para así llevar a cabo con éxito este periodo y evitar consecuencias negativas, como lo son los celos y el rechazo. “..Alrededor del segundo trimestre de embarazo se debe informar al niño, mejor ambos, padre y madre, sin fantasear. Promover para cada miembro de la familia el concepto nuestro bebé y todos le querremos y cuidaremos (...) Es necesario demostrar y expresar con claridad el cariño que existe hacia el hermano menor, permitiéndole sentir la seguridad que tanto necesita en estas circunstancias, estableciendo el rol que cada uno posee evitando considerar pérdida de importancia dentro del núcleo familiar y lo indispensable que es su participación dentro de la crianza de su hermano, fortaleciendo los vínculos intrafamiliares; dejarle claro que no va a perder su puesto (Gurriarán, 2012).”

El mantener la rutina diaria del alumno o del niño genera estabilidad en el, mostrándole con certeza que la llegada del nuevo hermano, efectivamente desarrolla un nuevo orden en el sistema familiar, pero que eso no determinará un cambio radical en su vida previamente organizada, sino que le permitirá palpar que este nuevo miembro no altera su realidad, sino más bien la modificará obteniendo mejores resultados en la dinámica familiar.

En ocasiones el padre es quien debe pasar la mayor parte del tiempo con el niño, ya que la madre estará ocupada con el recién nacido, es por esto que es recomendable que el padre y el hermano mayor realicen las actividades juntos para que el niño no sienta esa falta de atención por parte de sus padres.

Tanto padre y madre deben transmitir seguridad y afecto para que los celos y rivalidad se torne en un ambiente de amistad entre hermanos, un buen clima familiar donde se permita la participación de todos los miembros de la familia es esencial para la reducción de los celos y rivalidad creando un ambiente acogedor y de amor entre hermanos.

#### 4.1.7 Teoría del apego

La teoría del apego es la relación o vínculo emocional que desarrolla el niño con sus padres o cuidadores, quienes son los que le brindan suficiente seguridad emocional para que desarrolle con total eficacia la personalidad. La seguridad es influenciada en gran medida por la principal figura de afecto, es decir con quien estableció el vínculo. Según Bowlby (1969) realizó una explicación conductual que explica que la necesidad del niño aparece cuando el cuidador no está presente. La conducta de apego se refiere a cualquier forma de conducta que tiene como objetivo la cercanía y seguridad con una persona. Estas conductas pueden ser como sonreír, calmar, llamar la atención, las cuales son respondidas por la figura de apego lo que fortalece esta relación con el adulto.



Mary Ainsworth, una de las pioneras en la teoría del apego, realizó un experimento en el cual se explicará de una forma más clara la situación que vive el niño con su figura principal de apego. Este experimento se lo denominó la *Situación del Extraño*, en el cual se medía el apego en niños de 1-2 años con la persona que lo cuida. Durante esta investigación se pretendía analizar la forma en la que se utilizaba a los adultos como una fuente de seguridad, la reacción de los niños ante la presencia de extraños y los momentos de separación y encuentro con su figura de apego ya sea madre/padre o cuidador.

“La Situación del Extraño consiste en una secuencia de ocho recreaciones de 30 minutos aproximadamente. Durante el tiempo determinado la madre deja dos veces al bebé solo en una habitación desconocida, la primera vez con un extraño, la segunda vez deja al bebé solo y el extraño regresa antes que la madre (Ainsworth, 1978)”.

Dentro de la investigación (Ainsworth, 1978), se obtuvieron tres patrones de acuerdo a los resultados de las observaciones, los cuales eran los más significativos a los distintos estilos de apego. En los tres patrones más relevantes se encuentra: el apego seguro, el apego inseguro-evitativo y el apego inseguro-ambivalente.

#### 4.1.8 Príncipe Destronado

El concepto del Príncipe destronado fue acuñado por primera vez por el novelista Miguel Delibes en su obra con este mismo nombre, en 1973. Este libro con una perspectiva literaria y psicosocial fue un aporte a la psicología ya que expone la conducta y comportamientos de un niño de cuatro años, el penúltimo de seis hermanos quien está celoso de Cris, la hermana menor quien es un bebé. La historia transcurre en un día, sin embargo está lleno de vivencias y personalidades que son muy comunes al momento de tener un segundo hijo, o en este caso seis. Por el contrario, el Complejo de Caín es el siguiente nivel, cuando el comportamiento se vuelve agresivo y los celos se salen de control; generando violencia y miedo en la familia. Charles Baudouin fue el primero en usar el término.

El niño al que le cabe en suerte un hermanito o una hermanita, reacciona primero, muy generalmente, con unos celos desmedidos y de carácter completamente animal, que subsisten luego, o latentes y más o menos bien reprimidos. La hostilidad del menor frente al mayor aparece como una réplica natural a dicha hostilidad (Baudouin)

#### 4.1.9 Historia del juego

Durante el desarrollo de toda la historia, han existido múltiples expertos en las ramas de las ciencias sociales y filosóficas que han logrado determinar conceptos claros sobre la definición del juego. Muchos de ellos consideraban de vital importancia la participación del

juego y del juguete en el desarrollo del aprendizaje de los niños, incentivando a los padres el uso de estas herramientas en el hogar. Mientras que otros autores como Gross y Lázarus (1989) establecían una conceptualización sobre el juego dirigida hacia el desarrollo humano y su bienestar, determinando la necesidad de llevar cabo el mismo, para así obtener los conocimientos indispensables para la sobrevivencia, así como el desgaste de energías, para lograr alcanzar relajación y descanso.

Las teorías relacionadas al entendimiento de las conductas humanas, generan conceptos sobre el juego, direccionándolos hacia la comunicación o expresión de sentimientos y eventos reprimidos mediante este. Freud, el padre del psicoanálisis esclarece dos criterios claves desarrollados a partir de la aplicación del juego; el desenvolvimiento de los deseos inconscientes que se han reprimido durante la sexualidad de los niños. Como segundo punto, el revivir experiencias que le han generado angustias, permitiéndole adaptarse positivamente a ellas, puesto que previamente se vio dominado en esos eventos y durante el juego lo podrá dominar desde otra postura. Otro autor de esta misma corriente Winnicott establece sobre la relación del juego, que éste siempre se encuentra al límite entre la conceptualización objetiva y subjetiva del ser humano.

#### 4.1.10 Etapas del desarrollo

Según la teoría cognitiva que estructuró Jean Piaget (1930) se encuentra completamente ligada a la importancia de las etapas del juego y su impacto en las estructuras

cognitivas, pues ambos periodos poseen un desarrollo similar. Para el autor jugar determina un dominio de la asimilación sobre la acomodación.

Cualquier adaptación al medio supone, en la teoría, un equilibrio entre ambos y si la imitación es el paradigma de la acomodación, el juego, en el que se distorsiona esa realidad extrema a favor de la integridad de las propias estructuras, será el paradigma de la asimilación (Pérez C. , 2010).

ETAPAS DEL DESARROLLO		
Etapas	Edad aproximada	Características
Sensoriomotriz	0 a 2 años	Empieza a hacer uso de la imitación, la memoria y el pensamiento. Empieza a reconocer que los objetos no dejan de existir cuando están ocultos. Cambia de las acciones reflejas a actividades dirigidas hacia metas.
Preoperacional	2 a 7 años	Desarrollo de manera gradual el uso del lenguaje y la habilidad para pensar en forma simbólica. Es capaz de pensar las operaciones en forma lógica y en una dirección. Tiene dificultades para considerar el punto de vista de otra persona.
Operacional concreta	7 a 11 años	Es capaz de resolver problemas concretos (tangibles) en forma lógica. Comprender las leyes de la conservación y es capaz de clasificar y establecer series. Entiende la reversibilidad.
Operacional formal	11 años en adelante	Es capaz de resolver problemas abstractos en forma lógica. Su pensamiento se vuelve más científico. Desarrolla intereses por aspectos sociales y por la identidad.

Fuente: *Etapas del desarrollo* [cuadro].(s.f.). Recuperado de: [http://www.toscana.edu.co/pdfs/v\\_piaget.pdf](http://www.toscana.edu.co/pdfs/v_piaget.pdf)

	ETAPAS	CARACTERISTICAS
<p>Ejemplo: Los juegos de simulación tienen un papel importante en el desarrollo cognoscitivo de los niños. Con frecuencia cuando los niños simulan utilizan objetos en forma simbólica que "representan" otros objetos, por ejemplo una mesa de madera se puede convertir en una estufa o en una tienda de campaña.</p> <p>A un niño de cinco años se le muestra dos vasos idénticos, ambos chicos y anchos en su estructura. Los dos contienen la misma cantidad de agua coloreada. El profesor pregunta al niño si hay la misma cantidad de agua y ella responde, "sí".</p>	<p>Pensamiento simbólico y preconceptual Va de 2 a 4 años</p> <p>REPRESENTACIÓN</p> <p>Imagen Concepto</p> <p>Simbolo Significado</p> <p>Significante</p>	<p>Desde los últimos estadios del periodo sensorio-motor, el niño es capaz de imitar ciertas palabras y darles una significación global, pero sólo a finales de los dos años comienza la adquisición sistemática del lenguaje. Tanto la observación directa del niño como el análisis de la palabra, ponen en evidencia el hecho de que la utilización del sistema de los signos verbales obedece al ejercicio de una "función simbólica" mas general, cuya propiedad es permitir la presentación de lo real. Por intermedio de "significantes" distintos de las cosas significadas, de ahí el "juego simbólico", juego de la imaginación.</p> <p>A esta edad aproximadamente se asiste a una coordinación gradual de las relaciones representativas, es decir, una conceptualización creciente que, desde la fase simbólica o preconceptual conducirá al niño hasta el umbral de las operaciones. Pero esta inteligencia, cuyos progresos a menudo rápidos, pueden seguirse, se mantiene constantemente en estado pre-lógico. La intuición, es pues, un pensamiento imaginado más</p>
	<p>Pensamiento intuitivo Va de 4 a 7 años</p>	

Fuente: *Etapas del desarrollo* [cuadro].(s.f.). Recuperado de: [http://www.toscana.edu.co/pdfs/v\\_piaget.pdf](http://www.toscana.edu.co/pdfs/v_piaget.pdf)

#### 4.1.11 Marco Legal Ecuatoriano

La Republica del Ecuador, debido a la cantidad de habitantes que posee, ha desarrollado normativas y declaraciones; así como estrechados convenios que garantizan el bienestar social, económico, político, salud, educativo, buscando velar por el desarrollo adecuado de los mismos; formando seres humanos competentes y capaces y solventar respuestas positivas ante cualquier adversidad presentada. Para ello el estado ha determinado distintas leyes que buscan fomentar el desarrollo de la familia ya que ella es el núcleo central de la sociedad. Entre las leyes vigentes presentadas está *El Código de la Niñez y la Adolescencia* el cual tiene como objetivo proteger los derechos de los niños, niñas y adolescentes que viven en el país, disfrutando y gozando cada uno de sus derechos en total libertad.

Art. 222.- Condiciones del acogimiento familiar.- El acogimiento familiar deberá cumplir con las siguientes condiciones: 1. Ejecutarse en un hogar previamente calificado para el efecto, por la autoridad competente; 2. Ejecutarse en una vivienda

que, por su ubicación, permita que los niños, niñas y adolescentes sujetos a la medida, participen normalmente de la vida comunitaria y puedan utilizar todos los servicios que ésta ofrece; 3. Asegurar a los niños, niñas y adolescentes un adecuado proceso de socialización y garantizarles seguridad y estabilidad emocional y afectiva; y, 4. Garantizar que las relaciones del niño, niña o adolescente acogido se desarrollen en un contexto familiar y sean personalizadas, de forma que se posibilite la construcción de su identidad y el desarrollo de la personalidad. El reglamento establecerá los requisitos que deben reunir los acogientes y más condiciones que deben reunirse para la declaratoria de idoneidad (Adolescencia, 2003).

Así mismo, el Plan Nacional para el Buen Vivir, el cual busca la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental, aumentar la capacidad productiva en el proceso del desarrollo económico, que busca la transformación histórica del Ecuador. Dentro del documento detalla las leyes u obligaciones para las familias haciendo respetar y gozar de los derechos de los niños, por lo tanto se establece que logren “Diseñar e implementar mecanismos que fomenten la corresponsabilidad de la familia y la sociedad en el desarrollo integral infantil (Correa, 2013-2017)”.

## 5. Diseño metodológico

Para la investigación se han establecido dos objetivos principales que se desarrollarán paralelamente. Un objetivo busca cubrir el problema principal, el cual es el comportamiento del niño ante la llegada del hermano; y el otro objetivo busca conocer el mercado y sus tendencias para poder crear un juguete que se ajuste a las dos necesidades. De esta forma se estaría aportando de manera interdisciplinaria para encontrar la solución.

## 5.1 Objetivo general y específicos de investigación

### Objetivos Generales:

Identificar metodologías que los padres de familia ecuatorianos de 25 a 35 años de NSE medio aplican frente a los cambios de comportamiento por los que atraviesan sus hijos de 2 a 5 años ante la llegada de un nuevo hermano desde la etapa de gestación hasta la crianza del mismo; del 19 al 26 de agosto del 2015.

Determinar los factores que influyen en el consumo de juguetes en niños de 1 a 5 años de NSE medio, del 19 al 26 de agosto del 2015 en Ecuador.

### Objetivos específicos:

- Conocer los cambios en el comportamiento y conducta (físico y psicológico) de los niños durante el embarazo de la madre y la llegada del nuevo hermano.
- Evaluar los diferentes procesos de adaptación para el niño que proponen los padres de familia durante el tiempo de gestación de la madre y crianza del hermano menor.
- Conocer los métodos de intervención hacia los niños, que se utilizan frente a esta realidad dentro de los centros de desarrollo infantil y profesionales en Ecuador.
- Identificar los tipos de juguetes que utilizan los niños de 1 a 5 años de Ecuador.
- Determinar aquellas variables que motivan y desmotivan a que el usuario haga la compra.
- Identificar los medios de comunicación más utilizados por el grupo objetivo potencial.
- Indagar la situación del mercado actual de juguetes en Ecuador.

## 5.2 Tipo de estudio y enfoque (cuantitativo, cualitativo, mixto)

La investigación tendrá un enfoque mixto, se realizarán métodos cualitativos y cuantitativos que permitan recopilar datos y profundizar en ellos, todo con el fin de hallar y desarrollar la mejor opción de juguete didáctico que pueda ayudar a resolver la problemática.

## 5.3 Unidad de análisis

Se escogerá tres unidades de análisis distintas. Cada una de éstas abarca una parte importante de la investigación:

Padres de familia:

Hombres y mujeres de 25 a 35 años, padres de niños entre 0 a 5 años, pertenecen a un nivel socioeconómico medio. Entre sus funciones diarias está el trabajo (en su mayoría por la parte de la figura paterna) y quehaceres domésticos. Las redes sociales son parte de su día a día, por medio de estas vías se comunican y enteran de los acontecimientos del mundo o de su círculo social. Se los encuentra en las calles de Guayaquil, supermercados, centros comerciales, oficinas y tiendas de barrio. Dentro de sus intereses está el cuidado de sus hijos.

*Justificación:* Se escogió a padres de nivel socioeconómico medio por su empatía relacionada con la marca y con los productos nacionales, además de estar al alcance de ellos. Es importante conocer la opinión y las preferencias de este grupo ya que son ellos los



encargados, en su mayoría, de la estimulación de sus hijos, además de que ellos son los que realizan la compra de juguetes.

Niños:

Varones y niñas de 1 a 4 años de edad, pertenecen a un NSE medio, crecen dentro de una familia de padres jóvenes (25 a 35 años de edad), su actividad principal es el entretenimiento, suelen ser hijos únicos y demandan mucha atención de sus padres.

*Justificación:* Es el grupo principal donde se piensa actuar, en ellos se deberá profundizar para poder llegar a una solución que se convierta en una oportunidad para PICA. Los infantes dentro de este rango de edad son los más afectados por la problemática, según sondeo previo realizado a niños de centros de estimulación temprana.

Profesionales:

Se escogió una gama de expertos en el cuidado de pequeños: Una Magister en atención y estimulación temprana, tres Psicopedagogas y una educadora inicial. Adicional se consultará a una especialista en la creación de juguetes, muebles y empaques, una diseñadora industrial.

*Justificación:* Cada uno de los profesionales escogidos complementan una rama de la estimulación temprana, detección de problemas de aprendizaje y desarrollo inicial; adicional

la diseñadora industrial brindará opciones y recomendaciones de cómo debería ser un juguete que solucione la problemática establecida.

## 5.4 Muestra escogida

Padres y madres:

En el Guayas existen 596.628 hombres y mujeres de 25 a 34 años, de los cuales solo el 49,84% son padres/madres, esto da un universo de 297.628 personas, según datos recolectados del INEC. Como muestra se escogerá el número determinado para cuando el universo sobrepasa los 100.000 personas, mismo que cuenta con un 95% de confiabilidad, éste es de 384.

Profesionales:

Se escogerá a 6 expertos en ramas que aporten a la creación de un juguete didáctico: Una Magister en atención y estimulación temprana, tres Psicopedagogas, una Educadora Inicial y una diseñadora industrial. La investigación que abarcará con los profesionales será de tipo cualitativo, ya que se profundizará en cada uno de ellos para lograr obtener una mayor información que beneficie al proyecto.

Niños:

En Guayas existen 359.678 niños y niñas entre 0 a 4 años, la investigación que se empleará en los infantes es cualitativa: observación, se trabajará con una muestra de 15 niños que asisten a centros de desarrollo infantil dentro de la ciudad de Guayaquil.

## 5.5 Técnicas a utilizarse

Se utilizarán cuatro técnicas de investigación para que se cumplan los objetivos planteados:

- Entrevistas a padres.
- Encuestas a padres.
- Entrevistas a profesionales.
- Observación a niños.

Entrevista semiestructurada a padres

*Justificación:* Se busca profundizar en las necesidades de los padres de familia. Se indagará en los cambios de actitud de los niños sobre la llegada de un hermano menor, cuáles fueron las reacciones de ellos ante esta problemática y cuáles fueron las posibles soluciones que intentaron o lograron alcanzar. Para adquirir esta información es vital utilizar una herramienta cualitativa que permita ampliar la información recolectada, en este caso una entrevista.

Entrevista para profesionales en desarrollo infantil:

*Justificación:* Con esta entrevista se busca establecer parámetros y recomendaciones para la creación de un juguete didáctico, buscando siempre el beneficio del menor. La entrevista ampliará y resolverá dudas sobre la creación y desarrollo del proyecto.

Encuesta para padres:

*Justificación:* Se escogió la herramienta de encuestas ya que se necesitaba cuantificar las preferencias, experiencias y percepciones que tiene el sujeto de estudio sobre la problemática, sus aflicciones y soluciones.

## **OBSERVACIÓN**

Descripción del método

Para la realización eficaz y correcta de la investigación, se consideró óptimo elegir el método de observación, mismo que permite recoger la información real y pertinente para justificar con la claridad indispensable que este proyecto investigativo requería. Es relevante recalcar que las observaciones aplicadas tuvieron un enfoque del tipo directo, estableciendo los datos por medio de la investigación y desde la aplicación de la misma.

