



JUGUETES INFANTILES, ¿UNA COMPRA INFORMADA?

BENEFICIOS DE UNA COMUNIDAD COLABORATIVA

CAMILA FAELLA GOSALBEZ



Memoria presentada a la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo para optar al título Profesional de Diseñador Gráfico.

AUTOR_Camila Faella

PROFESORES GUÍAS

Oswaldo Zorzano

Teresita Silva

CIUDAD_Santiago-Chile

MES_Diciembre

AÑO_2020



AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecer a mis padres quienes me entregaron todas las herramientas y medios para poder estudiar Diseño Gráfico, alentandome, entregandome apoyo y cariño en el transcurso de todos estos años.

A mi familia que se encuentra del otro lado de la cordillera, quienes fueron fuente de inspiración y pilar fundamental para este proyecto.

A mis profesores, por apoyarme y siempre confiar en mis capacidades.

Por último, a Felipe Urzúa y a Dominga Frías y a todos los profesionales que me apoyaron en todo este proceso.



ABSTRACT

La falta de accesibilidad e incluso ausencia de información acerca de los juguetes infantiles ha generado en los compradores chilenos una elección de criterios sumamente básicos e inadecuados, sin pensar en el desarrollo de los infantes.¹

Hoy en día, los chilenos nos vemos enfrentados a una oferta de productos calificados de forma estandarizada, principalmente por las fábricas extranjeras, quienes han dejado de lado el factor de que cada infante se desarrolla en tiempo y forma diferente.

Es por esto, que para aspirar a compras más informadas e inteligentes debemos ser capaces de entregar la información de forma rápida, accesible, personalizada y actualizada al momento, donde la misma experiencia de los consumidores permita solucionar esta carencia de manera colaborativa.

The lack of accessibility and even the absence of information about children's toys has generated in Chilean buyers a choice of extremely basic and inappropriate criteria, without thinking about the development of infants.

Today, Chileans are faced with a supply of qualified products in a standardized way, mainly by foreign factories, who have put aside the factor that each infant develops in a different time and way.

This is why, in order to aspire to more informed and intelligent purchases, we must be able to deliver information quickly, accessible, and up-to-date at the time, where the same consumer experience allows us to solve this deficiency in a collaborative way.

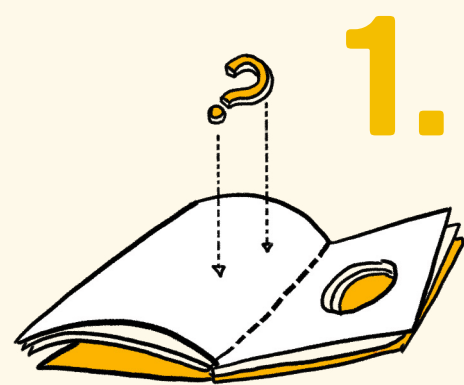
Palabras claves:

Falta de accesibilidad, información, juguetes infantiles, desarrollo infantil, colaborativa.

Key words:

Lack of accessibility, information, children's toys, child development, collaborative.

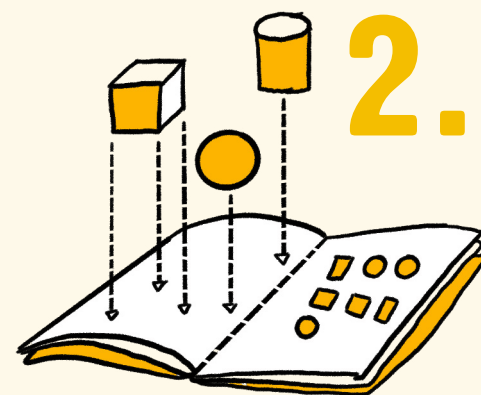
ÍNDICE



1.

INTRODUCCIÓN

Abstract.....	7
Introducción.....	15
Objetivos de investigación.....	16



2.

TEMA/ANTECEDENTES

El desarrollo del niño.....	21
La estimulación.....	31
El Juego.....	35
El Juguetes.....	41



3.

CONTEXTO LOCAL DEL JUGUETE

Estadísticas.....	46
Literatura pediátrica y el estado..	48
Entidades fiscalizadoras.....	52



4.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

Investigación.....	58
Objetivos generales.....	59
Análisis 1.....	60
Análisis 2.....	62
Resultados.....	64
Análisis 3.....	68
Conclusión de la investigación..	70

5.



FORMULACIÓN DEL PROYECTO

- Oportunidad.....74
- Propósito.....74
- Objetivo del proyecto.....75
- Propuesta conceptual.....76
- Usuarios.....78
- Referentes.....84

6.



DESARROLLO DEL PROYECTO

- Benchmarking.....92
- Conclusión.....96
- Concepto de diseño.....98
- Conceptualización.....99
- Propuesta/Beneficios.....100
- Idea central.....100
- Alcance del proyecto.....101
- Pilares.....102
- Modelo de negocios.....104

7.

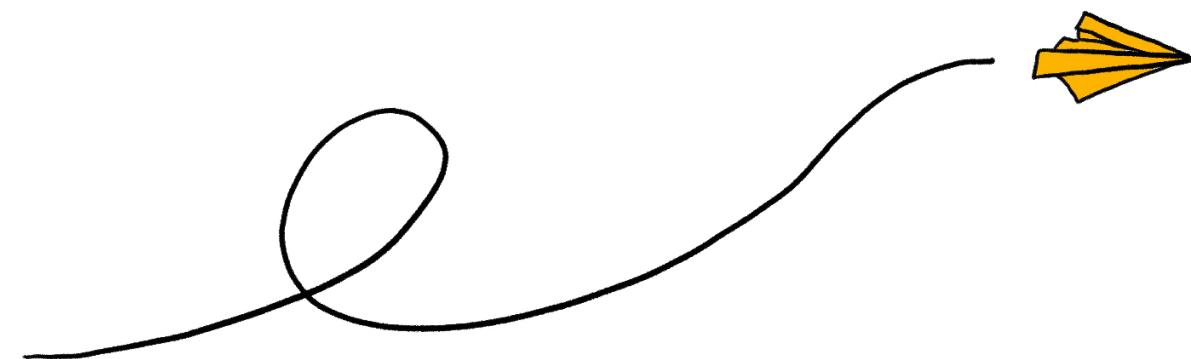


PROPUESTA FORMAL

- Imagen Gráfica.....108
- Arq. de la información.....114
- Bocetos.....122
- Propuesta 1.....126
- Testeo 1.....128
- Propuesta 2.....120
- Testeo 2.....132
- Style Guide.....134
- Diseño final.....136
- Estructura de costos.....138
- Conclusión proyecto.....140
- Bibliografía.....142



INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

El presente proyecto está inspirado por un especial interés en los niños y su rápido desarrollo, dado la gran cantidad de primos pequeños que comparto en cada visita a mi país natal. A partir de aquello, se inicia una investigación sobre el desarrollo de los infantes de 0-3 años por etapas, la importancia de la estimulación temprana y el juego y juguete como herramienta complementaria-esencial de esta.

Desde hace algunos años, la importancia en el correcto desarrollo de los niños por parte de los países y entidades ha tomado cada vez más fuerza, esto debido a que por fin son considerados como parte importante de las sociedades, en donde si estos están dañados en sus inicios, luego en su adultez continuaran dañados, formando sociedades menos capaces de lo que podrían haber sido.

Sobre todo en la primera infancia, periodo entre los 0 a 3 años, existe un grupo de técnicas educativas especiales conocidas como estimulación temprana para apoyar este proceso de desarrollo neuronal y físico que se da en un niño.

Hoy en día, una de las mejores formas de apoyar y fomentar la estimulación temprana, y por consecuencia su desarrollo físico-mental, es mediante el juego y utilizando al juguete como su mejor herramienta para el desarrollo multisensorial.



OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Conocer cómo se maneja la información sobre juegos y juguetes y su importancia en la estimulación temprana para niños de 0-3 años.

Objetivos Específicos

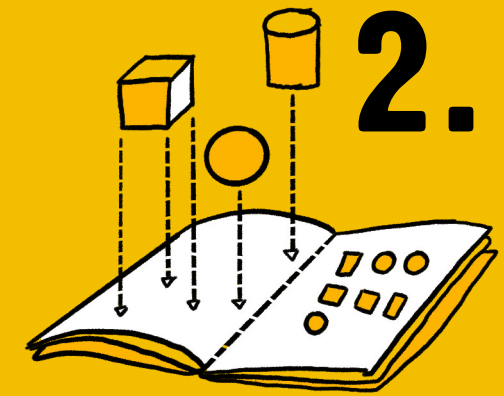
- Descubrir si en Chile se practica la estimulación temprana en niños.
- Evidenciar y registrar la realidad de los packaging de juguetes en Chile y la información que estos entregan.
- Descubrir si el cliente se informa, dónde se informa y con quién sobre juguetes y estimulación.



El futuro de los niños es siempre hoy, porque mañana será tarde

Gabriela Mistral





TEMA/ANTECEDENTES

Los primeros momentos de vida ofrecen una oportunidad única de formar el cerebro de los niños que construirán el futuro, pero es una oportunidad que se desaprovecha con demasiada frecuencia.

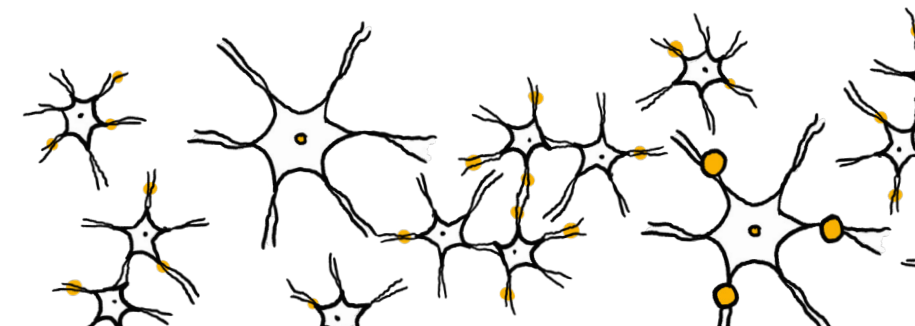
UNICEF

”

EL DESARROLLO DEL NIÑO

Como dice la fundación Chile Crece Contigo, por desarrollo se entienden aquellas habilidades que además del hecho de mostrar algo nuevo que el niño(a) puede hacer, marcan el haber alcanzado una determinada etapa y a partir de ella seguir construyendo la siguiente, permitiéndole al niño tener cada vez más independencia y capacidades para interactuar con el mundo que los rodea.

Por otro lado, es importante entender que los hitos del desarrollo no se logran en un único momento, sino que se alcanzan y consolidan en períodos de tiempo, es decir, que cada niño se desarrolla a su propio tiempo y ritmo. Por ello, no existe una edad única, sino rangos de tiempo en los que la mayoría de los niños logran adquirir un hito específico (por ej. entre los 12 y 18 meses para la adquisición de marcha independiente).²



LOS SENTIDOS Y LOS ÓRGANOS DE LOS SENTIDOS⁴

Los órganos de los sentidos son los encargados de hacernos ver, escuchar, olfatear, saborear y tener sensibilidad táctil.

Cada órgano está asociado a un sentido:

-Los ojos están asociados al sentido de la vista (la visión).

-Los oídos están asociados al sentido del oído (la audición).

-La nariz está asociada al sentido del olfato.

-La lengua está asociada al sentido del gusto.

-La piel está asociada al sentido del tacto.

...los cinco sentidos actúan como
cinco perspectivas del mundo,
cinco fuentes de información.

Letras a Ciegas

”

CUATRO TIPOS PRINCIPALES DE DESARROLLO ³

1.Desarrollo motor:

Es la habilidad para moverse y desplazarse, permite al niño tener contacto con todo aquello que le rodea. Comprende la coordinación entre lo que se ve y lo que se toca que lo hace capaz de tocar los objetos con los dedos, pintar, dibujar, manipular, entre otros.

2.Desarrollo cognitivo:

Es un proceso por medio del cual el niño y niña organiza mentalmente la información que recibe a través de los sistemas senso-perceptuales, para resolver situaciones nuevas en base a experiencias pasadas.

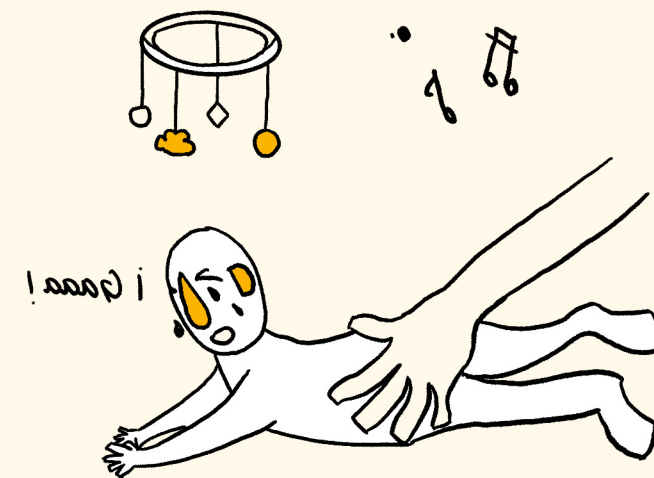
3.Desarrollo del lenguaje:

Se refiere a las habilidades en las que el niño podrá comunicarse con su entorno.

4.Desarrollo social:

Es la interrelación con otros niños y adultos, lo cual da como resultado la adquisición de la seguridad emocional para fortalecer las relaciones y la convivencia.

DESARROLLO DE 0 A 6 AÑOS ⁵

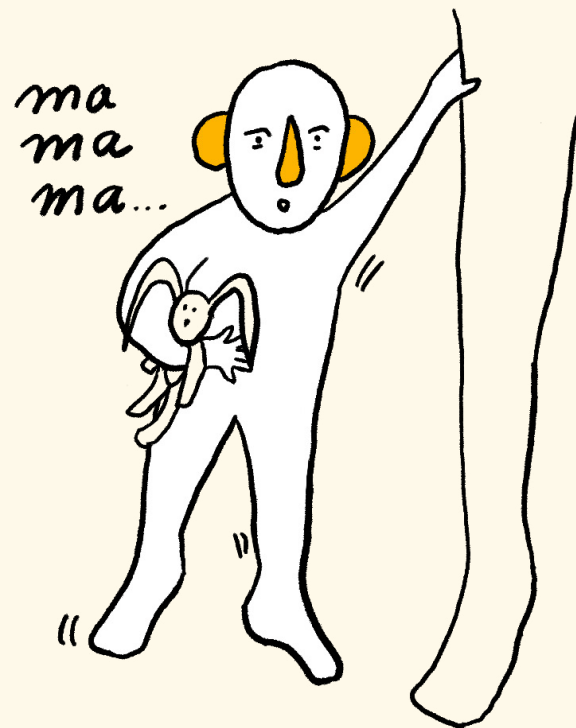


De 0 a 6 meses

Durante los primeros meses de vida en cuando el niño experimenta más cambios, sobre todo en el ámbito psicomotor. Durante los 3 primeros meses de vida el bebé tiene plena dependencia de los padres. Les necesita para alimentarse y comenzar a descubrir el mundo que les rodea. A partir de los 3 meses, sin embargo, comienza su maratón de aprendizaje. El bebé comienza a interactuar con las personas que le rodean y descubre que sus actos implican

una reacción. Comienza a sonreír, a sacar la lengua, a pedir con los brazos que le sostengan en el regazo... Es capaz de mantenerse sentado con apoyo, y luego lo conseguirá hacer sin él.

También comienza el balbuceo. El bebé intentará unir fonemas con mayor o menor acierto.



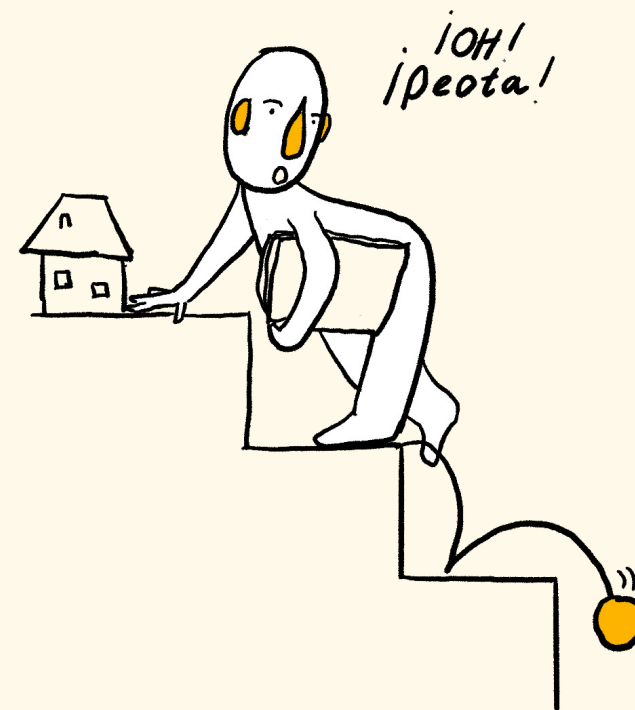
De 6 a 12 meses

La etapa de los 6 a los 12 meses en la etapa del descubrimiento. El bebé comienza a gatear, y según se acerque al año de edad, será capaz de sostenerse de pie e incluso dar unos pasos.

Aumenta su independencia y su curiosidad por explorarlo todo. De ahí que se lo lleve todo a la boca. Es una etapa de riesgos y hay que tenerlo en cuenta y preparar la casa para evitar accidentes.

El lenguaje también avanza y el bebé aprende nuevas palabras. Aprende a decir 'mamá', 'papá' ya nombrar y señalar

otros objetos. También descubren que no están solos, que hay más niños, y aunque aún tímidamente, comienzan a interactuar con ellos.



De 12 a 24 meses

El niño al fin comienza a andar. Ahora un nuevo mundo se abre ante él. Su autonomía aumenta y se da cuenta de que es capaz de hacer muchas cosas por sí mismo. Sin embargo, se acerca a la etapa de las rabietas y los celos. Aún es incapaz de entender ciertas normas y límites.

Durante esta época muestra un gran apego por sus padres.



De 2 a 4 años

Durante esta etapa, el desarrollo social y cognitivo cobra gran relevancia. Empiezan a interactuar más con los demás niños y descubren el campo artístico: la pintura, los libros... Y en cuanto al lenguaje, al fin son capaces de formar frases, aunque a menudo se 'tropiezan' y no son capaces de expresar sus pensamientos en orden.



De 4 a 6 años

Al fin empiezan a dominar todos los campos, tanto el del lenguaje como el psicomotor y el cognitivo. Son capaces de saltar, trepar y bailar con facilidad. Expresan pensamientos y perfeccionan sus dibujos y representaciones artísticas. Buscan a los demás niños porque les encanta el juego colectivo.

Cada vez que un padre o una madre se dirige a su hijo pequeño, este recibe un estímulo y reacciona. Se forman conexiones cerebrales.

Dra. Pía Rebello Britto, neuróloga, asesora superior de UNICEF para la primera infancia.

”

LA ESTIMULACIÓN

La estimulación contribuye al desarrollo integral del niño (cognitivo, físico, social y emocional).⁶

Una forma de estimular es mediante los juegos, la comunicación, las canciones y lecturas por parte de un adulto afectuoso durante los primeros años de vida. Aunque esta práctica se escuche sencilla, conlleva un rol fundamental en el área neurológica del niño⁷, ya que es en la primera infancia (0 a 3 años) donde se desarrolla el 80% del cerebro del ser humano y pasado ese periodo, no se podrá volver recuperar.⁸

Si un niño no es correctamente estimulado en su infancia, logrará un menor desarrollo neuronal,⁶ lo que a la larga podrá traerle consecuencias negativas a su vida adulta.

Es por esto que la responsabilidad recae sobre los padres y cuidadores de generar lo más tempranamente experiencias positivas adecuadas a la edad y a la etapa en la que el menor se encuentra, de forma repetida y sistemática para lograr el correcto desarrollo integral.³⁻⁶

Sin embargo, las acciones de estimulación no consisten en enseñar, entrenar o presionar al niño(a) para que logre un hito determinado (p. ej. hablar), sino en utilizar el ambiente físico y las interacciones cotidianas para que gradualmente el niño(a) vaya construyendo las bases necesarias para ello (por ej.: hacer sonidos, silabear, decir una palabra, decir una frase de dos palabras, etc.)¹

¿CUÁNDO ESTIMULAR?

Estimulación temprana en la primera infancia: años claves

Las investigaciones científicas realizadas en los últimos 30 años nos han enseñado que el período más importante del desarrollo humano es el que comprende desde el nacimiento hasta los ocho años de edad.⁹ Durante estos años, el desarrollo de las competencias cognitivas, el bienestar emocional, la competencia social y una buena salud física y mental, son claves para el éxito de un desarrollo integral y aunque el aprendizaje tiene lugar durante toda la vida, en la primera infancia se produce con una rapidez que luego nunca se igualará.¹⁰

Los primeros mil días: Desde la concepción hasta los tres años

En esta fase el cerebro evoluciona rápidamente, formando conexiones neuronales de al menos

1.000 por segundo, una velocidad que nunca más se repite según el Centro para el Niño en Desarrollo de la Universidad de Harvard. Durante este periodo el cerebro desarrolla el 80% de su masa, resultando esenciales la nutrición, la protección y la estimulación positiva que recibe por medio del juego.⁶

El movimiento es la materia prima del juego

Manuel Zorrilla, (1933) médico de la casa nacional del niño, Chile

”

EL JUEGO

UNICEF en 1990 declara que el juego es un derecho para el niño (artículo 31°), y que es el entorno quien debe encargarse de proporcionar el espacio adecuado y de calidad.¹¹

Las implicaciones de la privación del juego pueden ser sustanciales, porque el juego es esencial para el bienestar social, emocional, cognitivo y físico de los niños que comienzan en la primera infancia.¹²

DEFINICIÓN

La RAE define al juego como “Ejercicio recreativo o de competición sometido a reglas, y en el cual se gana o se pierde”. No obstante esta definición es bastante vaga en comparación a lo que realmente es como tal el juego. Durante siglos se a discutido el significado de la palabra “juego” y de lo que conlleva su acto. Incluso antes de que el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos citara el juego como un derecho de todos los niños, los filósofos y psicólogos, como Platón, Piaget y Friedrich Froebel, entre otros reconocieron la importancia del juego en el desarrollo infantil saludable.¹³⁻¹⁴



CLASIFICACIÓN¹³

El sistema ESAR ha hecho una clasificación de los juegos en función de las posibles facetas del desarrollo humano que pueden favorecer (Garon, Fillion y Doucet, 1996):

-Conductas cognitivas

Sensorio-motriz, simbólica, intuitiva, operatoria concreta y operatoria formal.