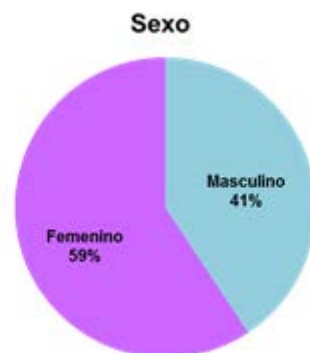
*Justificación:* La observación, debido a sus características y a los datos que genera, se vio pertinente llevarla a cabo de manera de ordinaria, también conocida como no participante,

pues el sujeto a observar y el producto propuesto, desde su desenvolvimiento, permitieron entregarnos los resultados apropiados, logrando palpar su realidad, su uso, su interés y desenvolvimiento al manipularlo, descartando la necesidad de que el investigador se involucre o intervenga para obtener los mismos.

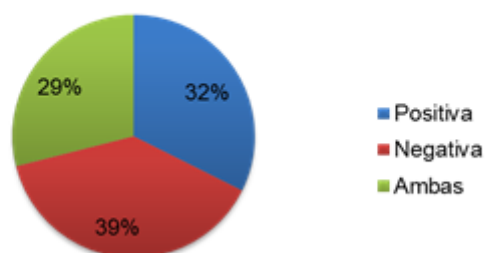
## 6. Resultados de Investigación

### 6.1 Encuesta a padres

Se realizó la encuesta a 386 personas, de las cuales el 41% fueron hombres y el 59% fueron mujeres, **todos** padres de hijos entre 2 a 8 años, pertenecen a un nivel medio, viven en la ciudad de Guayaquil.

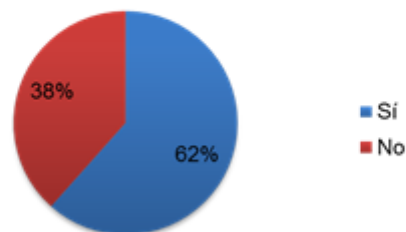


**1. ¿Qué tipo de actitud tomó su hijo/a al conocer que llegaría un hermano/a?**

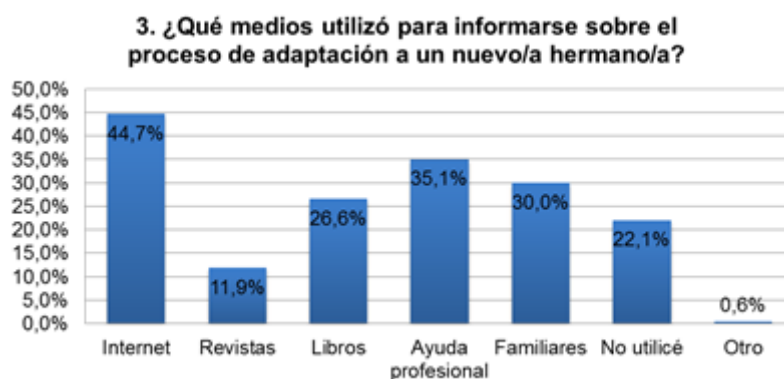


La mayoría de padres/madres contestaron que su hijo/a tomó una actitud negativa al conocer la llegada de un nuevo hermano, a este resultado se le suma el 29% de niños que tomaron ambas actitudes (negativas y positivas) ante la misma problemática, sólo un 32% de padres contestaron que sus hijos no han tenido un cambio de actitud ante la llegada de un nuevo hermano.

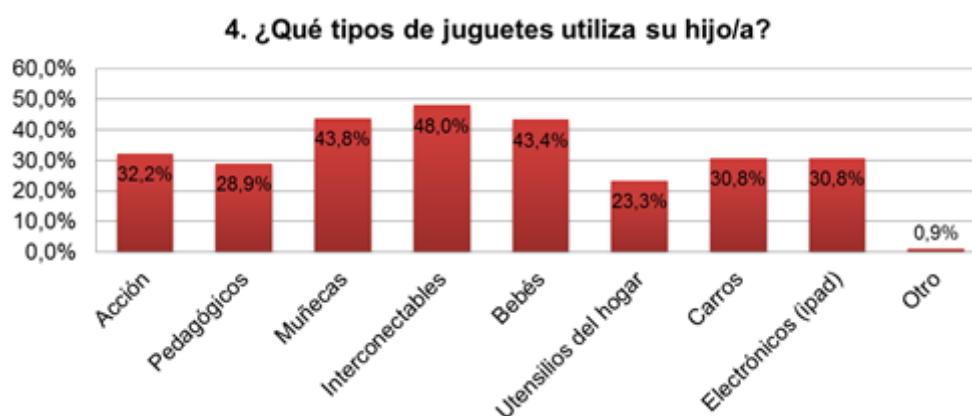
**2. ¿Su hijo/a tuvo algún problema en el desempeño social o académico durante el proceso de adaptación a su nuevo/a hermano/a?**



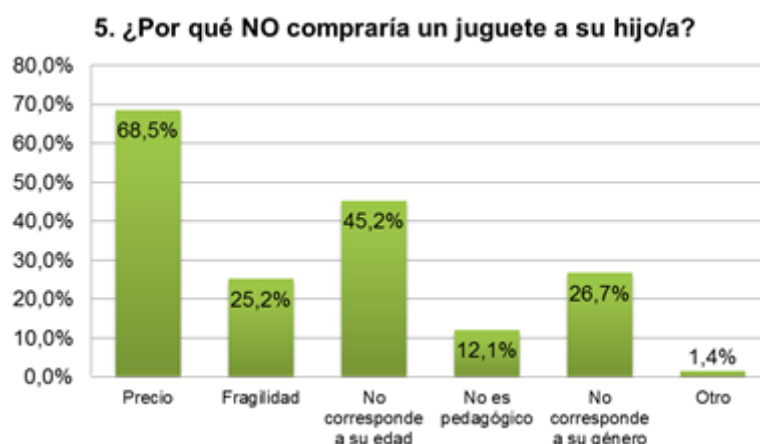
El 62% de los padres contestaron que sus hijos **sí** han tenido **algún problema en su desempeño social o académico** durante el proceso de adaptación de la llega de un nuevo/a hermano/a.



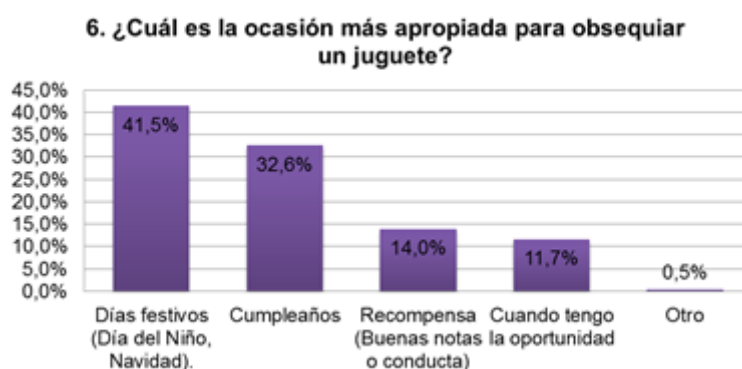
La mayoría de padres (**44,7%**) contestaron que utilizan como primera vía el **Internet** para informarse del proceso de adaptación de un niño a su nuevo hermano, a éste le sigue la **Ayuda Profesional** (35,1%), **Familiares** (30,0%), **Libros** (26,2%).



Los padres contestaron que el tipo de juguete que más utilizan sus hijos son: Interconectables (48%), Muñecas (43,8%), Bebés (43,4%), Acción (32,2%), Carros (30,8%) al igual que los artefactos electrónicos, sólo un **28,9%** afirmó que sus hijos juegan con **juguete pedagógicos**.



El primer factor por que **los padres NO comprarían** un juguete a sus hijos es el **Precio (68,5% de las respuestas)**, a éste le sigue el hecho de que el juguete **no corresponda a su edad (45,2%)**, el **26,7%** de los padres respondieron que no le comprarían el juguete a su hijo/a si este **no corresponde a su género**. La **fragilidad** también fue un resultado notable entre los factores de compra del juguete: **25,2%**.

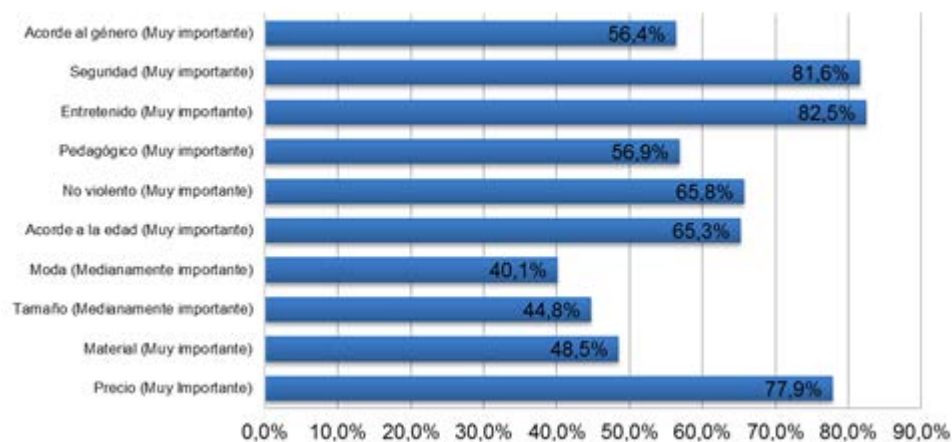


Los padres contestaron que la ocasión más apropiada de obsequiar un juguete a su hijo es en Días Festivos (41,5%), cumpleaños (32,6%), como recompensa (14,0%) y sólo un 11,7% aclararon que les regalaría cuando tienen la oportunidad.

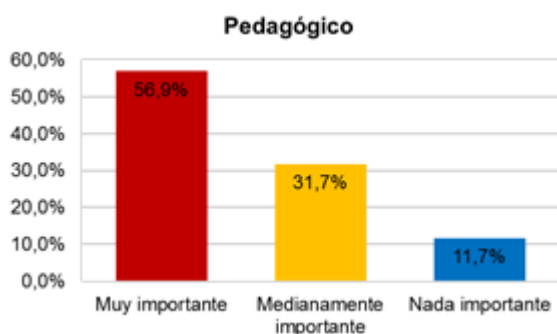
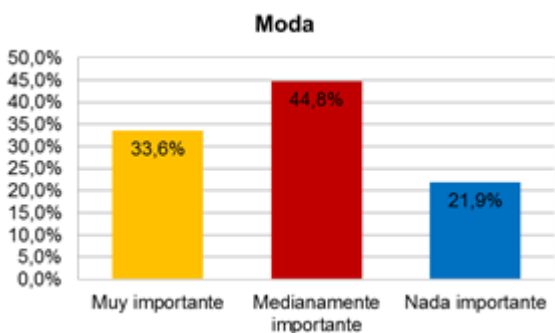
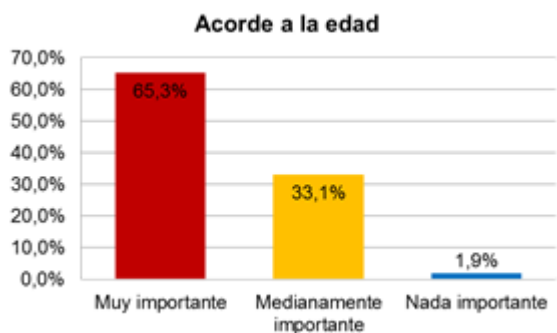
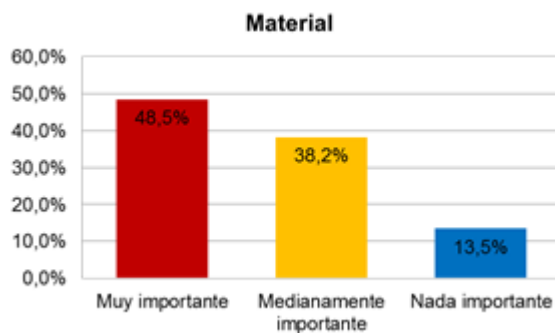


**7. Defina la importancia de los siguientes factores a considerar al momento de comprar un juguete:**

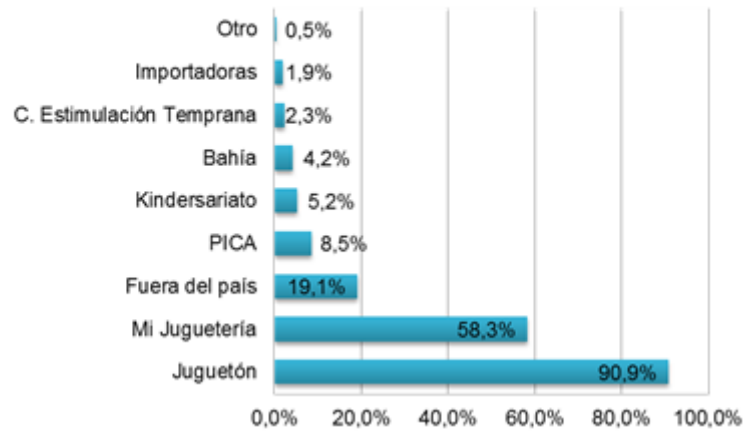
**Importancia de factores al comprar un juguete (Resumen)**



Los padres contestaron que al momento de comprar un juguete para ellos es: Muy importante que sea **Entretenido (82,5%)**, muy importante su **Seguridad (81,6%)**, muy importante el **Precio (77,9%)**, muy importante que **no sea Violento (65,8%)**, muy importante que sea **acorde a la edad (65,3%)**, muy importante que sea **Pedagógico (56,9%)**, muy importante que **sea de acorde al género (56,4%)**, muy importante el **Material con el que está hecho (48,5%)**, medianamente importante que el **Tamaño del juguete (44,8%)** y medianamente importante que el juguete esté a la **moda (40,1%)**.

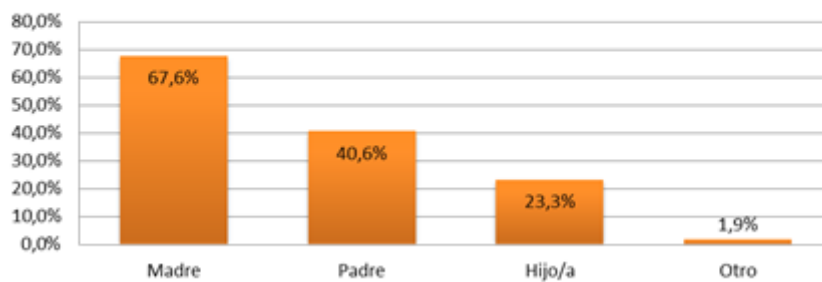


**8. ¿Dónde compras los juguetes de tus hijos? (opción múltiple)**



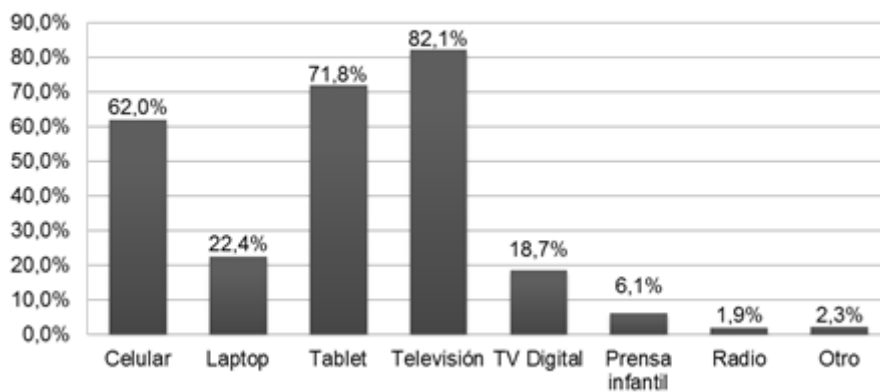
Los padres de familia contestaron que el lugar donde más compran los juguetes para sus hijos es en Juguetón (90,9%), a éste le sigue Mi Juguetería (58,3%), luego “Fuera del país” (19,1%), luego PICA (8,5%). Un 14,1% contestaron que lo hacen en otros establecimientos como Kindersariato, el sector de “La bahía”, Centros de estimulación temprana, importadoras, entre otros.

**9. Al momento de comprar un juguete a su hijo/a, ¿quién elige el producto?**



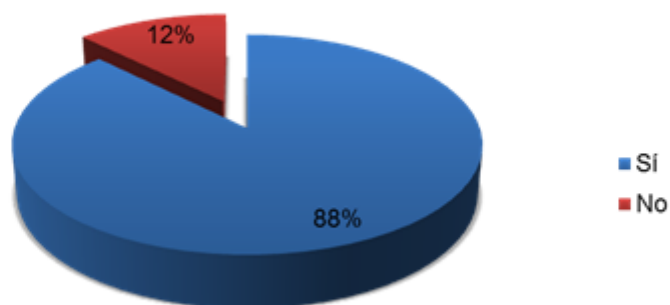
Como resultados de quién compra el juguete al hijo las madres lideran la compra con un 67,6%, a ellas le siguen los padres con un 40,6%, luego los hijos con un 23,3% y al final otros (Abuelos, padrinos o demás familiares) con un 1,9%.

**10. De la siguiente lista escoja los 3 más utilizados por su(s) hijo(s):**



Según los padres, los medios más utilizados por sus hijos son la Televisión (82,1%), a este le sigue las tablets con un 71,8%, celulares (62%), las laptops (22,4%), TV Digital (18,7%), Prensa infantil (6,1%), radio 1,9% y otros 2,3%.

**11. ¿Compraría un juguete que prepare a su hijo/a para la llegada de un hermano/a?**



La gran mayoría de padres (88% de los encuestados) contestaron que sí comprarían un juguete que prepare a su hijo ante la llegada de un nuevo hermano.

## 6.2 Entrevista a padres.

Se entrevistó a 9 padres de familia, mismos que pasaron por esta etapa de adaptación del hermano mayor con el nuevo miembro de la familia. A continuación un resumen de los datos más relevantes de casa una de las entrevistas. Las entrevistas completas se pueden encontrar en los Anexos.

- **Dennis, 30**

Su hijo de tres años al saber de la llegada de su hermana, comenzó a tener cambios en su comportamiento, entre ellos rebeldía, “engreimiento” que no era común en él y

realizaba actos para llamar la atención. Dennis optó por conversar con su hijo y hacerle entender que su hermana era una princesa, que él siempre será su príncipe y que tenía que cuidarla siempre. Al nacer la bebé lo involucró mucho en la hora de jugar, del baño y de participación familiar, sus resultados fueron favorables.

- **Raisa y Emilio**

Esta pareja comunicó a su hijo la futura llegada de su hermana y este reaccionó bien, pero decidieron complementar la información del tema con él, viendo videos de cuentos e historias para niños con futuros hermanos. A los seis meses del nacimiento, él empezó a tener problemas de atención que resultaba en hacer sus necesidades biológicas en sus pantalones y no en el baño. Para resolver esto, tuvieron una charla de papá a hijo e involucraron al niño en todas las actividades con su hermana y el problema desapareció poco a poco.

- **Viviana y Rafael**

Esta pareja no tuvo comunicación con su hijo desde un principio, su hijo es muy engreído y descubrió el embarazo por el tamaño evidente de su madre y por ropa pequeña que encontró en la casa. Al momento de conversar con él no tuvieron una respuesta positiva, sino llanto, berrinches y gritos. Después del nacimiento las cosas empeoraron, se puso agresivo, a

orinar en sus pantalones y dejar a un lado sus estudios. Trataron de realizar actividades familiares para mejorarlo pero por falta de tiempo y trabajo obviaron esta situación y dejaron que el tiempo pase.

- **Paola Soto, 35.**

Su hijo tiene 1 año tres meses y ella tiene 6 meses de embarazo, Paola ha notado cambios de actitud en su hijo pero asume que es por la edad más no por su hermano porque es muy pequeño para entender.