-Habilidades funcionales

De exploración, imitación, eficacia y creación.

-Actividades sociales

Individuales, participación colectiva y participación variable (mixta).

-Habilidades del lenguaje

Receptivo oral y escrito, productivo oral y escrito.

-Conductas afectivas

Confianza, autonomía, iniciativa, trabajo, identidad.

PRINCIPALES TIPOS¹⁵

Existen cuatro principales tipos de juegos de acuerdo al desarrollo del niño según Piaget (1946).

1. Juego funcional

El niño realiza acciones motoras para explorar diversos objetos y responder a los estímulos que recibe. Promueve: el desarrollo sensorial, la coordinación motriz gruesa y fina, la permanencia del objeto, la posibilidad de reconocer causa-efecto.

2. Juego de construcción

El niño realiza acciones de encaje, alinear y apilar. Promueve: la creatividad, la motricidad fina (coordinación óculo-manual), la solución de problemas y la ubicación temporo-espacial.

3. Juego simbólico

El niño simula situaciones y representa personajes de su entorno. Promueve: A la observación, la escucha, desarrolla su creatividad, imaginación, fantasía y convivencia con sus iguales.

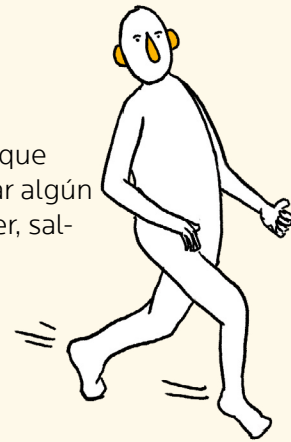
4. Juego de reglas

Los niños establecen las normas necesarias para jugar, sin embargo pueden cambiar las reglas en el desarrollo del juego. Promueve: el respetar normas, la paciencia, desarrollan tolerancia a la frustración y viven valores como el respeto.

EJEMPLO DE PRINCIPALES TIPOS DE JUEGOS¹⁴

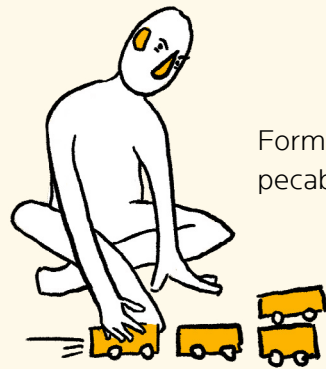
1.

Dejar caer objetos, encontrar un objeto que está aparentemente escondido, alcanzar algún objeto apoyándose de otro, gatear, correr, saltar, apretar un botón.



2.

Formar caminos, torres o puentes, armar rompecabezas, etc.



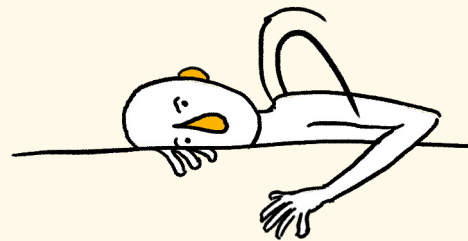
3.

Disfraces, la mamá y el papá, cocinita, representación del entorno.

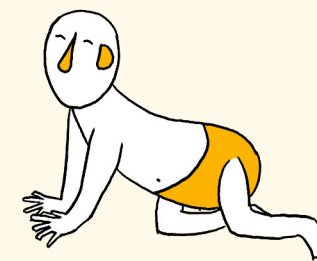


4.

Las escondidas, la cuerda, el memorise, la lotería, entre otros.



EDAD EN LA QUE SE DEARROLLA¹⁴



0-2 años

TIPO DE JUEGO
Funcional.

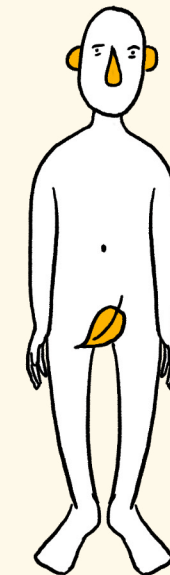
ETAPA DE DESARROLLO
Sensoriomotor.



2-6 años

TIPO DE JUEGO
Simbólico.

ETAPA DE DESARROLLO-
Preoperacional.



6-12 años

TIPO DE JUEGO
De reglas.

ETAPA DE DESARROLLO
Operaciones concretas.



El juguete contribuye al desarrollo de todos los aspectos de la personalidad infantil y puede y debe desarrollar en el niño el conocimiento de su cuerpo, intelecto, afectividad, creatividad y sociabilidad.

Mirna García, Médico Pediatra, Departamento de Pediatría y Cirugía Infantil Centro, Chile.

”

EL JUGUETE

En el Diccionario de las Ciencias de la Educación (1983, Vol. II) se dice que juguete es cualquier tipo de objeto utilizado por los niños para sus juegos. En el desarrollo de este, el juguete es un medio de gran importancia cuyo valor real está dado por su adecuación a la etapa del desarrollo infantil y por la creatividad que estimula. Es por eso que los juguetes se definen como “herramientas del juego”.¹⁶

Los Estudios comparativos entre niños que dispusieron de los juguetes necesarios, frente a otros que carecieron de los mismos, demuestran una mayor madurez mental y emocional a favor de los primeros.¹⁷

CARACTERÍSTICAS DE UN BUEN JUGUETE¹⁸

Un buen juguete se caracteriza por:

- Su funcionalidad (que suscite la actividad física para la que está diseñado)
- Por su amplitud (variedad de usos),
- Por sus posibilidades de subordinación a la iniciativa lúdica del niño (el juguete es un medio)
- Por su ausencia de peligro (lesiones, toxicidad...), y por su adecuación a la edad del niño.

TIPOS DE JUGUETES¹⁹

En el universo de los objetos que llamamos juguetes podemos considerar tres niveles (Borja, 1994):

1. Juguete-creado por las niñas y niños a partir de elementos sencillos

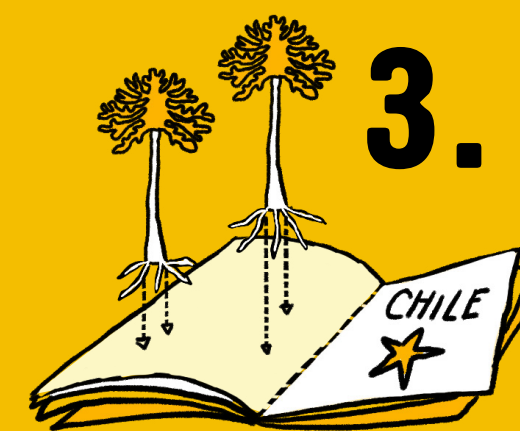
El juego y el aprendizaje está en la realización del juguete más que en la utilización posterior del mismo.

2. Juguete-instrumento

El juguete es el soporte del juego, es poco condicionante, y por su simplicidad favorecen la imaginación y la expresión.

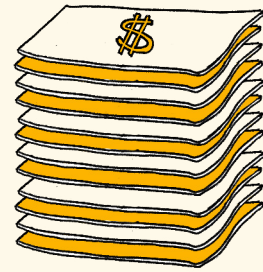
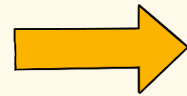
3. Juguete-producto industrial

El juguete industrial representa un mundo tecnológico que fascina a niños y niñas, lo buscan y les permite integrarse en su época. La estética estilizada y geométrica del juguete industrial reemplaza la del tradicional. Este juguete condiciona la actividad lúdica y determina una nueva relación con lo imaginario y lo afectivo.



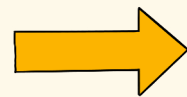
**CONTEXTO LOCAL
DEL JUGUETE**

ESTADÍSTICAS
DEL MERCADO CHILENO²⁰



En Chile, sólo en 2018 se comercializaron...

24,9
MILLONES DE
JUGUETES

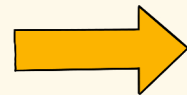


Equivalente a más de...

269
MILLONES DE
DÓLARES

Los juguetes para
infantes equivalen al...

15,2
DEL MERCADO
DEL JUGUETE



Cuestan al
rededor de...

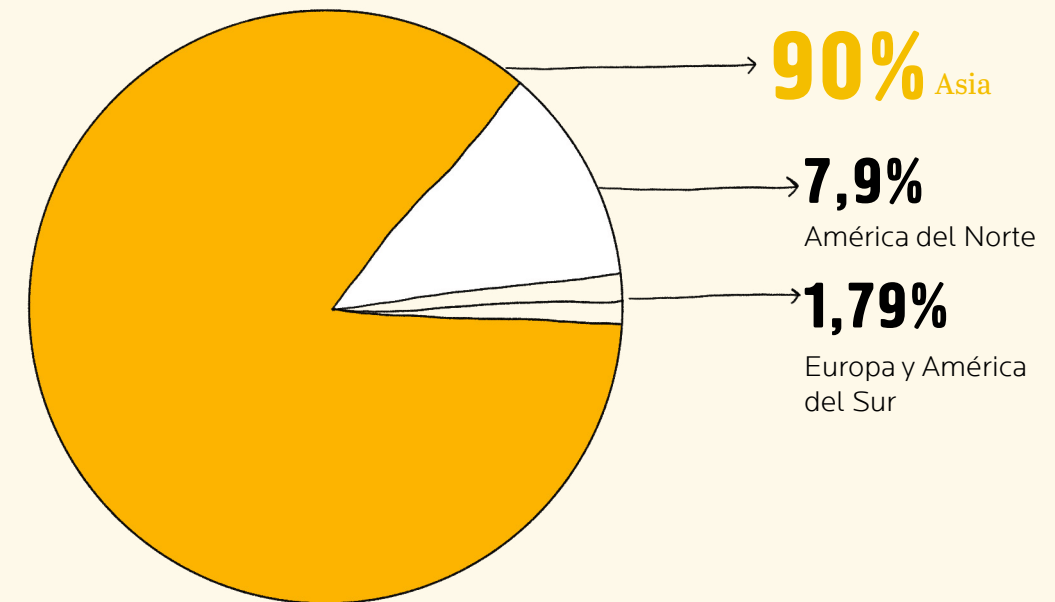
**\$4.990-
\$99.000**
DEPENDIENDO
EL JUGUETE

ESTADÍSTICAS
DE LA IMPORTACIÓN DE JUGUETES^{23- 21}

En cuanto a las importaciones que se generan en Chile, los juguetes se encuentran en la categoría de Mercancías y productos diversos, ocupando el 9º lugar de las importaciones de un total de 21, y dentro de esta categoría los juguetes son quienes predominan con un 0.51%.

Por otra parte, los juguetes en su mayoría provienen del exterior. Destacando de China con un 78% del total, seguido por Estados Unidos con un 7%.

Lo que trae como consecuencia que más del 85% de los packaging de los juguetes se encuentran en inglés o un idioma diferente al español.



LITERATURA PEDIÁTRICA Y EL ESTADO CHILENO



¿QUE DICEN LOS EXPERTOS EN CHILE SOBRE LOS JUGUETES?²²

En los últimos 35 años, la literatura pediátrica chilena prácticamente no habla sobre el juego y el juguete como tema principal.

Recién el año 2000 expertos peditras Chilenos se juntan para identificar los propósitos y características que deben de tener los juguetes de los menores de 10 años. Si bien en este informe y en el siguiente (2008)¹⁴ se habla de la importancia que tiene el juego/juguete en el desarrollo de los niños, reconocen que el Estado no proporciona la información ni le da la importancia que tiene para perfeccionar el desarrollo en la población infantil.

CARACTERÍSTICAS QUE DEBEN ESTAR PRESENTES EN UN JUGUETE²⁵

Los pediatras chilenos proponen 12 características que deben estar presente en los juguetes, pero destacan por sobre el resto las siguientes 4.

1. Seguridad. Que fuesen elaborados con sustancias atóxicas, que sean fabricados de manera que no produzcan heridas cortantes, abrasivas o punzantes, ni ellos ni sus partes, y que no produzcan sofocación, ni ellos ni sus envolturas. El tamaño de las piezas debe garantizar que no se produzca un accidente por cuerpo extraño en la vía respiratoria.

2. Que estimulen el desarrollo del lenguaje y la interacción con padres, hermanos y pares y, en general, de las conductas colaborativas. Se considera que deben favorecer la relación con el mundo exterior y estimulen distintas áreas del desarrollo psicológico, incluyendo la curiosidad.

3. Que incentiven a la obtención de logros, a enfrentar desafíos y perseguir metas.

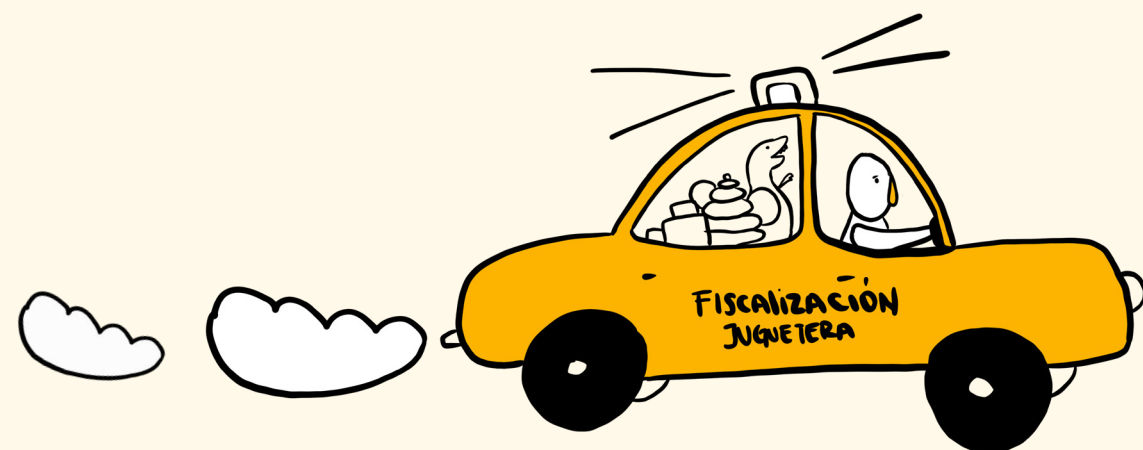
4. Durables y lavables, para evitar desembolsos frecuentes. Resistentes al agua, detergente y jabón, calor habitual, humedad, golpes y manipulación.

Es curioso y lamentable que hayan pasado décadas antes que la pediatría nacional publicara un segundo artículo sobre un tema tan trascendente como es uno de los “trabajos” de los niños: jugar. es posible que la especialidad haya descuidado excesivamente a la puericultura, elemento vital en la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades infantiles.

Manuel Zorrilla, Médico de la Casa Nacional del Niño.

”

ENTIDADES FISCALIZADORAS



Dentro del contexto nacional y debido a las grandes importaciones, sumado a la preocupación de los pediatras por este tema, el Estado desde el 2005 a puesto a cargo de la fiscalización de los juguetes a las instituciones de SEREMI, SERNAC y PDI, quienes deben velar por el cumplimiento de la normativa dictada en el Decreto Supremo N°114/05 del Ministerio de Salud: Reglamento sobre Seguridad de los Juguetes, publicado en el diario oficial²⁴ y la Ley del Consumidor (LPC). En el, se regulan los requisitos y condiciones que los juguetes deben cumplir para no comprometer la seguridad y salud de los usuarios. Dicho documento, toca temas como las propiedades físicas y mecánicas, la inflamabilidad, las propiedades químicas, las propiedades eléctricas y de la radiactividad y finalmente sobre el etiquetado del juguete importado o producido en Chile.