- **Lisette Viteri, 36**

Lisette afirma que su situación fue positiva, antes de quedar embarazada le regaló un perro a su hija y cree que eso fue bueno para que ella aprenda a compartir ya que era bastante egoísta. Cuando quedó embarazada llevó a su hija a los ecos a ver a su hermanito que aún no nacía, jugaban con pequeños juguetes con su barriga y le hablaban, se fueron de viaje solo los tres (mamá, papá e hija) antes de nacer. Después de nacer hicieron intercambio de regalos, e hizo que los dos respeten su espacio pero compartan todo, y cuando se pelean hace que se abracen.

- **Alexandra Santelices, 35**

Hablamos con nuestro hijo, mi esposo y yo sobre la llegada de un hermanito al hogar. No percibimos cambios hasta que nació, y fue entonces cuando quería más teta y pañales cuando ya los estaba dejando. Su actitud fue de paciencia y comunicación para entender que él es el mayor y que tiene que dar el ejemplo en casa. Lo incluye en las actividades con su hermanito como el baño y el amamantar, los resultados fueron positivos.

- **Melissa Mendoza, 30**

Melissa y su esposo hablaron con su hija de 4 años para contarle de su nueva hermanita. Hubo algunos cambios en ella de engreimiento. Su proceso fue muy normal y no relacionaron sus problemas con el embarazo. Al nacer, involucraron a su hija mucho con su hermanito a través de distintas actividades.

## 6.3 Entrevistas a profesionales.

### **Malca Goldenberg**

Malca indica que el mejor momento para decirle a los hijos de la llegada de un nuevo bebé es cuando la barriga ya se note, por ende pueden participar mejor de este proceso, siempre incluyéndolo en todo y hacerlo sentir amado todo el tiempo. Ella considera que es



mucho más fácil para la madre el manejar este tipo de situaciones ya que ella siente activamente al bebé, es bueno imaginar el momento del nacimiento, dar a entender cómo puede ayudar, su rol de hermano o hermana mayor. Es importante hablar de la salud de la madre y prepararlo para los días en que la mamá estará delicada.

Se puede realizar varios juegos antes de la llegada del bebé, entre esas aprender a cambiar un pañal con un muñeco, Malca sugiere que debería existir un programa de reflexión para padres. Lo más normal en un niño en la época del embarazo de la madre es la falta de alimentación, agresividad, y conductas depresivas pero es normal por el temor de protagonismo en la casa. Recomienda la lectura del Editorial TEA, que tiene libros con temas y pautas para niños en la espera de un hermano.

### **María Cecilia Armijos**

María Cecilia indica que la mejor forma de hablar con tus hijos y resolver problemas es con juegos simbólicos, luego del parto incluirlos con títeres. El habla con los hijos depende del tipo de familia y se deben usar herramientas para afrontar el desequilibrio inicial. En el hogar se puede preparar la habitación, encontrar espacios, etcétera, para hacerlo participe. Lo más normal es que los niños regresen a una actitud anterior como gatear, berrinchar y hacerse en los pantalones, esto ocurre por un desequilibrio familiar, donde el nuevo niño rompe la estructura normal de ellos.

## **Fresia de Cedeño**

Fresia cree que es ideal estar preparados porque todos los hijos son diferentes, hay que llevar al bebé a preparar el baño cuando aún no nace, enseñarle que su hermano no es más que él y que es un regalo para él, hablar sencillo y claro. Involucrar al bebé en actividades cotidianas, hablarle al bebé, etc. Ella cree que quienes no hacen bien este tipo de comunicación es por falta de información pero siempre tienen una prima, tía, madre, o pariente para dar un consejo. Es pertinente un juguete que tenga un fin de sensibilización.

## **6.4 Observación a niños**

La observación se realizó a 25 niños de nivel socioeconómico medio, todos de la ciudad de Guayaquil, de diferentes edades que van desde los 2 años hasta los 5. Las fichas de las observaciones se las puede encontrar en los ANEXOS. A continuación un resumen de los datos más relevantes de esta observación:

A partir de las observaciones realizadas a niños de 2, 3 y 4 años del sector socioeconómico medio de la ciudad de Guayaquil, se pudieron recoger los siguientes datos relevantes; los niños de 2 años de edad, por su motricidad fina y gruesa, así como por su lenguaje, se ven limitados en cuanto a la manipulación de los objetos, impidiéndoles abrir,

cerrar, introducir o desabrochar el velcro que poseen los disfraces, determinando claramente la necesidad de un apoyo a la hora de llevar a cabo el juego.

Es importante recalcar que el rincón de disfraces fue el que obtuvo mayor participación por parte de todos los niños y las niñas. Del mismo modo se rescató mucho interés en los alumnos del Centro de desarrollo Infantil “Aprendiendo Juntos” en las actividades relacionadas con la psicomotricidad y sus herramientas, como lo es la piscina de bolas, donde los aprendices se desenvuelven libremente, así como el uso de pelotas, reforzando sus nociones espaciales.

Dentro de las observaciones a los niños de 3 años de edad, se pudo determinar que el juguete más utilizado por los niños continúa siendo el uso de los disfraces, sin embargo en esta etapa ya le es mucho más sencillo manipularlo debido a su edad y su capacidad en el área motriz fina, expresando escenas en donde se plasmaban situaciones de la vida cotidiana, como lo son el afrontamiento de adversidades, enfermedades, falta de seguridad y problemas consecuentes a la mala toma de decisiones; estas circunstancias también son visibles a través del uso de peluches y títeres, en donde los niños manifiestan sus conceptos previos ante algo específico. El lenguaje de los niños es más desarrollado por lo que se puede evaluar claramente esta última variable. Del mismo modo, los alumnos se ven interesados por actividades relacionadas con la familia y la afectividad, así como con el cuidado y la protección de los seres vivos.

Finalmente se ve reflejado en la edad de 4 años un desarrollo mucho más marcado en todas sus áreas facilitándole la manipulación de todos los objetos y una necesidad por

llevar a cabo actividades que logren mantener su atención por periodos más largos. Durante esta edad, se vio reflejado mucho el diálogo con el juguete, en donde se logra palpar la importancia del mismo y lo indispensable que es para el niño manifestar sus conocimientos o criterios frente a algo. Los cuentos son una herramienta muy utilizada por ellos, así como la piscina de bolas, para reflejar su cansancio y poseer periodos de descanso.

Los datos más relevantes que se lograron palpar se encontraron relacionados a lo indispensable que es la compañía dentro del juego, se concluye estableciendo que los niños durante los inicios de los 2 años logran el juego solitario para finalizarlos con un juego paralelo o social en el que se involucran los pares o algún maestro que ayude a dirigir el sentido del mismo. Las observaciones presentan una duración de alrededor de 20 a 25 minutos debido al mismo hecho de que los niños estaban solos y se buscaba medir su reacción, gustos y elección frente a distintos juguetes, por ello no se permitió las interacciones de larga duración por parte de las observadoras inclusive cuando se vio una gran necesidad.

El juego desarrollado por la gran mayoría de los alumnos expresaba la importancia y el impacto de la familia dentro de la realidad de cada uno de ellos, en varias ocasiones se ve reflejado esto en la manipulación de los muñecos y las conversaciones elaboradas por parte de las niñas y de los niños, manifestando un rol que cubre los cuidados de la familia, así como su protección como lo es en el alumno que hace dormir al bebé o le pide que coloque un casco para mantenerse seguro. Del mismo modo se logra evidenciar que las características físicas de los juguetes son un punto primordial para la ejecución del juego, los

niños de 2 años debido a sus limitaciones pedían ayuda para colocarse los disfraces, sin embargo los mayores no. El tamaño, los colores, las texturas y la forma que posee cada objeto, determinará el interés del alumno y la importancia que posea este dentro del desarrollo de un juego.

## 7. Conclusiones estratégicas

Según los resultados de las encuestas existen cambios en el comportamiento de los niños durante el embarazo de la madre y la llegada del nuevo hermano, en su mayoría **(68%) son negativos**, dentro de este porcentaje existe un 29% que presenta ambas actitudes (positivas y negativas). Asimismo, los padres revelaron, en un 62%, que sus **hijos sí tuvieron un problema en el desempeño social y de académico** durante el proceso de adaptación de su nuevo hermanito. Cuando se le preguntó a los padres si comprarían un **juguete que prepare al hijo a la llegada de un nuevo hermano**, la gran mayoría (88%) dijo que sí compraría el producto. Estos datos revelan que **sí existe un problema dentro de los hogares ecuatorianos ante la llegada de un nuevo miembro** y que los **padres están dispuestos a buscar métodos que la solucionen**.

Los padres fueron claros al decir que la primera fuente de información a la que acuden para solucionar esta problemática es el Internet (44,7%), a este le sigue la Ayuda Profesional (35,1%) y a Familiares (30%); estos datos revelan la importancia de que parte de la comunicación sea por esta vías: Internet y Profesionales. Según las encuestas realizadas a los padres, los medios más utilizados por sus hijos son la televisión (82,1%); artefactos electrónicos como tablets, celulares y laptops obtuvieron un 71,8%, y la televisión digital un

18,7%. Estos datos ayudan al momento de hacer el 'share de medios' para promocionar el juguete a los menores, en primera instancia, **la televisión parece el medio con mayor alcance en los menores.**

En el momento de preguntarle a los padres cuáles eran los tipos de juguetes que más utilizan sus hijos, el 48% contestó "Interconectables" (Bloques, rompecabezas, entre otros), el 43,8% respondió "Muñecas", el 43,4% "Bebés" y u 32,2% dijo que los juguetes de acción. Con ayuda de estos datos se puede obtener una mezcla que dé como resultado un juguete que cautive al menor, que sea de tipo: Interconectable, bebé y en parte de acción.

Al momento de investigar los factores de compras de los juguetes, la mayoría de los padres aclararon que NO comprarían uno si éste les parece caro (68,5% de los encuestados), adicional otro de los factores que influiría la compra es que el juguete corresponda a su edad (45,2%), además que éste debe ser de acorde a su género según el 26,7%. Estos tres factores revelan que el juguete debe tener un precio asequible y que corresponda a la edad y género del niño.

Otros de los factores importantes, según los encuestados, que influyen en la compra del juguete es que éste sea **entretenido, seguro, no violento, pedagógico** y el **material** con el que se lo fabrica. Según estos resultados, se debe crear un juguete que enseñe algo al menor, lo entretenga, no tenga violencia en su dinámica, que sea seguro y que sea de un buen material.

Los puntos de venta en los cuales se debería el producto debe de estar, según resultados de encuestas, son: Juguetón (90,9% de los investigados compran sus juguetes aquí), Mi Juguetería (58,3%) y en los Almacenes PYCCA (8,5%). Esto no descarta la posibilidad de crear nuevos canales de distribución para llegar de una manera diferente al consumidor. Las madres son las que lideran la elección de juguetes al momento de la compra (67,6%), a ellas le siguen los padres (40,6%) y los hijos con un 23,3%. Este dato recalca la importancia de que la **comunicación también sea dirigida a los padres**.

## 8 Proyecto

El juguete estará compuesto por un muñeco de plástico en forma de bebé; su vestimenta será un monito (one piece) de color blanco el cual tendrá en su pecho una insignia de superhéroe. Éste servirá como compañero del niño que lo adquiera, buscando fortalecer su capacidad de proteger y expresar afecto hacia otra persona menor en edad que éste, estando listo y capacitado para la llegada de su nuevo hermano. De esta forma el niño o la niña tomará un rol de cuidador, desarrollando un vínculo positivo tanto con su hermano como con sus padres, a través de accesorios funcionales.

El muñeco simboliza el vínculo y la relación de protección que el hermano mayor va a tener con el hermano menor, pues este le proporcionará un entrenamiento previo para el proceso de adaptación del nuevo integrante de la familia. Este muñeco debido a su concepto y desarrollo, lo ayudará a convertirse en un súper hermano mayor, a partir de aquellas

misiones que el juego le asigne, y a la vez será con quien estará experimentando este cambio, lo que lo preparará para su futura relación con su hermano, lo ayudará a acostumbrarse a tener compañía por lo tanto aprenderá a compartir sus juegos y juguetes. El juguete también tendrá con un kit de superhéroe para el niño. Este constará con una capa, antifaz y un cinturón para que quien lo use se sienta y se vea como el superhéroe que será, y no perciba una falta de atención por parte de la familia.

Además, el muñeco vendrá con un set de tarjetas que tendrán instrucciones de cómo manejar cada situación para completar una misión. Estas misiones serán lideradas por sus padres, lo que estimulará el vínculo con ellos, fortalecerá el vínculo familiar y facilitará la aceptación del nuevo hermano. Por lo tanto cumplirá doble función: hacer sentir al niño como un superhéroe cuya misión es interactuar, proteger y cuidar al hermano pequeño; y a la vez serán de ayuda para la madre, ya que instruirán al niño en su forma de actuar y se disminuirá el impacto de celos u otras actitudes negativas hacia el nuevo integrante.

Al completar cada misión el niño recibirá un pin-insignia por parte de sus padres como recompensa, para que las vaya coleccionando. De esta manera se motiva al niño para completar las misiones. Éstas incluyen actividades que el niño pueda realizar como dibujar un cuadro para el hermano menor para decorar su habitación, habrá tarjetas en blanco y negro para que el hermano mayor pueda colorear. Así mismo se puede crear tarjetas que contengan tips para capacitar a los padres y frases significativas del desarrollo del bebé y actividades de la vida cotidiana como “hoy salí de paseo con mi hermano”. Esta actividad podrá incentivar



la actividad en redes sociales mediante una fotografía de los hermanos con la tarjeta de la frase.

## 8.1 Objetivo General de Marketing:

Lograr que SuperÑños sea un juguete rentable y autosustentable para PICA en un periodo de 12 meses en Guayas.

<b>Objetivos específicos de Marketing:</b>	<b>Actividades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Posicionar la marca SuperÑños en el mercado ecuatoriano, en un periodo de 6 meses.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Evento de lanzamiento.</li><li>• Actividades promocionales</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Incentivar la compra de SuperÑños en nuestro grupo objetivo, en un periodo de 9 meses.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Actividades promocionales<ul style="list-style-type: none"><li>○ Actividad BTL</li><li>○ Televisión</li><li>○ Prensa</li><li>○ Redes sociales</li><li>○ Web: Banner y AdWords</li></ul></li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Líderes de opinión</li> <li>○ POP</li> <li>● Relaciones públicas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lograr que “SuperÑños” llegue al 1% de los hogares de niños de 2 a 4 años del Guayas (<b>3.214 familias</b>) en un lapso de 12 meses.</li> </ul> <p>* Población de niños entre 1 a 4 años en Guayas en el año 2015 según proyecciones poblacionales del INEC: 321.436 niños y niñas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Canal de distribución intensivo.</li> <li>● Actividades promocionales.</li> <li>● Relaciones públicas</li> </ul>

### Competencia directa de SuperÑños:

	MARCA	FÁBRICA	PRECIO	PAÍS DE ORIGEN	PUNTO DE VENTA
<b>IMPORTADOS</b>	Mini Revoltosos	Kerisel	\$50	Venezuela	Juguetón Mi Juguetería
	Little Mommy-Bebitas Gemelas	Mattel	\$45	EEUU	Juguetón Mi Juguetería
	Little Mommy- Bebida Interactiva Hora de ir al baño	Mattel	\$120	EEUU	Juguetón Mi Juguetería
	MiniTiny	LokoToys	\$9	Hong Kong	Juguetón Mi Juguetería
	Lovely	LokoToys	\$12	Hong Kong	Juguetón Mi Juguetería

	Tiny Baby	LokoToys	\$20	Hong Kong	Juguetón Mi Juguetería
	My Dolly Sucette	LokoToys	\$30	Hong Kong	Juguetón Mi Juguetería
	Le Bébé	LokoToys	\$36	Hong Kong	Juguetón Mi Juguetería
	Le Petit Bébé	SweetHeaven	\$48	Egipto	Juguetón Mi Juguetería
	Nenuco	Famosa	\$35	España	Juguetón Mi Juguetería
	Babyland	Famosa	\$18	España	Juguetón Mi Juguetería
	Newborn	Berenger Boutique	\$50	España	Tiendas
<b>NACIONALES</b>	Peluches Lily Toy's	Lily Toy's	\$15-\$25	Quito-Ecuador	Juguetón Mi Juguetería
	Muñecas Ecuatoys	Ecuatoys	\$12-\$25	Quito-Ecuador	Juguetón Mi Juguetería Ferias Mercados
	Teens Amistosos	Peluches Heart	\$8-\$30	Ambato-Ecuador	Juguetón Mi Juguetería Ferias Mercados

**Posicionamiento:**

El intermediario:

Se busca posicionar al juguete como un elemento que ayude a fortalecer el vínculo entre el hermano mayor y menor. Que alivie al padre en el proceso de adaptación del hijo mayor con el hijo menor.

## 8.2 Desarrollo de producto y marca

Descripción, atributos, elementos

“5.2 La información debe presentarse en texto claro, legible, veraz, con frases cortas y de construcción simple, las palabras utilizadas deben ser sencillas y de uso cotidiano, de tal forma que no induzca a error, debe estar en idioma español, sin perjuicio de que se pueda incluir esta información en otros idiomas, estos deben distinguirse fácilmente y presentarse de manera separada.” (Vásconez, 2013)

Descripción del producto:

El producto es un muñeco de la línea Mommy Love, que viene con una capa, antifaz y cinturón para que lo utilice el consumidor, es decir el niño; también tarjetas con misiones de interacción entre hermanos y de estimulación temprana; e insignias que la mamá le dará al niño al momento de cumplir las misiones, las cuales él adherirá en su cinturón.

Atributo/función del producto:

**Muñeco:**



- Modelo: Mommy Love
- Peso: 600 gramos
- Medida: 22 x 36 cm
- Material: plástico PVC líquido
- Cabello: Café
- Ojos: Estáticos, color azul
- Tez: Clara
- Brazos y piernas articulados verticalmente
- Muñeco sin sexo

La función del muñeco será acompañar al niño/a y ser parte de las misiones indicadas en las tarjetas y además simulará ser el hermanito/a con el que podrá iniciar la práctica para convertirse en un SuperÑaño.

**Monito:**



- Tela: Kiana
- Color: Blanco

El monito será parte del atuendo del bebé, este tendrá impresa la insignia de SuperÑños para que el niño/a sienta que son parte de un mismo equipo.

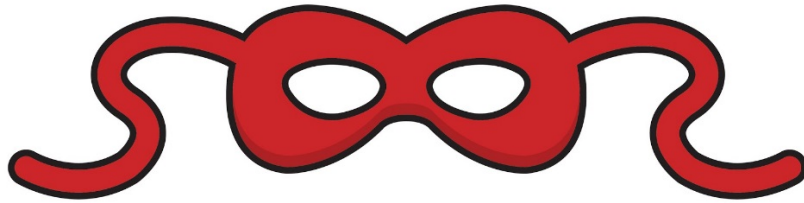
**Capa:**



- Tela: Kiana
- Color: rojo.
- Tamaño: 54 x 68 cm sin incluir las tiras.

La capa ayudará a personificar el rol que niño adquirirá luego de recibir el juguete y sentirse protector y protegido de todas las adversidades que se presentan en la rutina diaria.

### **Antifaz:**



- Tela: Kiana
- Color: Rojo
- Medidas: 18 x 8 cm y tiras de 30 cm de largo

El antifaz servirá para poder manifestar su nueva identidad como superhéroe. A partir del momento en el que lo utilice, el niño cambiará de rol de una manera no solo conductual sino física y será un SuperÑño.

### **Cinturón:**



- Tela: Kiana con velcro

- Color: Rojo
- Medidas: 72 x 6.3 cm

El cinturón servirá para recibir sus insignias las que recibirá por cada misión cumplida.

### Insignias estrellas:



- Material: Velcro con eva de 0.5 cm de grosor

Será el reforzador positivo que se les dará luego de cumplir sus misiones

### Tarjetas:



- 30 tarjetas de 9 x 6.5 cm de cartón, 10 pre-natales y 20 tarjetas de actividades que incluyen tips de estimulación temprana y actividades recreativas.

Las tarjetas tendrán un lado con texto y un lado con ilustración para que el niño/a pueda entender en caso de que aún no sepa leer. Dichas tarjetas tendrán misiones y tips de



estimulación temprana que ayudarán a crear un vínculo con toda la familia ya que todos deberán participar de una u otra forma.

### **Empaque:**



- Cartón microcorrugado de 60 x 45 cm con troquel y lámina de acetato.

El empaque será un color llamativo y muy distintivo con características que captarán la atención del público objetivo.

### Beneficios del producto:

- Une a la familia a través de actividades didácticas.
- Invita a la estimulación temprana para el bebé.
- Facilita el aprendizaje a la estimulación temprana.
- Aumenta autoestima del niño.
- Fortalece el vínculo fraterno.
- Reduce los celos del niño mayor al menor.

- Da tranquilidad a la madre al librarse de la problemática del príncipe destronado.
- Suscita la integración familiar.
- Involucra a los padres.
- Enseña a la madre a cómo manejar la situación.
- Genera una población más estable emocionalmente a largo plazo.
- Al inculcarle valores desde muy pequeños (respeto, compartir, paciencia, solidaridad, compañerismo) crecen con mayor estabilidad emocional y son mejores ciudadanos para la sociedad.

**FODA del producto:**

<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio asequible.</li> <li>• Juguete didáctico</li> <li>• Producto innovador.</li> <li>• Une a la familia.</li> <li>• Ayuda al desarrollo de</li> </ul>	<p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado en búsqueda de un juguete que resuelva esta problemática.</li> <li>• Impuesto del 45% a juguetes importados.</li> <li>• Jugueterías deben de tener un 25% de juguetes hechos en Ecuador.</li> </ul>
--	---

habilidades.

- El juguete estrechará el vínculo fraterno al promover que el hermano mayor logre interiorizar un papel de seguridad y protección para el hermano recién nacido.
- El juguete facilitará a los padres de familia una solución ante la problemática de desplazamiento por parte del segundo.
- Fortalecerá el vínculo entre padres e hijos.
- Capacitará al hermano mayor para desenvolverse con eficacia ante las necesidades familiares acerca del hermano menor.
- Capacitar a los padres de familia a tener un buen manejo de la situación en el

- Existe interés dentro de los padres de familia en el desarrollo infantil y estimulación temprana.
- Según la investigación realizada es el tercer juguete más comprado entre juguetes interconectables, muñecas, utensilios del hogar, carros, electrónicos, entre otros.
- El instinto maternal del niño o niña hará más fácil el cuidado del muñeco y hermanito.

(Revista Familia.ec, 2013)

<p>momento o antes de que ocurra.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El producto posibilita la reestructuración familiar en caso de familias disfuncionales.</li> <li>• El canal de distribución de PICA y la cartera de clientes ya está determinada-</li> </ul>	
<p><b>Debilidad:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto exclusivo de preferencia es para género femenino.</li> <li>• El juguete solo funciona para niños entre 1 a 5 años.</li> <li>• La vigencia del producto es corta.</li> <li>• El producto es de compra única.</li> <li>• Poco presupuesto para promoción.</li> <li>• El producto viene con</li> </ul>	<p><b>Amenaza:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La sociedad no está de acuerdo que los niños jueguen con muñecos bebés, esto afectaría la compra del juguete.</li> <li>• Falta de conocimiento/interés en los padres sobre asuntos de desarrollo infantil.</li> <li>• Falta de conocimiento/interés en los padres al momento de solucionar la problemática.</li> <li>• Auge de juegos dentro de plataformas digitales que desplazan al juego físico.</li> <li>• El mercado prefiere productos internacionales debido a la calidad posicionada por las marcas importadas.</li> </ul>

accesorios lo cual aumenta el costo.	
--------------------------------------	--

**Marca:**

Marca SuperÑños

Para la marca se buscó generar un diseño llamativo y amigable para los niños y que además comunique todo lo que representa SuperÑños.

Isologo:



Para la marca de SuperÑños se diseñó un Isologo, que es la fusión del logotipo y el isotipo para crear un nuevo elemento visual. Este consta de dos partes, el texto de SuperÑños y el escudo que sostiene dicho texto, ambos elementos le dan a la marca un estilo amigable y divertido, y a su vez le otorgan fuerza y dinamismo.

Insignia Isologo:



Se simplificó el isologo usando solo las iniciales “S”, “Ñ” con el motivo de representar la marca en un uniforme de superhéroe y para generar expectativa en distintos medios sin revelar la identidad del producto.

Tipografía:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Se necesitaba una tipografía amigable, divertida y que representará lo infantil, por eso se eligió “*Toyzarux*” una sans serif script con trazos irregulares que comunica dinamismo y versatilidad, y se la modificó para que cumpliera dichos requerimientos.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ1234567890**

Como tipografía complementaria se eligió “*Shark Formal Funnyness*” una sans serif script con trazos orgánicos que simulan la escritura de niños y no es tan irregular como la anterior.

Justificación cromática:



Se escogieron colores llamativos y vibrantes que generen contraste para que llamen la atención de los niños.

El rojo por su fuerza y por ser un color primario muy fácil de reconocer por los niños y de relacionar con cosas puntuales.

El amarillo para contrastar con la fuerza del rojo y darle un tono alegre y fácil de reconocer.

El naranja ya que posee la energía del amarillo y la fuerza del rojo pero en un tono mucho más amigable.

El celeste por tener un todo tranquilizante, amigable y por hacer alusión al cielo.

Y finalmente el negro en los bordes que unifica el estilo y crea contraste en los entornos para niños; que por lo general suelen ser de colores claros.

Estilo gráfico:



**GABY**



**CARLITOS**

Para la estética del producto se utilizó un estilo caricaturesco con colores planos y formas geométricas para la fácil identificación y reproducción, tanto de personajes como otros elementos de la marca.

Se buscó unificar toda la comunicación con un borde negro grueso que hace alusión al trazo en distintos cómics de superhéroes.

Empaque





Para el empaque se utilizó un patrón que consta de líneas en diagonal de color verde en dos tonos claros para que sea amigable y sutil, y adicionalmente se graficó edificios para asemejar una ciudad ya que va de la mano con la temática de superhéroes.

### 8.3 Precio

SuperÑños es un producto nuevo ingresando a un mercado maduro, por lo tanto la competencia directa e indirecta ya está posicionada en la mente del consumidor final y los canales de distribución también ya tienen proveedores definidos.

Una ventaja es que PICA es uno de estos proveedores, y además uno de los líderes en juguetes del Ecuador, lo cual es un factor favorable para las proyecciones.

En el siguiente cuadro se presenta la propuesta de precio para la distribución de Guayas, basada en los costos variables y la ganancia aproximada sin contar los costos fijos. Es decir, la ganancia proyectada es lo que se ganaría solamente en esta provincia.

El precio que se presenta para los canales de distribución es \$30,00 dólares americanos, el mismo estará sujeto a cambios según el mayorista, se podrá disminuir a, mínimo \$27.00, de forma que ellos puedan subir el precio y obtengan mayor ganancia.

<b>Cliente: PICA</b>		
<b>Item</b>	<b>Costo Variable</b>	<b>Total</b>
<b>Muñeco</b>		<b>2,5</b>
<b>Capa</b>		<b>1,13</b>
Tela	0,93	
Mano de obra	0,20	
<b>Antifaz</b>		<b>0,28</b>
Tela	0,08	
Mano de obra	0,20	
<b>Cinturon</b>		<b>0,28</b>
Tela	0,08	
Mano de obra	0,20	
<b>Insignias</b>		<b>0,10</b>
Velcro	0,10	
<b>Tarjetas</b>		<b>0</b>
Impresion	0,00	
<b>Caja</b>		<b>0,88</b>
Material	0,8	
Impresion	0,00	
Acetato	0,00	
Ensamblaje	0,08	
<b>Monito</b>		<b>0,67</b>
Tela	0,47	
Mano de obra	0,20	
	<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>\$ 5,84</b>

UNIDADES		2500
<b>PVP</b>		<b>\$30</b>
VENTA		\$75.000

CVT		\$ 14.594,00
MCT (sin CFT)		\$ 60.406,00
MCU (sin CFT)		<b>\$ 24,16</b>
MCU%		81%
Costo sobre precio		19%

La estrategia a utilizar será **asignación de precios por debajo de la competencia**, y se aprovechará los acuerdos preestablecidos con los proveedores de tela para buscar ser líderes en costo. La asignación de un precio por debajo del nivel de los principales competidores ayudará a que el producto tenga más salida al mercado y sea más asequible al grupo objetivo al que va dirigido, buscando lograr el objetivo de llegar al 1% de las familias ecuatorianas.

## 8.4 Plaza

“SuperÑños” se distribuirá en los puntos de venta de Casa PICA, Almacenes PYCCA y las jugueterías con las que la marca trabaja actualmente: Juguetón y Mi Juguetería, mismas que son las más frecuentadas según los resultados de la investigación. Además de los Bebé Mundo del país.

### Diseño del Canal:

Los “SuperÑños” se elaborarán en las fábricas de PICA, luego pasarán a su centro de acopio (Bodega/distribuidor) donde serán distribuidas a los diferentes puntos de ventas, lugares donde el consumidor acude a realizar compras detallistas (juguetes en este caso).

Fábrica → Bodega/Distribuidora → Puntos de Venta → Usuario  
(Productor)            (Mayorista)            (Detallista)            (Consumidor)

### Tipo de distribución: Intensiva

Actualmente PICA se maneja en la mayoría de sus categorías con una distribución intensiva y los juguetes no son una excepción. SuperÑños estará disponible en todos los almacenes de juguetes con los que ya tiene acuerdo y además estará en almacenes de productos relacionados, como por ejemplo BebéMundo. Se busca que el producto esté a la venta en el mayor número de puntos de establecimiento posibles. Se realizará de esta manera para que el juguete pueda llegar al consumidor fácilmente y que, junto a actividades de Trade Marketing, el producto se posicione de manera rápida y correcta.

### Propuesta a futuro:

Se podría realizar una alianza estratégica con Centros de Desarrollo Infantil y Centros de Estimulación Temprana, mismos donde se capacitará al personal y se otorgará un margen de ganancia a los centros que quieran ser puntos de venta de este juguete pedagógico.

Se realizará un canal de distribución especial para el aliado estratégico (Centros de Desarrollo Infantil y Centros de Estimulación Temprana), ya que éstos no son puntos de venta actualmente. Su distribución será mucho menor a la de los otros puntos y los productos serán entregados a consignación.

Fábrica → Bodega/Distribuidora → C. de Estimulación temprana/ Infantil → Usuario

(Productor)

(Mayorista)

(Detallista)

(Consumidor)

## 8.5 Promoción

Objetivos de Comunicación:

- Dar a conocer que SuperÑños fortalecerá el vínculo entre hermanos.
- Exponer los beneficios que SuperÑños brindará a ambos hermanos, con actividades de estimulación temprana.
- Indicar que, con SuperÑños, el hermano/a mayor se convertirá en el súper héroe del hogar.
- Abordar la problemática que acontece en los niños antes la llegada de un nuevo hermano y sus posibles soluciones, sin relacionarlo a la marca. (Se utilizará en Relaciones Públicas-Gira de Medios como estrategia.)
- Presentar la marca SuperÑños a través de key visuals.

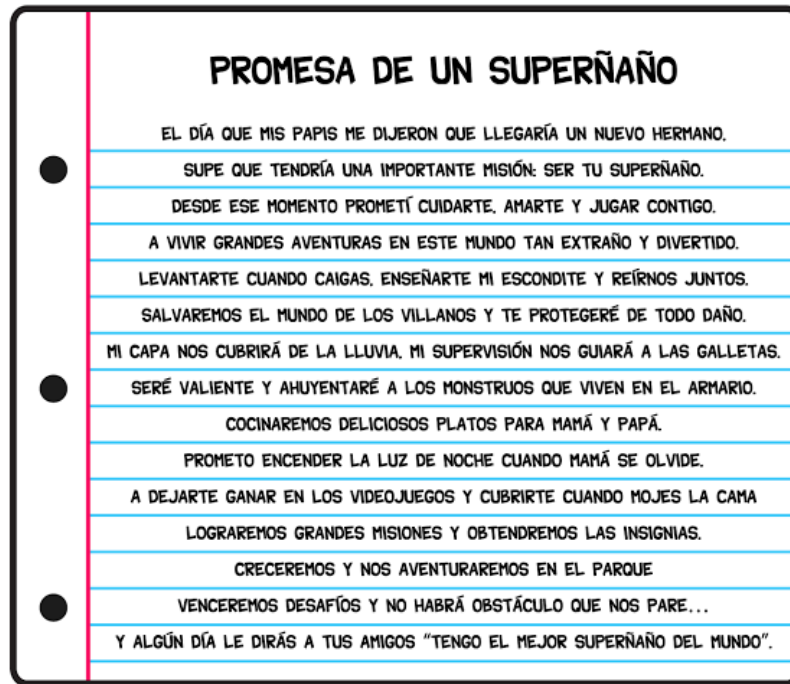
### Concepto de Comunicación

SuperÑños fortalecerá el vínculo entre el hermano mayor y el nuevo hermano.

### Concepto Creativo

Con el llegada de un nuevo hermano, aparece un SuperÑño.

### Manifiesto



## **Campaña de expectativa**

### **Líderes de opinión**

Se contratará a una madre de familia con influencia mediática, la cual será utilizada como imagen de la campaña para distintas actividades como lanzamientos, redes sociales y publrreportajes en televisión, mismos donde ella brindará tips e invitará al público a vivir su experiencia con los SuperÑños.

Los personajes mediáticos que se proponen para esta campaña son Gabriela Pazmiño (TC Televisión) o Úrsula Strenge (Ecuavisa), ambas reconocidas por su papel de madres y muy queridas por el público.



### **Redes Sociales:**

Exposición de la problemática con influenciadores y líderes de opinión

Como campaña de expectativa se contratará a una líder de opinión para que comience a hablar del tema de inclusión en las familias hacia un nuevo miembro por medio de vídeos personales en su cuenta de Instagram. Ya que con la llegada de un nuevo hermano muchos cambios pueden ocurrir dentro de ella, tales como: depresión, agresión, bajos rendimientos académicos, entre otros. Es un tema que muy pocas familias lo tocan ya que les cuesta aceptar que esta nueva noticia, que viene a ser una bendición, también causa conflictos internos. Junto a esto se sumará que se contratarán a TweetStars para que se sumen a este tema ya que con su gran llegada a nuestro público objetivo lograremos sacar este tema a la luz y dejará de ser un tabú.

Se utilizará como Hashtag #SuperÑños para crear ruido y que se haga conocida la marca sin mencionar a PICA y sin mencionar el juguete. Se logrará que las personas comiencen a aportar con comentarios, experiencias y vivencias acerca de la problemática y sus soluciones.

### **Televisión:**

-Reportaje:

Luego de diez días de publicaciones en las redes Instagram y Twitter, se logrará obtener reportajes acerca de la problemática de cómo afecta a la sociedad actual a corto y largo plazo, a través de la tutela de un experto en el tema, en este caso será la educadora inicial, Tatiana Orellana, quien dará consejos para prevenir y canalizar correctamente esta situación de la cual tanto se está hablando en las redes sociales y dirá que existe una solución efectiva para dicho problema, mismo que crece por la falta de información en las personas, sino más bien como una nueva oportunidad para volver a crear un gran vínculo con su hijo y fortalecer esa relación. Esta profesional mostrará el juguete, resaltará sus beneficios y funciones, y explicará su forma de uso y mecánica.

Esto se realizará en programas de revistas matinales como En Contacto (Ecuavisa), De Casa En Casa (TC Televisión), El Club de la Mañana (RTS) y El Matinal (GamaTV).

El vocero deberá tener vastos conocimientos en el área de Estimulación temprana y Desarrollo Infantil y ser creíble, además de ser reconocido por el público potencial.



## **Prensa**

-Reportaje:

Se realizarán varias notas sobre la problemática, cómo ésta afecta a la familia y en sí a la sociedad a largo plazo, adicional se presentarán cuales podrían ser los beneficios que se obtendrían al fortalecer el vínculo familiar y fraterno en esta difícil etapa del pequeño. Estos reportajes serán publicados como notas de interés en los diarios más utilizados por el público objetivo (El Universo y Diario Expreso), todo con ayuda de una estrategia de Relaciones Públicas.

## **CAMPAÑA DE LANZAMIENTO**

### **Evento de lanzamiento:**

Como evento de lanzamiento se realizará un desayuno para los medios de comunicación, líderes de opinión, voceros de la campaña, padres y madres de familia que sean parte de la farándula Ecuatoriana, y personal administrativo de PICA. El cual se llevará a cabo el 5 de abril del 2016 en el Centro de Convenciones de Guayaquil, a las 09H00 y durará dos horas, será en el salón Eloy Alfaro.,

El ingreso: En el momento que llegan los invitados serán recibidos por los SuperÑños Gaby y Carlitos (personajes de la campaña), habrá un backing donde los invitados se tomarán

una foto con los personajes, la misma que será entregada al finalizar el evento, también se obsequiará un Kit de prensa: souvenir de una pequeña mochila para niños con la insignia de SuperÑños, y en ella tendrá un sticker para carros que dirá "SuperÑños a bordo", un pendrive personalizado de SuperÑños y aparte el boletín de prensa que quisieran que sea publicado.

El concepto del evento será una temática infantil, la cual contará con estaciones de: canguil, churros y algodón de azúcar.

Aparecerán en dos esquinas del salón dos payasos, ellos realizarán un pequeño show, donde invitarán a interactuar a los presentes, será un show muy divertido (con bromas sanas basadas en la problemática de nuestro producto)

Luego invitaremos a los presentes a degustar un exquisito desayuno quiero será pensado en lo que a los niños les gustaría comer.

A continuación llamarán a la líder de opinión a dar su punto de vista y contar un poco de sus anécdotas vividas basadas en su diario vivir. Para finalizar invitarán a la tarima a la profesional Tatiana Orellana, educadora inicial, para explicar cómo se debería tratar este problema y dará unos tips de cómo manejar las situaciones incluyendo a toda la familia para así evitar problemas mayores.

Para finalizar se hará la presentación del producto a cargo de la jefa de marketing de Pica, indicando los beneficios del mismo y lo que viene dentro de cada caja de "SuperÑños"

## Kit de prensa



Pendrive



Mochila



Sticker para el carro

## Televisión

-Comerciales:

Se realizará dos comerciales, 30 segundos cada uno, en los cuales se demostrará de una manera emotiva la finalidad de “SuperÑaños”. Éste será pautado en Ecuavisa, TC Televisión y Canal UNO.

Comercial 1: Tengo una misión.