La secretaria regional ministerial de salud (seremi) de la región metropolitana en el año 2019 retiro del mercado 3.000 juguetes acuáticos inflables por tener rótulo en inglés o chino.²³

”

¿COMO OPERAN?

Se desarrollaron programas de fiscalización y operativos de decomisos, en sectores en donde se encuentran establecidos las principales Importadoras de juguetes de la Región Metropolitana, vale decir los sectores de Meiggs, Patronato, Providencia, Santiago Centro, Gran Avenida, concentrándose en Mall, ferias persas, supermercados y locales comerciales y distribuidoras.²⁵

PRINCIPALES INCUMPLIMIENTOS²⁶

Entre los principales incumplimientos cometidos por las empresas están:

- Falta de información general en idioma español.
- Falta de información de juguetes no aptos para menores de 3 años.
- Falta de información respecto de juguetes con fibras monofilamentos.
- No advertencia sobre piezas pequeñas.
- Falta información de nombre o razón social y domicilio del productor o responsable de la fabricación o importación del juguete.

QUE RECOMIENDAN A LA HORA DE ELEGIR UN JUGUETE²⁷

- Que sus piezas o partes no obstruyan la respiración (no menos de 5 cm).
- Que los envases no contengan elementos cortantes ni punzantes.
- Que los envases adviertan que el embalaje debe estar alejado de los niños.
- Que no sea inflamable.
- Que no sea tóxico.
- Que indique la edad de uso recomendada, utilizando mensajes como “advertencia, no apropiado para niños menores de 3 años”.
- Que no sea falsificado.

En el caso del etiquetado, deben entregar:

- Información del nombre del producto.
- Información del país de origen, razón social y dirección del titular (fabricante o importador).
- Deben indicar que su uso es bajo la vigilancia de un adulto, cuando exista algún riesgo.
- Deben tener contenido en idioma castellano.

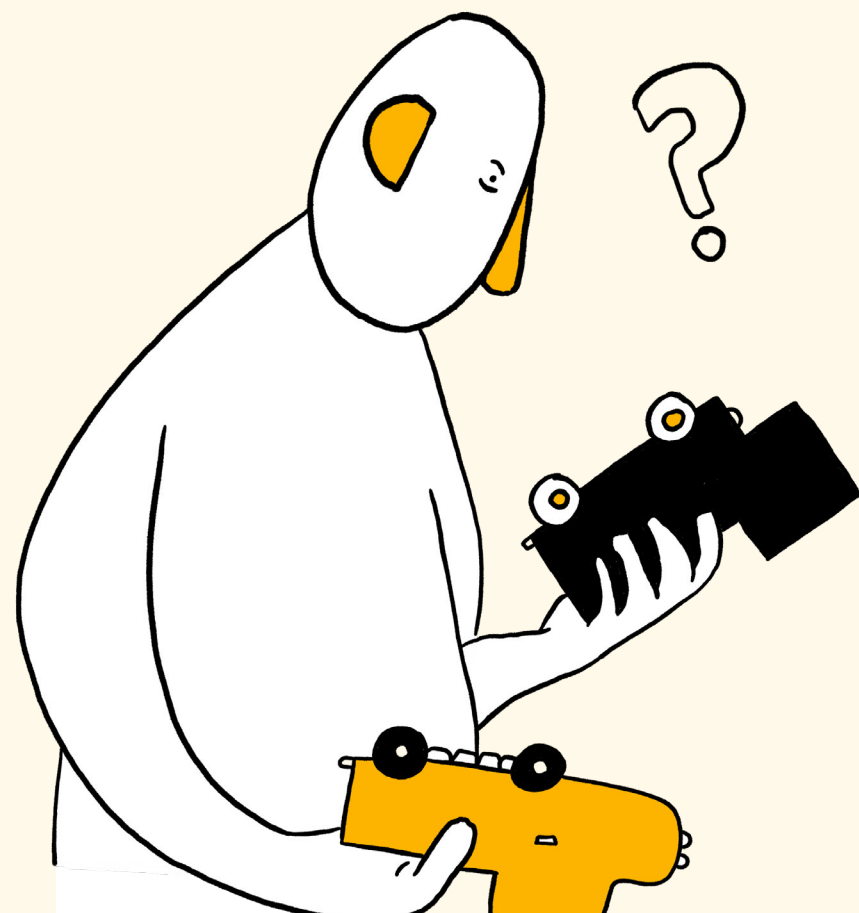


4.



**METODOLOGÍA
DE TRABAJO**

INVESTIGACIÓN



Luego de entender la importancia del juego y el juguete como herramienta esencial para el desarrollo integral del niño, comprender el mercado y la opinión en torno al juguete, se desarrollan 4 hipótesis a verificar por medio de las metodologías de desk research, visitas a terreno y entrevistas.

OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Conocer cómo se maneja la información sobre juguetes y su importancia en el desarrollo para niños de 0-3 años.

HIPÓTESIS

1. La normativa N°114/05 está siendo aplicada en todos los juguetes a la venta.
2. En Chile se aplica la estimulación temprana.
3. La información que existe sobre juguetes está disponible y es de fácil acceso.
4. La clasificación existente hoy en los juguetes es aplicable a todos los niños por igual.

ANÁLISIS 1: EN TERRENO

En la búsqueda de conocer si la normativa en Chile se estaba haciendo efectiva, se decide comprobar la hipótesis 1. Esto mediante una visita rápida a tiendas de retail, analizando a más de 50 juguetes al azar sin importar su marca.

RESULTADO

45%

**LE FALTA
INFORMACIÓN
EN ESPAÑOL**

20%

**NO INFORMA
SOBRE
RAZÓN SOCIAL**

55%

**NO INFORMA
SOBRE PIEZAS
PEQUEÑAS**

80%

**NO TIENE
INFORMACIÓN
EN ESPAÑOL**

**No se llega a un 100% ya que los juguetes fueron clasificados en distintos aspectos y algunos clasificaban en más de una categoría.*

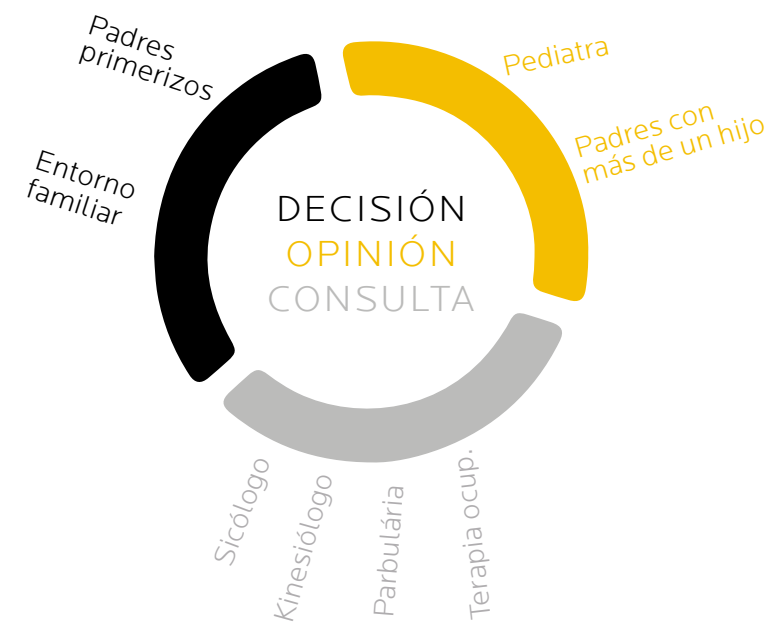
HIPÓTESIS 1: RECHAZADA

Luego de analizar los resultados del muestreo, se descubre que la hipótesis 1 se rechaza ya que la normativa no está siendo aplicada a todos los juguetes a la venta.