(Noche, casa) Niña se encuentra jugando con bebé SuperÑño en el piso de su habitación, de repente escucha un llanto proveniente de otra habitación, inmediatamente ve a los ojos al muñeco con el que está jugando, se pone su disfraz (capa, antifaz y cinturón), sale corriendo de su habitación, atraviesa obstáculos (perro se interpone, salta un carrito, etc), entra al cuarto del hermano, prende la luz de noche (esto calma su llanto) y va a lado de la cuna a verlo. La imagen se hace borrosa, sale el logo de SuperÑños, una voz en off dice el copy: “Cada vez que nace un nuevo hermano... aparece un SuperÑño” (Se muestra el producto). Se cierra con la madre visualizándolos orgullosa desde la puerta.

Comercial 2: Tengo una promesa.

(Día, Parque) Se ve a un niño vestido de SuperÑño encima de una resbaladera, a lo lejos puede ver a su mamá sentada conversando con una señora mientras acurruca al hermano menor en el coche. “La supervisión” del niño logra ver como un balón (de un partido de fútbol que se juega en el parque) va directo hacia el hermanito. Inmediatamente el niño se resbala, corre y pasa por obstáculos (niños jugando, subibaja, caja de arena) y llega antes de que la pelota impacte y le da un cabezazo. Durante todas estas escenas él está diciendo una promesa en voz en off similar a lo que dijo en el manifiesto. Todos se quedan asombrados y aplauden al SuperÑño. La mamá abraza al hijo mayor, sale el logo de SuperÑños, una voz en off dice el copy: “Cada vez que nace un nuevo hermano... aparece un SuperÑño” (Se muestra el producto).

## *La promesa de un SuperÑaño*

*El día que mis papis me dijeron que llegarías,*

*Hice una promesa: Ser tu SuperÑaño.*

*Cuidarte y vivir grandes aventuras juntos.*

*Cubrirte con mi capa y ahuyentar a los monstruos del armario.*

*Y algún le dirás a tus amigos “tengo el mejor SuperÑaño del mundo”.*

### **Gira de medios**

Se realizará una publicación especial por el día de lanzamiento de “SuperÑaños”.

Se escogerá a un vocero oficial para que haga una gira por los programas de revista matinales más vistos por las madres de familia de nivel medio, en estos se relatará los beneficios que existen en mantener a la familia unida ante la llegada de un nuevo hermano, explicando la problemática que puede acontecer en los pequeños al sentirse desplazados por un nuevo miembro.

El vocero explicará y demostrará cómo SuperÑaños puede aliviar y fortalecer el vínculo familiar a través de sus juegos didácticos, mismos que tienen como fin unir a los miembros del hogar. Otro beneficio a recalcar en estos publireportajes es la aportación de estimulación temprana en las misiones que tiene que realizar el “SuperÑaño” con su nuevo hermano.

La persona encargada de transmitir este mensaje en los publireportajes deberá ser un líder de opinión que haya pasado por alguna situación similar en su vida, se establecerá que

ésta sea alguien mediático para que su mensaje pueda ser alcanzado por más personas, alguien con trayectoria televisiva.

Las revistas matinales donde se llevará el mensaje serán: En Contacto (Ecuavisa), De Casa En Casa (TC Televisión), El Club de la Mañana (RTS) y El Matinal (GamaTV).



## **Vía Pública:**

Se colocará tres vallas publicitarias en sectores de la ciudad de Guayaquil, mismos que serán escogidos estratégicamente para obtener la mayor cantidad de impactos:

- Ave. Francisco de Orellana. (Altura World Trade Center)
- Vía Daule. (Kilómetro 9, a la altura de Plaza 9)
- Ave. Carlos Julio Arosemena (Altura de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil)

La valla mostrará una cigüeña volando por un cielo azul llevando a un bebé con el pico, arriba de ella va un “SuperÑño” cuidándola. Dentro del arte estará el copy “Cada vez que nace un nuevo hermano, un SuperÑño aparece”, adicional del logo del juguete y la marca PICA.

## **Prensa:**

Aviso:

El día del lanzamiento se publicará un aviso de prensa. Este ocupará un cuarto de página en la sección “Vida y estilo” de El Universo. En este aviso se visualizará a los “SuperÑños” (niño y niña) volando en el cielo, bajo ellos estará el Copy: “Cada vez que llega un nuevo hermanito, aparece un SuperÑño”, además del producto, su marca y la del fabricante PICA.

Inserto:

El domingo próximo al lanzamiento se realizará un inserto en diario El Universo, éste será un colgante de cuna de SuperÑños volando, Carlitos y Gaby, para que se los ubique en el móvil del bebé y estos sean una analogía de la protección del hermano al menor.

- **Actividades BTL**

-Face in hole: Llegaron los SuperÑños

En el patio de comidas de los centros comerciales Riocentro Sur y Ceibos, San Marino, Mall del Sol y CityMall se hará un Face in Hole en el que los niños se podrán tomar fotos con una capa. Habrá dos modelos que inviten a las familias con más de un hijo a tomarse foto, y se les entregará un sticker del logo de SuperÑños para que lo lleven consigo; y de esta forma se creará recordación de marca en el niño y padre. Estas fotos se la subirán al Facebook de Casa PICA y a la cuenta e Instagram @supernanosec. Este estará junto al playground que se explica a continuación.

-Playground: Ciudad de Superhéroes

Se realizará diferentes actividades que llamen la atención del transeúnte y generen interés en la marca SuperÑños. Estos se encontrarán en puntos estratégicos que sean visitados por nuestros potenciales consumidores (niños) y compradores (padres de familia). En los mismos centros comerciales en el que estará el Face in Hole se instalará un Playground. Al ingresar al playground se les dará una capa para que ellos puedan ir sintiéndose como SuperÑños. La capa será de material tela-espuma.



## **Redes sociales**

-Facebook e Instagram

Se creará una cuenta en Instagram de “SuperÑños” (@supernanosec) y se utilizará la cuenta de Facebook de Casa PICA para brindar tips de desarrollo infantil y cómo manejar la problemática del desplazamiento del hermano mayor ante el menor. Adicional se publicarán avisos sobre el producto, divertidos posts sobre los personajes Carlitos y Gaby, más un concurso.

Concurso: *Mis SuperÑños*

Dentro de esta estrategia de Redes Sociales, se realizará un concurso para dar movimiento y hacer ruido en las redes:

Instagram:

“Sube una foto de un dibujo que haya hecho tu hijo/a con su hermanito/a con el hashtag #SuperÑños, menciona a @supernanosec y estarás participando para ganarte un muñeco SuperÑños y un dije personalizado con el dibujo de tu hijo de Piccolo Ecuador (Camille Gamarra).”

Políticas: Se sorteará y premiarán a tres personas que hayan seguido las instrucciones. El área de redes sociales de la cuenta Casa PICA se contactará con los ganadores y les pedirá sus datos. Luego se ubicará el almacén PYCCA más cercano a ellos para que retiren su premio en los siguientes 15 días, y al entregarles el premio se les tomará una foto la cual se subirá en la cuenta de Facebook de Casa PICA. El concurso estará habilitado para participar durante un mes y luego de este, se anunciarán los ganadores.

Facebook:

Se realizará el mismo concurso de Instagram en caso de que el participante no tenga Instagram. La única diferencia es que tendrán que postear su imagen como comentario de la foto que indique las instrucciones.

Aquí también habrá otros tres ganadores (en total seis).

A continuación un ejemplo del dije:



**Web:**

-Micrositio en página de PICA: Crear un sitio dentro de PICA donde se muestren tips de cómo lidiar los celos entre hermanos y desarrollo infantil.

-Banner: En los sitios más visitados por nuestro público objetivo se pautará banners que muestren a “SuperÑños” y a su beneficio. Estos guiarán al micrositio de “SuperÑños” en PICA.

AdWords: Se agregará una pauta en Adwords para salir dentro de las primeras recomendaciones cuando se utilicen palabras claves como: HERMANO CELOSO CELOS ENTRE HERMANOS BEBÉ IRRITABLE PROBLEMAS SEGUNDO HIJO

### **Material POP:**

Realización de diferentes aplicaciones creativas en el punto de venta, basadas en el concepto de “Con el llegada de un nuevo hermano, aparece un SuperÑaño”. Los puntos de venta serán las jugueterías, almacenes PICA Y Bebé Mundo.

### **Publicidad:**





En los cambiadores de los baños de centros comerciales antes mencionados se pondrá publicidad que exponga la marca y key visuals para dar a conocer el nuevo producto.

## 8.7 Etapas de la campaña

Etapas	Objetivo	Fecha	Actividad	Área	Espacio
Expectativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abordar la problemática que acontece en los niños antes de la llegada de un nuevo hermano y sus posibles soluciones sin relacionarlo a la marca.</li> </ul>	Marzo 18 - Abril 18, 2016	Líderes de opinión	Relaciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes Sociales</li> <li>Medios de la televisión nacional.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abordar la problemática que acontece en los niños antes de la llegada de un nuevo hermano y sus posibles soluciones sin relacionarlo a la marca.</li> <li>Posicionar la marca SuperÑños en el mercado ecuatoriano en un periodo de 6 meses.</li> </ul>	Marzo 18 – Abril 5, 2016	Redes Sociales – Expectativa: Exposición de problemática con Influenciadores y líderes de opinión.	Relaciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Twitter</li> <li>- Instagram</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abordar la problemática que acontece en los niños antes de la llegada de un nuevo hermano y sus posibles soluciones sin relacionarlo a la marca.</li> </ul>	Marzo 28 – Abril 1, 2016	Televisión: Reportaje sobre problemática con vocera experta.	Relaciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>En Contacto (Ecuavisa)</li> <li>De Casa En Casa (TC Televisión)</li> <li>El Club de la Mañana (RTS)</li> <li>El Matinal (GamaTV)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abordar la problemática que acontece en los niños antes de la llegada de un nuevo hermano y sus posibles soluciones sin relacionarlo a la marca.</li> </ul>	Marzo 25 - Abril 8, 2016	Prensa: Reportaje sobre problemática con vocera experta.	Relaciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Universo</li> <li>Diario Expreso</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer que SuperÑños fortalecerá el vínculo entre hermanos.</li> <li>• Exponer los beneficios que SuperÑños brindará a ambos hermanos con actividades de estimulación temprana.</li> <li>• Indicar que, con SuperÑños, el hermano mayor se convertirá en el superhéroe del hogar.</li> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> </ul>	Abril 5, 2016	Evento de lanzamiento	Comunicación - Relaciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro de Convenciones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar la marca “SuperÑños” en el mercado ecuatoriano en un periodo de seis meses.</li> <li>• Dar a conocer que SuperÑños fortalecerá el vínculo entre hermanos.</li> <li>• Indicar que, con SuperÑños, el hermano mayor se convertirá en el superhéroe del hogar.</li> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> </ul>	Abril 5 – Mayo 5, 2016	Televisión: Comerciales	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TC Televisión</li> <li>• RTS</li> <li>• Ecuavisa</li> <li>• Canal UNO</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posicionar la marca “SuperÑños” en el mercado ecuatoriano en un periodo de seis meses.</li> <li>• Dar a conocer que SuperÑños fortalecerá el vínculo entre hermanos.</li> <li>• Indicar que, con SuperÑños, el hermano mayor se convertirá en el superhéroe del hogar.</li> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> </ul>	Abril 6 – 20, 2016	Televisión: Gira de medios con líder de opinión.	Comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Contacto (Ecuavisa)</li> <li>• De Casa En Casa (TC Televisión)</li> <li>• El Club de la Mañana (RTS)</li> <li>• El Matinal (GamaTV)</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> <li>• Indicar que, con SuperÑños, el hermano mayor se convertirá en el superhéroe del hogar.</li> <li>• Dar a conocer que SuperÑños fortalecerá el vínculo entre hermanos.</li> </ul>	Abril 5 – Junio 5, 2016	Vía Pública: Valla publicitaria	Comunicación	Guayaquil: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ave. Francisco de Orellana.</li> <li>• Vía Daule.</li> <li>• Ave. Carlos Julio Arosemena.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> <li>• Indicar que, con SuperÑños, el hermano mayor se convertirá en el superhéroe del hogar.</li> <li>• Dar a conocer que SuperÑños fortalecerá el vínculo entre hermanos.</li> </ul>	Abril 5 Abril 10	Prensa: Aviso Inserto	Comunicación	Diario El Universo
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> <li>• Indicar que, con SuperÑños, el hermano mayor se convertirá en el superhéroe del hogar.</li> <li>• Dar a conocer que SuperÑños fortalecerá el vínculo entre hermanos.</li> </ul>	Abril 6 – Mayo 6, 2016	BTL: Face in hole: Llegaron Superñños	Marketing - Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riocentro Sur</li> <li>• Riocentro Ceibos</li> <li>• San Marino</li> <li>• Mall del Sol</li> <li>• CityMall</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> <li>• Indicar que, con SuperÑños, el hermano mayor se convertirá en el superhéroe del hogar.</li> </ul>	Abril 6 – Mayo 6, 2016	BTL: Playground	Marketing - Comunicación	Un fin de semana en cada CC: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riocentro Sur</li> <li>• Riocentro Ceibos</li> <li>• San Marino</li> <li>• Mall del Sol</li> <li>• CityMall</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de</li> </ul>	Abril 6 – Mayo 6 , 2016	Redes sociales:	Marketing -	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook</li> </ul>



<p>Keyvisuals.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer que SuperÑños fortalecerá el vínculo entre hermanos.</li> </ul>		Concurso “Mis SuperÑños”	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> <li>• Indicar que, con SuperÑños, el hermano mayor se convertirá en el superhéroe del hogar.</li> <li>• Dar a conocer que SuperÑños fortalecerá el vínculo entre hermanos.</li> <li>• Exponer los beneficios que SuperÑños brindará a ambos hermanos con actividades de estimulación temprana.</li> </ul>	Abril 5 - Septiembre 5, 2016	<p>Web: Web PICA Banner AdWords</p>	Marketing - Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Página web PICA</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> <li>• Incentivar la compra de SuperÑños en nuestro grupo objetivo en un periodo de nueve meses.</li> </ul>	Abril 6 – Mayo 6, 2016	POP	Marketing - Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juguetón</li> <li>• Mi Juguetería</li> <li>• Almacenes PICA</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar la marca SuperÑños a través de Keyvisuals.</li> </ul>	Abril 6 – 30, 2016	Publicidad: Cambiadores de pañal	Marketing - Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riocentro Sur</li> <li>• Riocentro Ceibos</li> <li>• San Marino</li> <li>• Mall del Sol</li> <li>• CityMall</li> </ul>

## 8.8 Borrador de presupuesto fundamentado

<b>Flow Chart</b>			
	Marzo	Abril	Mayo
<b>Televisión</b>			
<i>Publireportajes</i>			
En Contacto (Ecuavisa)		\$ 2.100,00	
De Casa En Casa (TC Televisión)		\$ 1.700,00	
El Club de la Mañana (RTS)		\$ 1.450,00	
El Matinal (GamaTV)		\$ 600,00	
<i>Comerciales</i>			
Ecuavisa		\$ 37.176,00	
TC Televisión		\$ 34.776,00	
RTS		\$ 29.976,00	
Canal UNO		\$ 30.600,00	
<b>Total Televisión</b>		<b>\$ 138.378,00</b>	
<b>Representantes</b>			
Líder de opinión (Gabriela Pazmiño)	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	
Vocera (Tatiana Orellana)	\$ 1.000,00		
<b>Total representantes</b>		<b>\$ 6.000,00</b>	
<b>Influenciadores Redes Sociales</b>			
5 Influenciadores	\$ 1.500,00		
<b>Total Influenciadores Redes Sociales</b>		<b>\$ 1.500,00</b>	
<b>Evento de Lanzamiento</b>			
Alquiler del lugar		\$ 2.368,80	
Invitaciones (Invitación y entrega)		\$ 725,00	
Modelos		\$ 700,00	
Decoración		\$ 2.800,00	
Maestra de Ceremonia		\$ 800,00	
Entretenimiento (Personal, Juegos y disfraces)		\$ 1.350,00	
Líder de opinión (Gabriela Pazmiño)		\$ 1.000,00	
Vocero (Tatiana Orellana)		\$ 1.000,00	

Fotógrafo		\$	350,00	
Kit de prensa		\$	1.150,00	
<b>Total Evento de Lanzamiento</b>		<b>\$</b>	<b>12.243,80</b>	
<b>Vía Pública</b>				
<i>Valla</i>				
Ave. Francisco de Orellana.		\$	1.600,00	\$ 1.600,00
Vía Daule.		\$	1.200,00	\$ 1.200,00
Ave. Carlos Julio Arosemena.		\$	1.500,00	\$ 1.550,00
<b>Total Vía Pública</b>		<b>\$</b>	<b>8.650,00</b>	
<b>Prensa</b>				
Aviso Diario		\$	3.801,00	
Inserto Diario				
Ejemplares repartidos 10.000		\$	1.200,00	
Impresión		\$	3.500,00	
<b>Total Prensa</b>		<b>\$</b>	<b>8.501,00</b>	
<b>BTL</b>				
Face in hole				
Backing		\$	350,00	
Modelo		\$	600,00	
Playground				
Espacio		\$	5.400,00	
Decoración		\$	2.000,00	
Personal		\$	1.200,00	
<b>Total BTL</b>		<b>\$</b>	<b>9.550,00</b>	
<b>Redes Sociales</b>				
Comunity Manager		\$	600,00	
Concurso		\$	1.200,00	
<b>Total Redes Sociales</b>		<b>\$</b>	<b>1.800,00</b>	

<b>Web</b>			
Desarrollo de micrositio		\$	800,00
Banner en páginas más vistas (5 meses)		\$	4.800,00
Ad words (5 meses)		\$	1.200,00
<b>Total Web</b>		<b>\$</b>	<b>6.800,00</b>
<b>POP</b>			
Material POP (400 c/u x 10)		\$	4.000,00
<b>Total POP</b>		<b>\$</b>	<b>4.000,00</b>
<b>Publicidad en Centros Comerciales</b>			
Cambiadores de Pañal (5)		\$	1.250,00
<b>Total Publicidad en Centros Comerciales</b>		<b>\$</b>	<b>1.250,00</b>
<b>TOTAL PRESU PUESTO COMUNICACIÓN</b>			
Televisión		\$	138.378,00
Representantes		\$	6.000,00
Influenciadores		\$	1.500,00
Evento de Lanzamiento		\$	12.243,80
Vía Pública		\$	8.650,00
Prensa		\$	8.501,00
BTL		\$	9.550,00
Redes Sociales		\$	1.800,00
Web		\$	6.800,00
POP		\$	4.000,00
Publicidad en Centros Comerciales		\$	1.250,00
<b>Total</b>		<b>\$</b>	<b>198.672,80</b>
<b>Fee de agencia</b>	17%	\$	33.774,38

<b>Subtotal</b>		\$	232.447,18	
<b>IVA</b>	12%	\$	27.893,66	
<b>TOTAL</b>		<b>\$</b>		<b>260.340,84</b>

## 8.9 Piezas Creativas

Actividad BTL: Capa en columpios y parques





Actividad BTL: Face in hole



## 9. Cronograma de actividades y roles

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Metodología de Investigación Campaña de expectativa Evento de lanzamiento	Jhoanna Henriques
Marco conceptual Introducción Problemática Observación a niños Entrevista a profesionales Idea y justificación del producto	Sara Joutteaux
Justificación de la problemática Marco conceptual Observación a niños Entrevista a profesionales Idea y justificación del producto	Ana Belén Molina

Estrategia de comunicación Resultados de investigación Cronograma de actividades promocionales	Mirko Patrel
Estrategia de Marketing Cronograma de actividades promocionales Antecedentes Grupo objetivo	María Luisa Valencia
Manual de marca de juguete Diseño y elaboración de piezas gráficas	Mauricio Ontaneda

## 10. Bibliografía

### Bibliografía

- Adolescencia, C. d. (3 de Enero de 2003). *Los niños, niñas y adolescentes como sujetos de derechos*. Obtenido de <http://remq.edu.ec/colegiosremq/quitumbe/images/descargas/2013/a13.pdf>
- Ainsworth, M. (1978). *Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation*. Nueva Jersey : Erlbaum.
- Arturo Bados, E. G.-G. (15 de Junio de 2011). *Técnicas Operantes*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/18402/1/T%C3%A9cnicas%20operantes%202011.pdf>
- Barrezueta, F. (3 de Enero de 2012). *Mirador económico*. Obtenido de Economía y Negocios: <http://www.miradoreconomico.com/2012/01/pica-de-simples-productores-de-productos-plasticos-a-productores-y-comercializadores-de-soluciones/>
- Baudouin, C. (s.f.). *Freud, Jung y la Psicología de las Instancias*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/41343/1/12409-31993-1-PB.pdf>
- Bowlby, J. (1976). *El apego y la pérdida*. España: Editorial Paidós.



- Bolwby, J. (1986). *Vínculos afectivos: formación, desarrollo y pérdida*. Madrid: Ediciones Morata.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and loss*. Estados Unidos: Basic Books.
- Cordero, C. P. (2010). La importancia del juego y los juguetes para el desarrollo integral de los niños/as de educación infantil. *Autodidacta*, 14.
- Correa, R. (2013-2017). Plan Nacional para el Buen Vivir. Quito: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.
- El Universo. (19 de Marzo de 2014). Se busca reemplazar 25% de juguetes importados. *El Universo.com*, págs.  
<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/03/19/nota/2398371/se-busca-reemplazar-25-juguetes-importados>.
- Enríquez, C. (10 de Marzo de 2015). Aranceles, sobretasas de hasta el 45% arrancan desde hoy. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com/actualidad/salvaguuardias-aranceles-balanza-pagos-consumo.html>.
- Figuerola, M. E. (2013). *Terapia de juego desde el modelo integrativo aplicada a escolares que presentan conductas agresivas*. Recuperado el 2015, de Universidad del Azuay: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3340/1/10108.pdf>
- Guerrero, E. (08 de Mayo de 2005). *Muñecas millonarias*. Obtenido de El Periodico Mediterraneo: [http://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/sociedad/munecas-millonarias-made-in-valencia\\_161621.html](http://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/sociedad/munecas-millonarias-made-in-valencia_161621.html)
- Gurriarán, J. (2012). *Celos infantiles*. Obtenido de <http://www.edu.xunta.es/centros/ceipgurriaran/system/files/Celos+infantiles.pdf>
- HC Lindgren, N. P. (1972). *Introducción a la psicología social*. Obtenido de DSpace: <http://dspace.ucbscz.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/1068/1/1669.pdf>
- Hidalgo, C. (2000). *Apego al lugar: Ámbitos, dimensiones y estilos*. Obtenido de Universidad de la Laguna. Málaga, España.: <ftp://tesis.bbt.ull.es/ccsyhum/cs48.pdf>
- INEC. (2014). *Anuario de estadísticas vitales: Nacimientos y Defunciones*. Quito: Administración Central de Quito .
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011*.  
[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90&](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&): INEC.
- MacroVisionMedia. (2007). *Superbrands Ecuador*. Obtenido de MacroVisionMedia: [http://macrovisionmedia.com/superbrandsecuador/pdf\\_casos/pica.pdf](http://macrovisionmedia.com/superbrandsecuador/pdf_casos/pica.pdf)
- Márquez, C. (26 de Abril de 2015). Estimulación temprana en el mundo andino. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com/tendencias/estimulaciontemprana-bebes-tradiciones-indigenas-maternidad.html>.
- McGraw. (2010). *Importancia del juego en el desarrollo infantil*. Obtenido de <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448171519.pdf>
- MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD-SUBSECRETARÍA DE LA CALIDAD. (2014). SEGURIDAD DE LOS JUGUETES. *REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 089-*, (pág. 2). Ecuador.

- Morales, K. (16 de Mayo de 2013). *¿Qué es y cómo se crea un bebé reborn?* Obtenido de Mi bebé reborn: <http://mibebereborn.blogspot.com/2013/05/que-es-y-como-se-crea-un-bebe-reborn.html>
- Peñaranda, D. (2013). *El contexto familiar y su incidencia en el comportamiento de los niños y niñas dentro del entorno escolar*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/812/3/EL%20CONTEXTO%20FAMILIAR%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20EL%20COMPORTAMIENTO%20DE%20LOS%20NI%C3%91OS%20Y%20NI%C3%91AS%20DENTRO%20DEL%20ENTORNO%20ESCOLAR.pdf>
- Pérez, C. (2010). la importancia del juego y juguete para el desarrollo integral de los niños/as de educación infantil. *Autodidacta*, 14.
- Pérez, M. L. (Marzo de 2011). *Los celos en la infancia*. Obtenido de [http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod\\_ense/revista/pdf/Numero\\_40/M\\_LUISA\\_PEREZ\\_1.pdf](http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_40/M_LUISA_PEREZ_1.pdf)
- PICA. (2014). *PICA*. Obtenido de Plásticos Industriales PICA: <http://pica.com.ec/Web/default.aspx>
- Redacción de Negocios . (6 de Marzo de 2015). El Régimen aplicó salvaguardias de hasta el 45% a las importaciones. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios-salvaguardias-productos-comercio-exterior.html>.
- Regidor, R. (2003). *Las capacidades del niño: guía de estimulación temprana de 0 a 8 años*. Barcelona: Editorial Palabra.
- Revista Familia.ec. (2013). Instinto Maternal. *enme de Mujer*, <http://www.revistafamilia.com.ec/articulos-portada/397-instintomaternal>.
- Scarpinelli, L. (30 de Marzo de 2008). La tecnología ahora cambia la forma de jugar de los chicos. *La Nación*, págs. <http://www.lanacion.com.ar/999820-la-tecnologia-ahora-cambia-la-forma-de-jugar-de-los-chicos>.
- Schaefer, C. (2000). *Manual terapia de juego*. Mexico: Manual Moderno.
- SENAME. (s.f.). Gobierno de Chile Ministerio de Justicia SENAME. *Manual de Estimulación Temprana Socio-Afectiva para bebés de 0 a 12 meses*. Unidad de Intervención Temprana, Santiago, Chile: [http://www.sename.cl/wsename/otros/doc\\_sename/Manual\\_Estimulacion\\_Temprana\\_0-12\\_meses\\_SENAME.pdf](http://www.sename.cl/wsename/otros/doc_sename/Manual_Estimulacion_Temprana_0-12_meses_SENAME.pdf).
- Social, M. d. (2014). En *Desarrollo Infantil Integral* (págs. 34-35). Ecuador: Dirección de Política Pública.
- Tapia, E. (27 de Octubre de 2014). Más juguetes nacionales, pero no lo suficiente. *El Comercio.com*, págs. <http://www.elcomercio.com/actualidad/juguetes-nacionales-produccion-importaciones-ecuador.html>.
- Tinajero, A. (2008). *Estimulación temprana: inteligencia emocional y cognitiva*. Madrid: Editorial Cultural.
- Urizar, M. (2012). *Vínculo afectivo y sus trastornos*. Bilbao.
- Vásconez, M. A. (2013). REQUISITOS DE ENVASE, EMBALAJE Y ROTULADO. *MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD-SUBSECRETARÍA DE LA CALIDAD*. Quito, Metropolitano, Ecuador: <http://www.normalizacion.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2014/01/rte\_vigente/SUBIDOS%202013-11-25/prte\_089.pdf.

Vásquez, L. A. (2011). *Desarrollo socio afectivo*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/53053478/DESARROLLO-SOCIO-AFECTIVO#scribd>

## 2. Anexos

- a. Investigación:
  - i. Encuestas:
  - ii. Entrevistas a padres:
  - iii. Entrevistas a profesionales:
  - iv. Fichas de observación:

**Nombre:** Paulo XXX

**Edad:** 2 años 2 meses

Inicialmente Paulo se mostró emocionado ante la situación, estaba deseoso de poder jugar en la sala de juegos. Cuando entró a la sala se mostró interesado por los juguetes con colores más llamativos como el rojo naranja y azul. Empezó por armar torres de 15 bloques alrededor de 5 minutos, para luego integrar los títeres pequeños al juego creando castillos y fuertes para los mismos. Posteriormente Paulo se muestra cansado, se para y empieza a explorar todo la sala, hasta instalarse en el rincón de disfraces, se muestra atraído por el disfraz de bombero colocándose su sombrero y la chaqueta la cual representa dificultad para el debido a la cantidad de velcro que presentaba el mismo pidiendo ayuda a la observadora. Durante el juego con el disfraz emito sonidos onomatopéyicos de camiones de bomberos colocando sus manos en posición de conductor y realizando gestos para sostener la manguera, para luego adherir al juego un carro rojo el cual representa al camión de bomberos, se mantuvo entretenido durante 5 minutos aproximadamente hasta finalizar la observación.

**Nombre:** Emilia XXX

**Edad:** 2 años 5 meses

Emilia se mostró muy entusiasmada de poder entrar al salón de juegos. Al entrar a la sala de juegos, no sabía a qué juguetes dirigirse, se decidió empezar por los juegos de cocina, cogió la taza, la cuchara, los platos y se sentó en la mesa de plástico que estaba junto a la cocina, se puso de pie y fue caminando a coger una muñeca para sentarla junto a ella para imitar que tomaban café alrededor de 6 minutos. Luego fue a la piscina de pelotas con colores llamativos como amarillo, verde, azul, morado donde se mostró muy alegre y entretenida lanzando pelotas por toda la sala. Salía y entraba constantemente de la piscina de pelotas para recogerlas y volver a lanzarlas. Puso a la muñeca dentro de la piscina para estar junto a ella. Cuando finalmente se desinteresó por la piscina de pelotas, regresó a la cocina a elegir nuevos platos y tazas para sentarse nuevamente en la mesa con la muñeca, simulaba comer y tomar de la taza hasta que se mostró totalmente desorientada y empezó a mostrar su enojo y desesperación por salir del lugar.

**Nombre:** Ignacio XXX

**Edad:** 2 años 3 meses

Al empezar la observación, Ignacio se mostró muy descontento e irritable por entrar a la sala de juegos. Se habló con él durante un corto tiempo para explicar la situación hasta que se mostró interesado por participar. Cuando ingresó a la sala empezó por recorrer y reconocer el lugar, tocaba todos los juguetes los observaba hasta que se mostró interesado por los juegos de construcción, sacó uno por uno todos los juguetes y herramientas hasta tener todos en el piso con él. Empezó eligiendo el martillo y un bloque de plástico para darle pequeños golpes simulando martillar un bloque, seguidamente caminó por la sala y se sentó junto a los bloques para armar torres para luego derrumbarlos con las pelotas de la piscina por alrededor de 7 minutos. Luego volvió donde estaba jugando inicialmente es decir el rincón de construcción para guardar todo en su respectivo lugar. Mientras guardaba se mostró interesado en la caja

de herramientas, la cual contaba con diferentes instrumentos para la construcción, empezó por sacar un destornillador, lo observó detenidamente y se dirigió a la puerta para colocarlo debajo de ella. Regresó y logró sacar una caja de tornillos de plástico de color amarillo lo observó y lo volvió a guardar, regresó a recoger el destornillador para guardarlo en la caja. Finalmente se mostró desinteresado por todos los juguetes.

**Nombre:** Paula XXX

**Edad:** 2 años 2 meses

Paula es una niña muy alegre, activa y participativa. Le gustó mucho jugar con todos los juguetes que se le presente. Al entrar a la sala de juegos, empezó a correr muy emocionada, fue directamente a la piscina de pelotas para lanzarlas por toda la sala, salía y entraba de la piscina recogiendo las pelotas para volver a lanzar durante 3 minutos. Luego fue al rincón de disfraces, se sentó abrió la tapa de la caja y empezó a sacar los disfraces observándolos para finalmente lograr escoger el disfraz de princesa, un vestido de color rosado con morado, se lo colocó al revés por encima de su ropa debido a la complejidad del vestido, se puso los zapatos de plástico de princesa, empezó a caminar por la sala buscando una muñeca bebé para sentarse en la mesa de plástico tomando té junto a la muñeca a la cual la nombró Titi durante 8 minutos. Se paró con Titi en los brazos para dirigirse al espejo para observarse disfrazada. Posteriormente se sacó el vestido y los zapatos de princesa, para ir a jugar con los instrumentos musicales, se sentó y dijo “¿Qui e eto? (flauta), eligió el tambor y con sus manos empezó a golpear haciendo sonidos fuertes por 5 minutos, sonriendo por los sonidos que hacía. Finalmente pidió poder salir de la sala con la muñeca Titi.

**Nombre:** Xavier XXX

**Edad:** 2 años 5 meses

Durante esta observación se necesitó la participación activa y constantemente de la evaluadora debido a que Xavier se mostró muy irritable y cohibido durante la observación. Cuando se ingresó a la sala de juegos, realmente no quería jugar con ninguno, se le mostraba la variedad de juguetes pero no se interesaba por ninguno. Se empezó por sacar juguetes de música para realizar sonidos que le llamaran la atención, luego al rincón de construcción en el cual logró tocar un martillo y golpearlo con el piso, lo dejó a un lado y corrió a lado de la evaluadora lo que demostró que no deseaba quedarse solo, cogido de la mano de la evaluadora recorriendo toda la sala para poder incentivar a que elija un juguete que le llame la atención, al pasar por el rincón de carros dijo “eeee” “ahí etaaa caro”. Fue directamente a elegir el carro rojo grande, se sentó junto con la evaluadora y empezó a mover el carro por toda la sala durante 6 minutos diciendo “pipipipi” imitando el sonido del pito de un carro. Poco a poco se alejaba de la evaluadora hasta lograr jugar solo, integró dos carros más de color azul y verde al juego haciendo una carrera de carros por toda la sala durante 5 minutos. Al finalizar dijo “caro rojo” demostrando que el carro rojo era el ganador de la carrera.

**Nombre :** Antonio XXX

**Edad:** 2 años 6 meses

Antonio se mostraba entusiasmado por su visita a la sala de juegos, reflejando su emoción a través de saltos y abrazos. Durante la observación Antonio mantuvo interés en el rincón de construcción, escogiendo los martillos y clavos, así como tornillos y turcas, jugando con ellas imitando a un constructor en la totalidad de su rol, emitiendo frases como "vamos a crear una casa" "colocadé un blodque en esta paded". Jugó Antonio alrededor de 8 minutos en la construcción de la casa, para posteriormente correr hacia la piscina de bolas, lanzándose y nadando en ella, jugó con las pelotitas, clasificándolas por colores, Rojas con rojas, amarillas con amarillas y azules con azules. Posteriormente descansó sobre las pelotas, sumergiéndose

cuatro veces más tratando de obtener la atención de la observadora. El niño se mostraba interesado en jugar con la misma, lanzó dos pelotas hacia sus pies, recibiendo respuesta de ella en una ocasión, debido al rol que poseía en esa instancia. Antonio decide luego de esto jugar con el disfraz de chef, sin embargo no permanece en éste debido a las herramientas que presentan el juego, pasteles y cupcakes, pidiendo luego de minutos retirarse.

**Nombre:** Belén

**Edad:** 2 años 7 meses

Belén se mostró totalmente desinteresada ante todos los juguetes, se quedó sentada en la mitad de toda la sala de juegos, se acostó durante siete minutos observándose frente al espejo de la misma, realizando muecas y caras que le producían risa. Posteriormente Belén decidió dibujar y pintar con crayones los mismos, hasta encontrar los sellos de princesa para decorar así todo lo que había realizado. A partir de este juego se mostró mayormente interesada en la dinámica, desordenando todos los juguetes que estaban dentro de las casas y de las cajas que habían dentro de la sala, exploró completamente hasta colocar todas las partes sobre el piso y poder elegir bien su juguete, encontré un carrito armable y con ese decidió jugar durante 10 minutos emitiendo frases referentes al mismo "vamos rápido" "no te duermas carrito", haciendo andar con mayor velocidad el carrito, lo colocó dentro de las cajas que estaban cerca, para luego comenzar a saltar y verse contra el espejo.

### **Observaciones a niños de 3 años**

**Nombre:** Felipe

**Edad:** 3 años 2 meses

Inicialmente Felipe se mostró muy nervioso y ansioso, se tuvo que intervenir con una maestra para explicarle que sería únicamente un juego, cuando ya se logró ingresar a la sala de juegos,



Felipe se alegró y decidió jugar con los carros, haciéndolos volar sobre el cielo, estuvo tranquilo por unos seis minutos emitió frases como “me encanta como vuelas” “quisiera volar contigo”, se dio muchísimas vueltas en el suelo junto al carro, corrió y colocó el carro sobre un escritorio que estaba cerca, hizo rodar el carro por el mismo, hasta ver unas hojas en blanco y muchos sellos, dejando de lado el carro para así comenzar su obra de arte, decoró tres hojas con sellos de animales y de personajes de caricaturas infantiles por algunos minutos. Posteriormente pidió permiso para ir al baño para luego concentrarse en sus zapatos y en sus medias, se las quitó y decidió jugar con un bebé que estaba sin zapatos y sin medias también, jugó con sus brazos y sus piernas, lo abrazó y colocó en un coche paseándolo por alrededor de siete minutos, generó frases como “duérmete ya mi niño, es tarde”, “debes descansar mamá llegará pronto”, expresando su cariño mediante canciones y besos, finalmente lo dejó dormir al bebé y él también se acostó hasta asumir que el muñeco descansó e irse.

**Nombre:** Ana Cristina

**Edad:** 3 años con 7 meses

Ana Cristina estaba muy entusiasmada por jugar en la sala, entró saltando y bailando, emitió frases como “al fin seré una princesa”, “quiero bailar en mi reino”, cogió el disfraz de la princesa Aurora, lo manipuló con facilidad, lo desabrochó, alzó las piernas y se vistió, luego de esto buscó algún objeto similar a un cetro, eligiendo una escoba pequeña para jugar, se sentó y comenzó a dar órdenes a sus guerreros, les pidió que vayan a buscar a su madre, “deben encontrarla, la extraño mucho” “nezezito de su amor”, esperó unos minutos empezando a llorar desconsoladamente en su trono. Luego de esto se echó en el piso a descansar con sus extremidades completamente abiertas. Se paró luego de unos cuatro minutos se sacó el vestido y vio el rincón de cocina, cogió las cucharas y comenzó a comerse

un cupcake, “necesito una servilleta”, realizó el gesto de limpiarse, siguió comiendo hasta sentir sed, abrió la puerta del salón, se dirigió a su clase cogió su termo y regresó, estuvo tranquila, hasta preparar un sánduche e irse.