ANÁLISIS 2: ENTREVISTAS

Entendiendo las deficiencias que sufre la normativa de los juguetes en Chile, se prosigue a entrevistar a los diferentes “expertos” para la búsqueda de resultado de las hipótesis 2, 3 y 4.

STAKEHOLDERS



ENTREVISTADOS

(3 grupos)

1. Padres primerizos: Aquellos que solo tienen un hijo.
2. Padres “experimentados”: Aquellos que tienen más de un hijo.
3. Expertos: Aquellos que estudiaron y tienen mucho conocimiento sobre el tema.

(Kinesiólogos- Pediatras- T.Ocupacional- Psicólogos).

PROPÓSITO GENERAL POR ENTREVISTA

- Entrevista 1 (A los padres primerizos)

Con esta entrevista se busca principalmente conocer la visión y preguntas frecuentes de los padres primerizos frente a los juguetes y a la elección de los mismos.

- Entrevista 2 (A los padres experimentados)

Con esta entrevista se busca principalmente conocer la visión y conocimientos adquiridos de los padres con 2 o más hijos en relación a la estimulación temprana y al juguete.

- Entrevista 3 (A expertos)

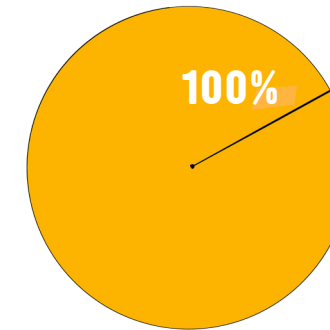
Con esta entrevista se busca principalmente conocer la visión y opinión del especialista frente al tema “juguetes infantiles y preguntas frecuentes”.

RESULTADOS REVELADORES

Luego de un total de 24 preguntas a los diferentes grupos, se destacan las siguientes respuestas para verificar las hipótesis.

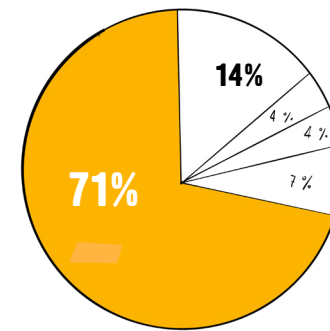
Hipótesis 2: En Chile se aplica la estimulación temprana.

¿CONOCES LA ETIMULACIÓN TEMPRANA?



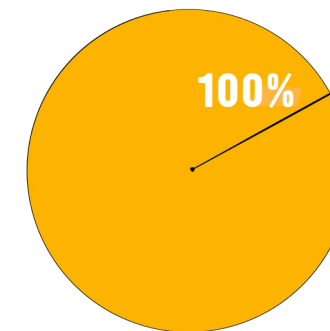
100% de los padres entrevistados (tanto P.E cómo P.P) conocen sobre la estimulación temprana.

¿CÓMO PRACTICAS LA ETIMULACIÓN TEMPRANA?



- Hora del baño
- Masajes
- Comida
- Gimnasia
- Juego/juguetes

¿SUELES HABLAR EN TUS CONSULTAS SOBRE LA ESTIMULACIÓN TEMPRANA?



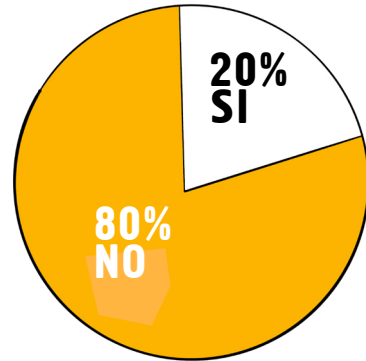
100% de los expertos dice hablar sobre la importancia de la estimulación temprana en los infantes.

HIPÓTESIS 2: APROBADA

Luego de analizar los resultados del muestreo, se descubre que la hipótesis 2 se aprueba ya que en Chile **si** se practica la estimulación temprana en niños.

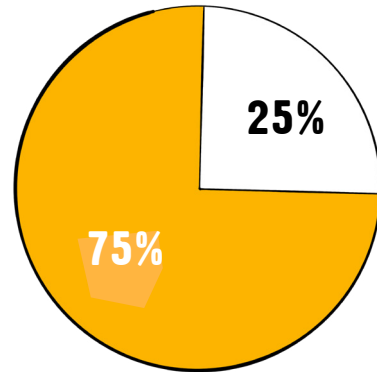
Hipótesis 3: La información que existe sobre juguetes está disponible y es de fácil acceso.

¿CREES QUE HAY SUFICIENTE INFORMACIÓN DISPONIBLE SOBRE JUGUETES?



El 80% dice que no hay suficiente información en internet, o que simplemente no saben dónde buscar.

¿CUAN FRECUENTE SUELEN SER LAS PREGUNTAS RELACIONADAS A LOS JUGUETES INFANTILES?



Siempre
Muy frecuente
Frecuente
A veces
Casi nunca

HIPÓTESIS 3: RECHAZADA

Se rechaza la hipótesis 3 porque a pesar de que la información existe, los padres no son capaces de encontrarla fácilmente.

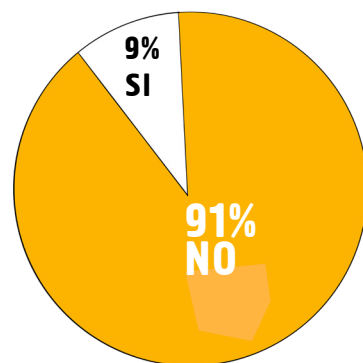
HIPÓTESIS 4: RECHAZADA

Se rechaza la hipótesis 4 ya que no todos los niños son iguales. Algunos avanzan más rápido que otros.

Por lo que se puede entender que cada fábrica de juguetes estandariza al niño a la hora de generar un etiquetado.

Hipótesis 4: La clasificación existente hoy en los juguetes es aplicable a todos los niños por igual.

¿CREES QUE TODAS LAS CLASIFICACIONES EN LOS JUGUETES SIRVEN PARA TU HIJO?



La mayoría piensa que no, ya que esto depende del periodo o etapa en desarrollo en la que este y en sus intereses.

ANÁLISIS 3: DESK RESEARCH

El análisis 3 realizado mediante desk research, en búsqueda de datos cuantitativos para llegar a conclusiones generales de la investigación, se encontraron los siguientes resultados rescatados de un estudio llevado a cabo por pediatras chilenos.

Este equipo de pediatras buscaban precisar el conocimiento parental sobre los juguetes apropiados para los hijos, entre marzo 2002 y mayo 2003 a 80 padres de niños entre 6 y 24 meses.¹

¿CÓMO SE INFORMAN LOS CHILENOS SOBRE JUGUETES?



6,2%

Se informaba mediante comunicación directa con pediatras, enfermeras o pediatras.



57,5%

Sólo se basa en la experiencia.



41,2%

A través de la televisión.



36,2%

Usaba revistas, diarios y radio.

CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Tras el análisis 1 y 2, y los resultados de las hipótesis anteriormente investigadas, quedan en evidencia la siguiente conclusión.

Si bien no se puede generalizar y decir que todos los juguetes que están a la venta en Chile no cumplen con la normativa, con este muestreo queda en evidencia un claro problema en torno a ella.

Pese a que los juguetes importados abarcan un alto volumen de importación en el país, la normativa vigente que los regula no logra ser aplicada a todos los juguetes ingresados por parte de las entidades fiscalizadoras, según los datos encontrados. Esto ha provocado que la mayoría de los juguetes que se encuentran a disposición hoy en el mercado chileno incumplan al menos una norma, siendo la traducción el error más frecuente, trayendo como consecuencia que el consumidor no se informe correctamente del producto en sí, como los beneficios, peligros y/o advertencias y termine realizando una compra desinformada con consecuencia directa en el desarrollo del infante.