**Nombre:** Marina

**Edad:** 3 años 5 meses

Marina inició sentada junto al espejo de la sala, realizó muchos gestos, decidió observarse durante cinco minutos. Posteriormente decide ir al baño, al salir se dirige al rincón del hogar, se sienta y ordena a todos los bebes que estaban sobre los coches, los coloca en el suelo uno alado de otro, desde el más pequeño al más grande, Marina comienza a realizar un SALUDO, imitando a una profesora “cómo están niños, cómo están?” “cómo han venido hoy?” relata toda la intervención, llama la atención algunos de los bebés que se encontraban distraídos durante su saludo, “¡silencio!” le dice al más grande, introduce el color rojo y luego el amarillo, generando la asociación de estos con frutas y con el señor sol. Cuando ya los envía a lunchar a todos sus alumnos, Marina se cansa de jugar y decide llevar al más pequeño a dormir, luego de haber colocado una teta en su boca y tratado de colocar, lo cual le representó mucha dificultad. Lo dejó en un coche y lo arrojó con una manta que estaba cerca.

**Nombre:** Virginia

**Edad:** 3 años 1 mes

Presentó interés ante todos los juguetes que se colocaron para la disposición de los niños, sin embargo se mostró muy emocionada al ver los disfraces y el rincón de lectura. Virginia inicialmente eligió jugar con un disfraz de bombero, colocándoselo con toda facilidad, buscó todos los juguetes relacionados al color rojo, carros, pelotas, legos para así crear su propia fortaleza de bombero, simbolizando un cuartel, buscó rescatar a un herido por las lluvias próximo a su espacio, este personaje se encontraba reflejado por un peluche de un oso teddy,

llevándolo a salvo hasta dejarlo con su familia de osos. Posteriormente decidió entretenerse en el rincón de lectura en donde hay unos sofás muy cómodos para descansar, ella uso uno de ellos, previo a esto desordenó todo el rincón hasta elegir un cuento sobre los números en inglés, era un libro mediano, el cual se podía manipular con facilidad.

**Nombre:** María

**Edad:** 3 años 10 meses

María inició jugando en la piscina de bolas, estuvo en ella alrededor de seis minutos, se mostró agradable y cómoda, lanzó todas las pelotas que logró al piso, luego trató de recogerlas, pero se distrajo en el transcurso con un rompecabezas que estaba muy cerca de los rincones, era un rompecabezas de animales que reforzaba las asociaciones y la noción grande y pequeño. Se mantuvo jugando con mucha facilidad, pues era para niños más pequeños. Posteriormente fue al rincón de disfraces y pidió que le pasaran el disfraz de Hulk, se lo colocó con mucha facilidad y emoción, estaba completamente alegre, el traje le producía gracia pues tenía voluptuosidad decía ella: “mira tengo pepas”, se lanzó nuevamente sobre la piscina de bolas, nadando por un rato con muchas risas, luego decidió tropezarse con todas las que impedían su paso, dándole uso a la gran fuerza del súper héroe, trató de destruir todo lo que estuvo su alcance, hasta que encontró un gran caballito saltarín con el finalizó la observación.

**Nombre:** Victoria

**Edad:** 3 años 6 meses

Victoria mostró total inhibición frente a los juguetes. Entró a la sala y se aisló completamente, mostró interés en los bebés y sus coches, les cantó ciertas canciones

infantiles durante tres minutos, hasta que pidió ir al baño, para posteriormente mostrar total desinterés en todos los juguetes.

**Nombre:** Patricio

**Edad:** 3 años 5 años

Patricio ingresó a la sala con mucho entusiasmo, se mostraba alegre y emocionado, decidió jugar con los carros, organizándoles carreras, los lanzaba y el que llegaba más rápido al otro lado ganaba, jugó alrededor de siete minutos, con gran intensidad. Posteriormente se acerca a los disfraces, elige el disfraz de Superman, se coloca todo el traje con facilidad, sin embargo genera interacción con la observadora para poder colocarle la capa, Patricio se encuentra totalmente convencido de su papel, se ubica en la parte final de la sala y va corriendo con gran rapidez simulando que está volando, extiende sus brazos hacia adelante y grita constantemente “vueda vueda vueda”. Cuando mostró cierto cansancio se recostó en la alfombra respirando aceleradamente, menciona “supedpodedes ahí voy” y realiza en mismo acto en dos ocasiones más, hasta encontrar un túnel de psicomotricidad en el que se esconde y espera que no haya ningún para poder salir. Luego de esto decide retirarse el traje de superhéroe para así colocarse el de constructor y armar torres con bloques de fomix durante ocho minutos, pues las armaba y desarmaba con un martillo mediano.

**Nombre:** Carlos Luis

**Edad:** 3 años 11 meses

Carlos Luis, se mostró interesado inicialmente por una pista de carros grande, se sentó con mucha emoción y decidió jugar con un carro y un títere que encontró cerca de una caja, mantuvo una conversación constante en la que le explicaba al conductor lo peligroso que era manejar sumamente rápido, por lo que le decía que utilizase un casco, además le colocó

gasolina haciendo referencia que esto haría si carro más seguro. Carlos Luis realizó el gesto de colocarse un casco también, para así empezar la carrera, duró alrededor de nueve minutos este juego. Decide estirarse un poco para luego escoger unos peluches y asignarle nombres a cada uno de ellos y empezar a jugar a las batallas, peleaban los ositos contra leones y más animales. Posteriormente Carlitos se aburre y pide irse a su salón.

### **Observaciones a niños de 4 años**

**Nombre:** Iker XXX

**Edad:** 4 años 4 meses

Durante la observación con Iker, se notó que se mostraba muy emocionado al poder entrar a la sala de los juguetes, fue directamente al rincón de los carros, sacó todos los juguetes que estaban en la repisa para poder jugar con todos ellos. Dijo “por fin muchos carros”, puso en un círculo a todos los carros que eran de color amarillo y otro círculo que eran para el color azul. El carro amarillo representaba el taxi, para lo cual fue a buscar unas muñecas para simular que paraba un taxi. Se mostró muy dinámico con todos los juguetes hasta que fue al rincón de los instrumentos musicales, se puso la guitarra y empezó a cantar “hola hola soy un niño juguetero”. Luego sacó el tambor y con los palos en la mano empezó a tocar haciendo diferentes sonidos. Después se sintió atraído por la piscina de pelotas, se lanzó en la piscina y empezó a nadar en ella. Empezaba a tirar todas las pelotas por la sala hasta que se distrajo y no sabía que otra actividad hacer. Se quedó acostado en la piscina por alrededor de 5 minutos hasta que se dirigió a la puerta para salir.

**Nombre:** Alejandra XXX

**Edad:** 4 años 6 meses

Alejandra es una niña muy delicada, muy alegre y muy participativa. Al entrar a la sala de juguetes empezó a exclamar “y ahora qué hago” refiriéndose a la cantidad de juguetes que presentaba el jugar. Se paró junto a la puerta y dijo “bueno empecemos con las muñecas”, fue en busca de ellas y empezó a sentarlas en el piso, Alejandra se sentó alrededor de ellas y empezó a peinarlas, vestirlas y jugar con ellas. Dijo “nos vamos de compras chicas” cogiendo a tres de ellas haciéndolas caminar pequeños pasos hasta llegar a la casa de muñecas donde dijo “llegamos”. Cogió unas frutas, tazas y platos y se sentó en la mesa de plástico, Alejandra en una silla y las tres muñecas en otra. Simulaba tomar de la taza mientras hablaba con las muñecas. Después se paró y se fue al rincón de disfraces donde saco directamente el traje de princesa, se lo puso y fue caminando a la silla de las muñecas diciendo “somos iguales”. Se sentó nuevamente en la mesa vestida de princesa junto a sus muñecas. Durante la observación se pudo constatar su interés por las muñecas ya que ningún otro rincón de juegos le llamó la atención.

**Nombre:** Bruno XXX

**Edad:** 4 años 3 meses

En esta observación se redujo el tiempo ya que Bruno se mostró impaciente durante la actividad. Bruno es un niño ansioso y le preocupa mucho lo que va a suceder después de las actividades, se tuvo que explicar en qué consistía la actividad para que él pudiera realizarla.

Cuando entro Bruno a la sala, empezó a llorar y se sentó en el piso esperando que alguien lo vaya a consolar. Después de tres minutos se logró calmar, se levantó del piso y fue caminando hasta el rincón de cuentos, saco uno llamado “Mi día feliz” lo abrió y empezó a observar todas las imágenes que contenía, luego cogió una hoja de dibujo, agarró los crayones y empezó a colorear toda la hoja durante 3 minutos. Se paró y fue directamente al

rincón de construcción donde saco el casco de constructor y el saco naranja, cogió el martillo y empezó a dar pequeños golpes contra la mesa simulando que la reparaba.

**Nombre:** Ariana XXX

**Edad:** 4 años 5 meses

Al ingresar a la sala de juguetes, Ariana se mostró muy cohibida al principio caminaba alrededor de toda la sala durante 3 minutos sin poder decidir qué juguete elegir. Se paró frente al rincón de disfraces y empezó a sacar todos eligiendo finalmente el disfraz de león, se lo colocó y dijo “ahora sí” “rooooooar” empezó a gatear por la sala como un león. Después fue al rincón de cocina, teniendo el mismo papel de león, se paró frente a la cocina y dijo “hambre hambre, todo mío” cogió una zanahoria de juguete y se la comía tocándose la barriga como satisfecha. Fue gateando como un león hasta el rincón de los cuentos, cogió uno y se lanzó a la piscina de pelotas. El cuento se llamaba “La dama y el vagabundo”, se acostó en la piscina y empezó a observar todas las imágenes que tenía el cuento durante 4 minutos, luego salió de la piscina de pelotas, se sacó el disfraz de león, lo puso nuevamente en el lugar correspondiente y dijo “se acabó, chao”, cerró la tapa y se fue a la puerta.

**Nombre:** Gabriela XXX

**Edad:** 4 años 3 meses

Gabriela se mostró totalmente activada durante la observación ya que fue a todos los rincones. Empezó por el rincón de los cuentos, eligió el cuento de “Los tres chanchitos”, lo observó durante 4 minutos todas las figuras que tenía, después fue al rincón de la cocina donde este fue donde más tiempo la entretuvo, sacó un sartén y hacía como si cocinara, lo sacó del sartén y lo puso en un plato, se sentó en la silla de las princesas y simulaba comer lo que se preparó, se paró y fue a la refrigeradora de juguete y cogió una lata de coca cola y

simulaba tomársela. Luego fue al rincón de música donde hizo sonar las maracas al mismo tiempo que bailaba durante 3 minutos. Siguió su recorrido por la sala y paro en el rincón de disfraces donde se puso una peluca y una falda de hawaiiana y empezó a bailar diciendo “lalalala” “ulaulaula” durante 2 minutos para finalmente parar en el rincón de construcción donde cogió la caja de herramientas y dijo “para la mesa”, agarró toda la caja y fue a buscar la mesa de princesas para repararla. Dijo “ahora sí está buena”, dejó la caja de herramientas en su lugar y salió de la sala sonriendo y diciendo “chao juguetes”.

**Nombre:** Francisco XXX

**Edad:** 4 años 5 meses

En la observación de Francisco tuvo que participar la evaluadora ya que se mostró muy incómodo al ingresar a la sala. Durante 5 minutos se sentó junto a la piscina de pelotas sin poder hacer nada. Cuando entró la evaluadora para guiarlo e incentivarlo, se puso de pie y le dijo “vamos a jugar”, la llevó de la mano al rincón de carros donde sacaron todos los carros. Francisco le dijo a la evaluadora “vamos carrera”, empezaron a correr toda la sala saliendo ganador el carro verde de Francisco. Se alegró por haber ganado la carrera y dijo “bravo, gané”. Cogió la mano de la evaluadora y fueron al rincón de cuentos, donde le pidió a ella que le contara el cuento que ella quisiera. Se sentó en el piso y le dijo a la evaluadora “ya cuéntame”, ella empezó a narrar el cuento y se lo notaba muy atento a lo que la evaluadora narraba, hacía varias preguntas con respecto al cuento. Al finalizar el cuento se paró y le dijo a la evaluadora “gracias” le cogió la mano nuevamente y exclamó “ya vamos tía”.

**Nombre:** Sofía XXX

**Edad:** 4 años 7 meses



Durante el juego de Sofía, se mostró muy interesada por dos situaciones. La primera fue la piscina de pelotas en la cual se lanzó en ella tratando de esconder debajo de ellas, se reía y decía “por fin”, lo volvía a intentar una y otra vez durante 5 minutos. Empezó a lanzar las pelotas fuera de la piscina diciendo “fuera, fuera” mientras se reía. Salió de la piscina y fue al rincón de los cuentos donde solo cogió un cuento y observo las imágenes rápidamente dejándolo a un lado para continuar con la siguiente situación que le sorprendió, esta fue el rincón de la cocina, donde se emocionó y exclamó “mi parte favorita del día”. Saco los sartenes los puso en la cocina, simulaba cocinar algo haciendo como que estaba añadiendo los condimentos con sus manos, espero sentada durante 2 minutos viendo el sartén, hasta que dijo “está listo” aplaudiendo. Cogió un plato puso su comida y se sentó en la mesa con su vaso. Se sentó y dijo “rico, rico”, se volvió a parar a coger una muñeca para sentarla junto a ella para que la acompañe en su comida, le dijo “tú eres mi amiga, prueba”, le dio de comer con una cuchara de plástico su comida, logrando compartir su alimento.

**Nombre:** Cristhian XXX

**Edad:** 4 años 7 meses

Cristhian es un niño muy activo, le gusta estar en constante movimiento. Durante la observación, al entrar a la sala, Cristhian se mostró totalmente interesado en los juguetes de construcción, empezó por sacar el casco y el saco de constructor, corrió por toda la sala emocionado por tener el traje exclamando “soy Bob, el constructor”, regreso al rincón donde sacó la caja de herramientas diciendo “wow es grande”, la abrió y se asombró de la cantidad de herramientas de juguetes que tenía. Sacó el destornillador y empezó a reparar la puerta rápidamente, corría en busca de otros materiales para terminar de reparar la puerta, al culminar su trabajo hizo el gesto de cansancio pasando su brazo por su frente diciendo “estoy cansado”. Se acostó en el piso de la sala durante 4 minutos. Se levantó y empezó a correr

hasta que descubrió el espejo de la sala, se sentó frente a ella y empezó a observar detenidamente en el espejo, hacía gestos, se paró a bailar, saltaba, abría la boca, gritaba logrando ver fijamente todos sus movimientos durante 10 minutos.

### **Entrevistas a Padres:**

Dennis Gamecho Arteaga, 30 años.

Tiene un hijo de 3 años 2 meses y una hija de 5 meses.

#### **¿Notaste algún cambio en tu hijo cuando se enteró que iba a tener un hermano/a?**

Al comienzo sí. Empezó a hacer cosas para llamar la atención de su papá y mía y como que se puso malcriadito en la casa y en el jardín se ponía inquieto. Pero luego le conversamos y creo que influyó mucho, y también nos hizo más fácil el hecho de que sea una niña la que venía; entonces a mí como que me dio material para trabajar en que la quiera.

#### **¿A qué te refieres con material? Es decir, ¿qué hiciste para manejar esta situación?**

O sea, le empecé a decir que él iba a tener una princesita y que él era el príncipe de la casa que la tenía que cuidar. Eh, también lo involucraba mucho en las actividades con ella. O sea no lo dejaba a un lado nunca. Por ejemplo cuando la baño, porque lo sigo haciendo, le digo a él que me pase el balde o que le eche aguüita en el cuerpito. Claro que me hace un relajo todo y me riega todo el agua fuera de la tina pero ya pues yo le tengo que decir “ay gracias mijito, sí así se hace, qué lindo cómo me ayudas mi príncipe”.

#### **¿Y qué quisiste decir con que se ponía malcriadito?**

Es que como empezaba a querer llamar la atención con sus acciones, como “mami cárgame”, y yo no podía entonces le decía que no porque la mami se sentía mal o que me dolía la

cabeza. O sea NUNCA relacioné el no poder hacer algo con él por mi barriga o por la bebé. Eso creo que también ayudó a que no le coja fastidio porque imagínate si le decía “no puedo por la bebé” a cada rato. La iba a odiar cuando llegara.

### **Y en el momento que nació, ¿cambiaron más las cosas?**

No, él estaba feliz porque la típica que este problema se hace peor cuando le traen juguetes a la bebé y al hermano mayor, no. No, yo sí les dije a todos: Tengo DOS hijos, DOS. Si me van a traer juguetes o regalos no es uno, son dos.

### **¿Y ahora cómo se llevan?**

Ahorita la ama. La cuida, mira que esté bien o me pregunta si ella está bien, me ayuda. No, no es un angelito; medio relajoso pero angelito. Y siempre quiere estar con ella o jugar y se estresa porque ella aún es chiquita pero ahí le digo que cuando sea grande entonces se distrae con algo más. Y como ella también es bastante risueña y tranquila, no llora, no molesta entonces nada. Todo bien.

## **ENTREVISTA A RAISA Y EMILIO**

### **1. Al momento de saber que llegaría un bebé, ¿de qué manera lo comunicaste a tu hijo?**

Al principio cuando me enteré que estaba embarazada de mi segundo hijo sentí temor de poder comunicárselo a mi hijo, no sabía cómo iba a reaccionar. Lo que hice con Emilio (esposo) esperar a que me crezca la panza y comunicarle a Max (hijo) que estaba esperando un hermano. Al momento de decírselo se sorprendió y no lo podía creer, afortunadamente se emocionó y no tuvo una mala reacción al instante. Por las noches nos acostábamos los tres en la cama y veíamos cuentos que trataran esta problemática, momentos del parto, el nacimiento del bebé etc.

### **2. En caso de que hayas notado un cambio en el comportamiento de tu hijo, tanto social como académico, después del embarazo, ¿cuál fue?**

Hubieron cambios cuando Mila nació a partir del sexto mes aproximadamente. Max empezó a hacerse popo en los pantalones, creemos nosotros que fue porque ya no compartíamos mucho tiempo con él y desde que empezó hacer eso nos dimos cuenta que era por algo. Empezamos a involucrarlo en las actividades con Mila, juegos con ella, todo

lo que hacíamos era con Max y si se notó un cambio grande cuando sucedió, realmente se veía el amor que sentía por su hermanita.

**3. ¿Cuál fue tu reacción/qué hiciste frente a los cambios en el comportamiento de tu hijo ante la llegada de su hermano?**

Cuando sucedió el cambio en Max, el que se ocupó del problema fue Emilio, hablo con Max le explico y le pidió disculpas por lo que estaba pasando por el hecho de no brindarle la atención que necesitaba. Cuando se habló con él lo seguía haciendo pero con menor frecuencia, poco a poco lo dejaba de hacer. Los dos (Raisa y Emilio) supimos entender cuál fue el problema por el que Max hacia lo que hacía, era su forma de expresar el malestar que estaba sintiendo.

**ENTREVISTA A VIVIANA Y RAFAEL**

**1.- Al momento de saber que llegaría un bebé, ¿de qué manera lo comunicaste a tu hijo?**

En realidad no se lo comunique, fue observando mi proceso de embarazo durante todos los meses hasta el quinto mes y no sabía cómo decírselo porque sabía que se venía un gran problema ya que Bruno es muy engreído por la familia. El momento en que lo descubrió fue porque vio la ropa del bebe en una caja, la abrió y se sorprendió mucho de lo pequeña que era la ropa entonces me fue a preguntar de quien era la ropa y tuvimos que decirle la verdad. Se puso a llorar, hizo berrinches y realmente no sabíamos que hacer. Con el pasar de los días seguía teniendo la misma conducta, tratábamos de hacerle entender que iba a tener a alguien con quien jugar, divertirse, compartir sus juguetes etc. Después de esa explicación cambio un poco su actitud pero aun así seguía teniendo celos de su hermano. Durante los meses restantes del embarazo tenia actitudes de llanto, berrinches, gritos pero no pasaba de eso.

**2.- En caso de que hayas notado un cambio en el comportamiento de tu hijo, tanto social como académico, después del embarazo, ¿cuál fue?**

Si, cuando llego Patricio (recién nacido) aumentaron sus celos, los llantos, los gritos y en realidad nos estábamos volviendo locos con Rafael. Como al tercer mes de nacido de Patricio, Bruno no quería comer nada, se orinaba los pantalones, nos llamaban del jardín que no quería trabajar, mordía a sus compañeros etc.

**3.- ¿Cuál fue tu reacción/qué hiciste frente a los cambios en el comportamiento de tu hijo ante la llegada de su hermano?**

En el jardín tuvimos varias consultas, hablamos con la psicóloga y la psicopedagoga nos recomendó varias actividades familiares para poder involucrar a Bruno en la vida de Patricio pero lastimosamente por nuestro trabajo no pudimos hacer las recomendaciones y tuvimos que lidiar con esta situación de Bruno.

## **Alexandra Santelices**

35 años

Madre de hija de 6 meses y niño de 4 años

Bueno, cuando nos enteramos que íbamos a tener un bebé, hablamos con nuestro hijo, con mi esposo, le dijimos que Diositos nos mandaba un hermanito para tener compañía para que jueguen juntos, para que duerman juntos, para que ya no esté solo.

Sí, claro tuvo un comportamiento, ósea el cambio de comportamiento de él fue grande porque, bueno llama más la atención, quiere que le den la teta, cuando él ya estaba dejando de tomar la teta, quiere volver a usar pañales, sí hubo un cambio de comportamiento

Mi actitud frente a estos cambios fue, bueno paciencia sobre todo y explicarle que él ya no es un bebé y que él era el hermano mayor y que él me tiene que ayudar a que el bebé aprenda nuevas cosas con él que es su hermanito. Ósea esto trataba de decirle para que deje de usar el pañal, de quererse poner el pañal o tomar la teta, explicándole que él es un niño más grande y que él mas bien tenía que ayudarle a la hermanita cuando crezca un poco más y deje de usar el pañal o la tetita.

Le dejo que me ayude en todo, es lo mejor creo que se puede hacer, ayuda a, dejarlo que él ayude, que en el momento de cambiar el pañal, me pase los pañitos húmedos, que en el momento de bañarla, él esté ahí pasándome el shampoo, que yo, o cuando estoy dándole la tetita que esté ahí conmigo, nunca excluirlo de estar a lado mío y de su hermanita, que él esté presente y que sepa que es parte de la crianza de su hermanita.

## **Melissa Mendoza**

30 años

Madre de niño de 1 mes y niña de 4 años

Le dijimos q va a tener un hermanito o hermanita y que ella tenía que ayudar a cuidarlo y que va a estar en la barriga de mamá hasta que este fuerte para poder salir.

No, pero en el jardín algunos días lloraba y no quería quedarse. Era la primera experiencia de ella en un lugar nuevo que pudo haber sido eso también. Las profesoras decían que era por el embarazo.

Tratamos de seguir con toda la normalidad de siempre para que no sienta que era un cambio que después le afectaría a ella. Cuando lloraba no le mencionaba nada sobre el embarazo para no relacionarlo con su comportamiento.

En lo que ella puede ayudar sin presionarla. La ropa, pañales o baño. Involucrarla en todo y cuando ella pida en qué puede colaborar decirle algo que esté a su alcance.

## **Entrevista a profesionales**

ENTREVISTA A DENISSE SAMAN

Directora del Centro de Desarrollo Infantil Abrakadabra

**1. ¿Cuál es la forma idónea de anunciar la llegada del nuevo bebé a la familia? (etapa embarazo)**

Pienso que la mejor forma de anunciar la llegada de un bebe a la familia es decirlo con mucha alegría, yo recomendaría que la mama si los hermanos son pequeños la mama ya tenga un poco de barriga como para que se la vea y entienda, enseñándole fotos y solamente hablándoles que va a venir un hermanito y que va a tener con quien compartir esos juguetes.

**2. ¿Qué actividades se pueden realizar con el hermano mayor para que la llegada del hermano menor le afecte poco? (llegada del bebé)**

Para poder involucrar al hermano mayor en la llegada de un nuevo hermano, la mama o papa tendrían que llevarlo a comprar las cosas. Por ejemplo si la mama va a empezar a comprar la comida, juguetes, tetas llevarlo al hermano mayor y explicarle para que sirve cada cosa y siempre tratar de ponerle un encargo al hermano mayor como vamos a comprarle esta teta para que tu le puedas dar a tu hermano cuando este llorando y es importante narrarle cada cosa que esta comprando para que el niño se sienta importante.

**3. ¿Consideras que los padres de familia saben manejar esta problemática con sus hijos? (ambas etapas)**

Yo creo que cada familia tiene su estilo de cómo recibir y manejar la llegada de un nuevo hermanito, no podría decir si lo hacen bien o lo hacen mal sino que cada persona lo hace a su manera. A veces es un poco difícil también porque al momento de dividirse el tiempo en dedicarle el tiempo al hermano grande o al pequeño es aquí cuando empieza la dificultad entonces bueno lo recomendable seria tratar de dividir su tiempo exactamente igual para la cantidad de hijos que se tenga tal vez seria hacer un horario en que horas podría dedicarle a que niño para que ninguno se sienta desplazado o reemplazado.

**4. ¿Qué recomendaciones sugiere para ayudar a los padres frente a esta problemática? (llegada del bebé)**

Las recomendaciones que podría dar a los padres que van a tener un nuevo miembro en su familia, primero informarse mucho del tema, leer libros como manejar la situación de la llegada de un nuevo hermano, compartir experiencia con amigos que tal vez los puedan ayudar y dar recomendaciones

Siempre es bueno que les estén hablando mucho a los hermanos grandes y les estén explicando la situación porque ellos entienden todo entonces el hecho de que ellos le hablen de que va a venir un nuevo integrante en la familia que podrá compartir los ayudara mucho a que los hermanos se sientan que no van a querer a un nuevo hermano. Considero que los mas importante es saber dividir su tiempo.

## **5. ¿Qué tipo de cambios en el comportamiento y conducta son los más comunes en los niños ante la llegada de un hermano? (ambas etapas)**

Por mi experiencia podría afirmar que siempre los niños presentan cambios los niños aunque siempre hay padres que digan que no que los recibieron felices, pero los niños pequeños siempre van a demostrar cambios porque si o si hay algo nuevo en sus vidas entonces si en niño ya había dejado el pañal, se empiezan hacer pipi o popo, existen muchos cambios de comportamiento, se ponen muy irritables, lloran por todo muy fácilmente, se vuelven engreído, otros empiezan adquirir comportamientos del hermanito nuevo, es decir quieren tomar teta si ya no toman teta, usan chupona así nunca en su vida hayan usado chupón, hay muchos que buscan la manera de llamar la atención de sus padres o de las personas que lo rodean particularmente en el maternal empiezan a tener comportamientos como agresivos que pegan o cosas que nunca han hecho, manchan las paredes, todo con tal de tener la atención cien por ciento en ellos.

Inclusive hay algunas que si la mami les enseña la barriga y les dicen que ya va a nacer el nuevo hermanito, casi que no los pueden ver. Yo recomiendo que los lleven a la juguetería y escojan un juguete, porque tu hermanito habló conmigo y me dijo que te lo iba a traer, entonces al momento de que nazca y se va a la clínica, el niño va a conocer a su hermanito y le entrega el regalo que EEL mismo escogió como para que se sienta querido. Y como lo mencioné previamente la atención es muy relevante, también hay que tener mucho en cuenta que los niños más grande se dan como un poco más cuenta de las cosas, entonces tal vez cuando el bebe chiquito esté tomando teta, dedicarle el cien por ciento al hermano mayor e involucrarlo mucho en todas las actividades del hermanito, bañarlo, cambiarlo de ropa y siempre recordarle que siempre deberá cuidarlo y protegerlo.

## **ENTREVISTA A MALCA GOLDENBERG**

### **1. ¿Cuál es la forma idónea de anunciar la llegada del nuevo bebé a la familia? (etapa embarazo)**

Bueno yo pienso en realidad el hecho de anunciar la presencia del nuevo bebé es una vez que haya nacido que realmente el anunciamiento sea verdadero. La mamá debe decirle al niño paulatinamente de acuerdo a la edad que tiene desde el hecho de que la mamá sepa es decir tres o cuatro meses, hay mamás que esperan que la barriga se le vea entonces el niño lo palpa mejor y empieza a participar en el proceso de la aparición de ese cambio en la forma física del cuerpo y lo va entendiendo más claramente y lo idea es hacerlo participe de este proceso. Pensamiento que sean proyectados hacia el niño tu hermano dice tal cosa, está feliz de verte presente, que el niño se sienta que es importante y que habrán cosas que pueda enseñarle al hermanito, haciendo contrarrestar los celos que son normales hacia el hermano porque siempre la tendencia es que el niño siente que se le va a quitar un espacio, por más que este feliz de recibir a un hermano pero igual siente temor de saber que va a pasar y realmente no entiende y conforme el niño es mayor va a poder verbalizar mejor, pero el pequeño no entiende que va a suceder, todo es una situación de sorpresa cuando él bebe llegue a la casa.

### **2. ¿Consideras que los padres de familia saben manejar esta problemática con sus hijos? (ambas etapas)**

La mamá tiene una visión muy diferente a la del padre, la mamá está sintiendo activamente la presencia del bebé, tiene una forma de dar el mensaje dependiendo de que sexo es el niño, el primer niño también es necesario que el padre complemente toda la información que está recibiendo el niño. Por ejemplo primero recordar como fue el proceso que ocurrió cuando el primer hijo era bebé, como nació, como lo bañaban como lo querían, como esperaban su nacimiento reforzando el hecho de que siempre estará presente, recordando por medio de fotografías. Si se trata de niños que verbalizan la situación es mucho más fácil comunicar el asunto ya que se puede profundizar en el tema y el niño podrá responder. La otra forma importante es imaginar el momento en el que el hermano nazca, poner al niño en un futuro cercana de que podrá ayudar, podrá cantarle, ayudar a elegir la ropa, decorar el nuevo cuarto siempre haciéndolo participe de todo este proceso a través de imágenes mentales de la importancia en su nuevo rol como hermano mayor. También es importante que el niño viva el momento después del parto, es decir que le sucede a la mamá después de dar a luz porque también es una angustia el hecho de que mamá va a pasar un día o dos días sin la madre y se angustia muchísimo por el hecho de no saber qué va a pasar, considero que es un aspecto que tiene que ver con el nacimiento, el cual los padres deben comentárselo al niño para que esté enterado de una forma muy sencilla de acuerdo a la edad del niño, cual es el proceso y porque la madre no va a estar esa noche en la casa.

Es importante reconocer cual es la edad del niño, la relación emocional se manifiesta en los niños más pequeños después de que nace el nuevo bebé, los berrinches, los celos que tiene el hermano, el hecho de no entender que esa pasando. Muchos padres suelen hacer que el nuevo bebé viene con un regalo para el hermano involucrando las reacciones emocionales después ósea un apego muy grande, a veces quieren estar solos con la mamá, quieren que los cargue o simplemente sienten esa falta de atención por parte de la madre, entonces es cuando aparecen las reacciones emocionales después del parto. En el caso de niños más grandes ocurren antes del nacimiento haciendo berrinches, pataletas, sufren de regresiones, incluso en niños de 5 años porque no pueden verbalizar lo que le está pasando en su interior

Hay padres que incluso se meten a Internet, blogs o hablan con un especialista con el fin de prevenir la situación porque los padres no tienen ni idea de cómo manejar la situación.

Muchas veces simplemente tratan de obviar la situación, no conversa lo suficiente con el niño, creen que el niño no entiende por qué no lo dice. Pero los niños si lo entienden y lo expresan de otra forma como el llanto, el no querer ir al jardín, querer estar pegado a la madre, problemas de sueño, de alimentación.

#### **4. ¿Qué actividades se pueden realizar con el hermano mayor para que la llegada del hermano menor le afecte poco? (llegada del bebé)**

Puedo contar una experiencia de mis sobrinas con las cuales tenía una relación muy cercana, yo realizaba los juegos de cambio de pañales con un bebé de juguete haciéndolo participe de todas las actividades, la otra forma es participar en todas las actividades posibles al aire libre ya que el niño va a necesitar mucha atención dependiendo del tipo de temperamento y de personalidad que tenga, ya que no todos los niños tienen las mismas necesidades. Considero que si es muy importante jugar con ellos y hacerles dibujar por ejemplo, pintar para que expresen todo lo que están sintiendo, tratando de interpretar los dibujos con ellos, que el niño cuente lo que esta situación.



**5. ¿Qué recomendaciones sugiere para ayudar a los padres frente a esta problemática? (llegada del bebé)**

Yo creo que así como los padres se preparan para la madre pueda dar a luz a través de ejercicios, tipo de nutrición que debe tener, yo creo que ambos padres necesitan de un programa de preparación hacia el nacimiento del bebe y que actitudes deben tener frente a los otros niños de la familia, ósea no se ha hecho un programa así o no existe y realmente es necesario porque así como la madre pasa por etapas de depresión post parto y por el hecho de no saber cómo realizarse ahora como dos niños, debería de haber un programa como un entrenamiento como una reflexión previa donde tanto el padre y la madre participen, claro si existe como parejas.

**6. ¿Qué tipo de cambios en el comportamiento y conducta son los más comunes en los niños ante la llegada de un hermano? (ambas etapas)**

Muchas veces lo que se ve en los niños son un tipo de regresión en su conducta, empiezan hacer cosas que antes no hacían que ya estaban superadas dependiendo de la edad.

El sueño también es una característica importante, la alimentación, agresividad, conductas depresivas justamente porque sienten temor.

**7. ¿Cuáles son las causas por las que los niños cambian su comportamiento durante el proceso de la llegada del bebé? (ambas etapas)**

Yo creo que es el temor de perder protagonismo en la casa, no entienden que los padres van a ser amando a los dos, le van seguir dando la atención que necesita y es necesario decírselo durante todo el tiempo, transmitirle la seguridad y el amor no se va a perder, no van a existir cambios del amor que sienten los padres hacia él o ella, simplemente será el hecho de compartir ese amor con otra persona.

Un problema muy grande que los padres comenten es el dormir, ponen la cuna del bebe a lado de la cama porque al principio el niño no va a entender de porque él bebe está durmiendo en el cuarto de los padres, pero si tiene al abuelo al tío que este en casa sería de ayuda porque lo puede acompañar a dormir

**8. ¿Qué autores abarcan metodologías referentes al tema?**

Editorial TEA tiene libros que contienen temas y pautas para el niño, como afrontar la situación cuando llegue un nuevo hermano

**ENTREVISTA A MARIA CECILIA ARMIJOS**

**1. ¿Cuál es la forma idónea de anunciar la llegada del nuevo bebé a la familia? (etapa embarazo)**

Creo que es súper importante el juego, el juego simbólico se elaboran muchas situaciones familiares y en ese juego simbólico tanto el niño como la familia pueden encontrar soluciones a situaciones que van viviendo día a día

## **2. ¿Cómo se podría involucrar a un hijo en el proceso de la llegada de un nuevo hermano? (etapa de embarazo)**

La forma en la que yo trabajo aquí, es a través de los títeres, títeres que tienen barriga y pues durante las sesiones mostramos el títere con la panza, le explicamos al niño que él bebe está ahí adentro, que tal vez por eso la madre no lo puede cargar como antes que hay que cuidar la barriga de mamá. A través de los cuentos se trabaja mucho también, juegos que representen la dinámica familiar del día a día, el baño, la comida, jugamos a darle de comer al bebe y entonces el niño empieza a elaborar toda la situación próxima. En algunos casos las familias nunca lo juegan porque si el niño es hombre la madre dice que los hombres no juegan a las muñecas, entonces hay que trabajar con las madres y hacerles entender que es parte del juego simbólico.

## **3. ¿Consideras que los padres de familia saben manejar esta problemática con sus hijos? (ambas etapas)**

Depende mucho de las familias, hay familias que pueden tener as herramientas personales o como pareja para poder afrontar el desequilibrio inicial, crisis del nacimiento de un hermano, crisis normativa me refiero que le cuesta mucho más encontrar como separo mi tiempo, el nuevo bebe que demanda mucho y el primer hijo que también demanda porque ha sido el rey, el único y se ha ganado la atención de todos. Hay familias que tienen mejores herramientas que otras pero lo importante es que yo creo que si estas familias asisten tanto a nivel pediátrico como a nivel atención temprana a lugares donde se detectan situaciones, y tú ya ves a tu mamá ansiosa y que como lo va hacer y que el niño como tal puede presentar si ya ves que es un niño muy engraido se lo ve venir, darle herramientas a las familias o se le pasa un power point de la llegada del hermanito o información de un artículo que pueden leer las madres, para canalizar su ansiedad, como se lo ve al padre para lograr estabilizar el orden de la familia

## **4. ¿Qué actividades se pueden realizar con el hermano mayor para que la llegada del hermano menor le afecte poco? (llegada del bebé)**

El hecho de poder ayudar a preparar la habitación en la casa, encontrar el espacio del hermano, cosas que se van a poner, haciéndolo bien participe de la llegada del nuevo hermano para que este niño se sienta ansioso de conocerlo, que pueda acompañar a la mamá hacer las comprar haciéndolo comprender que es para el hermanito, que se normalice la situación a través de la palabra

## **5. ¿Qué tipo de cambios en el comportamiento y conducta son los más comunes en los niños ante la llegada de un hermano? (ambas etapas)**

También puede pasar que los niños que ya tenían un lenguaje de pronto el lenguaje se queda estancado, el lenguaje empieza a ser un lenguaje de bebe, o el niño que ya caminaba quiere gatear de nuevo, el niño que ya controlaba esfínteres usa pañal otra vez porque el hermano menor usa pañal, se quiere meter a la cama de la mamá. Suelen aparecer estas repercusiones no en todos los niños porque cada niño es diferente depende mucho de su madurez, de su entorno, de las herramientas personales que tenga

**6. ¿Cuáles son las causas por las que los niños cambian su comportamiento durante el proceso de la llegada del bebé? (ambas etapas)**

Yo creo que básicamente por el desequilibrio que ocurre en la dinámica familiar, el niño está en ese sistema familiar en el que llega, se va adaptando y de repente está adaptado tiene una mamá un papá que cumplen determinadas funciones, hijo único muy centrados todos en el niño, de repente vino otro niño que le rompe toda esta estructura y pues al niño le afecta a nivel psicológico por ser difícil de procesar. Empieza con ideas de que no será el único, mi papá y mi mamá ya no va a estar para mí entonces esto crea ese desequilibrio inicial que hace que el niño tenga estas manifestaciones de que lo que conocía no es verdad lo que genera temor, ansiedad problemas alimenticios, sueños, pero como no todos los niños son iguales, algunos no ven de pronto estas manifestaciones tan notorias, niños que lo estaban tomando perfecto que se involucran con el hermano les pides que dibujen a la familia y no dibujan al hermano menor expresando que no lo quieren del todo. Es importante que las familias sepan manejar esta problemática que puede llegar a ser una tarea compleja para la familia

**7. ¿Qué autores abarcan metodologías referentes al tema?**

Hay muchos autores que hablan sobre la dinámica familiar como “Pequeños problemas y grandes cuestionamientos” que son situaciones particulares que pasan en el día a día de los niños, pero si existen muchas teorías que hablan sobre la estructura, función, sistema familiar.