Por otro lado, y pese a que los padres si cuentan con conocimiento sobre la estimulación temprana y están interesados en buscar nueva información sobre los juguetes para ponerla en práctica, aún no son capaces de acceder a ella de forma fácil y rápida. Hoy en día, son

los pediatras la única fuente de información confiable y directa, pero la relación con ellos está focalizada en otras necesidades.

Finalmente, y dado que la información que está etiquetada en los packaging de los juguetes viene implementada en base a una estandarización por rango etario de los niños, se deja de lado el factor que cada niño se desarrolla a su propio ritmo y capacidades, terminando por ser información que no se toma en consideración en plenitud para decidir la compra.

5.



**FORMULACIÓN
DEL PROYECTO**

OPORTUNIDAD

A raíz de las conclusiones anteriormente expuestas, se evidencia que hay un difícil acceso* a la información existente sobre juguetes infantiles.

Los parientes influyentes del infante desean informarse más acerca de lo que están comprando para adecuarlo a la necesidad del niño, pero no logran hacerlo dado que los productos se encuentran etiquetados de forma estandarizada por las fábricas, siendo supervisadas por las entidades fiscalizadoras de manera vaga, debiendo acudir a los pediatras como fuente principal, dado que incluso en internet es difícil acceder a la información.

**Difícil acceso: la información acerca de los juguetes es entregada principalmente por los fabricantes o tiendas comerciales, perdiendo credibilidad a la hora de comprar ya que ellos buscan un fin más bien comercial, publicitario y de venta en beneficio a ellos mismos teniendo un interés particular (página 96 benchmarking). Por otra parte la información es poco accesible y básica tanto en internet como con los mimos pediatras ya que estos últimos no están dispuestos a hablar la hora completa de atención sobre juguetes infantiles (investigación 58-70).*

PROPÓSITO

Entregar al consumidor de juguetes infantiles un espacio en donde encuentre toda la información necesaria sobre juguetes infantiles. Reorganizando y ordenando la información existente para que así el adulto responsable pueda tener a la mano la información necesaria y retroalimentarse directamente con los padres para realizar una compra informada.

OBJETIVOS DE PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Recopilar y disponibilizar la información de juguetes de infantes en un sólo lugar, para mejorar el acceso a esta y generar una compra informada en relación a la estimulación temprana.

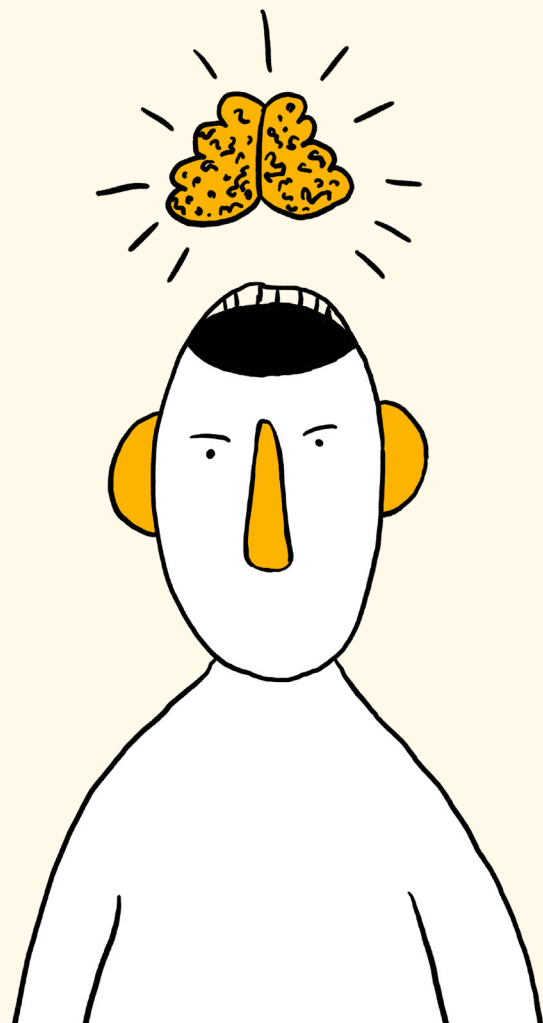
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1- Recopilar la información existente de juguetes infantiles para disponibilizarla de forma confiable, fidedigna y desinteresada a través de una plataforma digital; promoviendo una compra informada.
- 2- Desarrollar un espacio de retroalimentación por parte de los usuarios dentro de la aplicación para generar una comunidad colaborativa permitiendo la actualización a tiempo real de la información.

PROPUESTA CONCEPTUAL

**UNA COMUNIDAD
COLABORATIVA
COMO FUENTE DE
OPORTUNIDAD
PARA EL ÓPTIMO
DESARROLLO
DEL INFANTE.**

USUARIOS



En este proyecto se identificaron dos tipos de usuarios. Los usuarios directos, que son aquellos que tienen relación directa con el niño como lo son los padres, y los usuarios indirectos, que son aquellos parientes cercanos e influyentes del niño como un abuelo, un tío, etc.

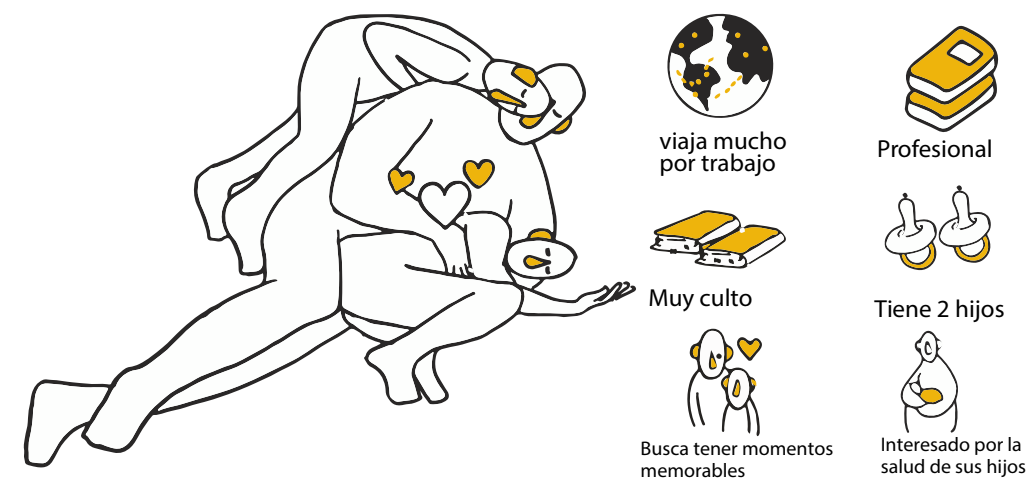
USUARIO DIRECTO: PADRES

ARQUETIPOS Y PERFIL

1-Padres primerizos (aquellos que solo tienen un hijo): Suelen ser padres ansiosos y miedosos por la nueva etapa que están por vivir²⁸, pero al mismo tiempo bajo la incertidumbre están motivados a permanecer informados y actualizados, siendo en su mayoría profesionales, con un cierto poder adquisitivo, precavidos, con una mente más ecológica y que frecuenta en RRSS.



2-Padres experimentados (aquellos que tienen más de un hijo): Suelen ser padres con poco tiempo debido a su alta carga laboral, situación que les genera altos ingresos, pero pocas instancias para estar en su hogar, debiendo estar en permanente búsqueda de pequeños momentos para disfrutar con sus hijos, dado que son protectores y orgullosos de ellos.



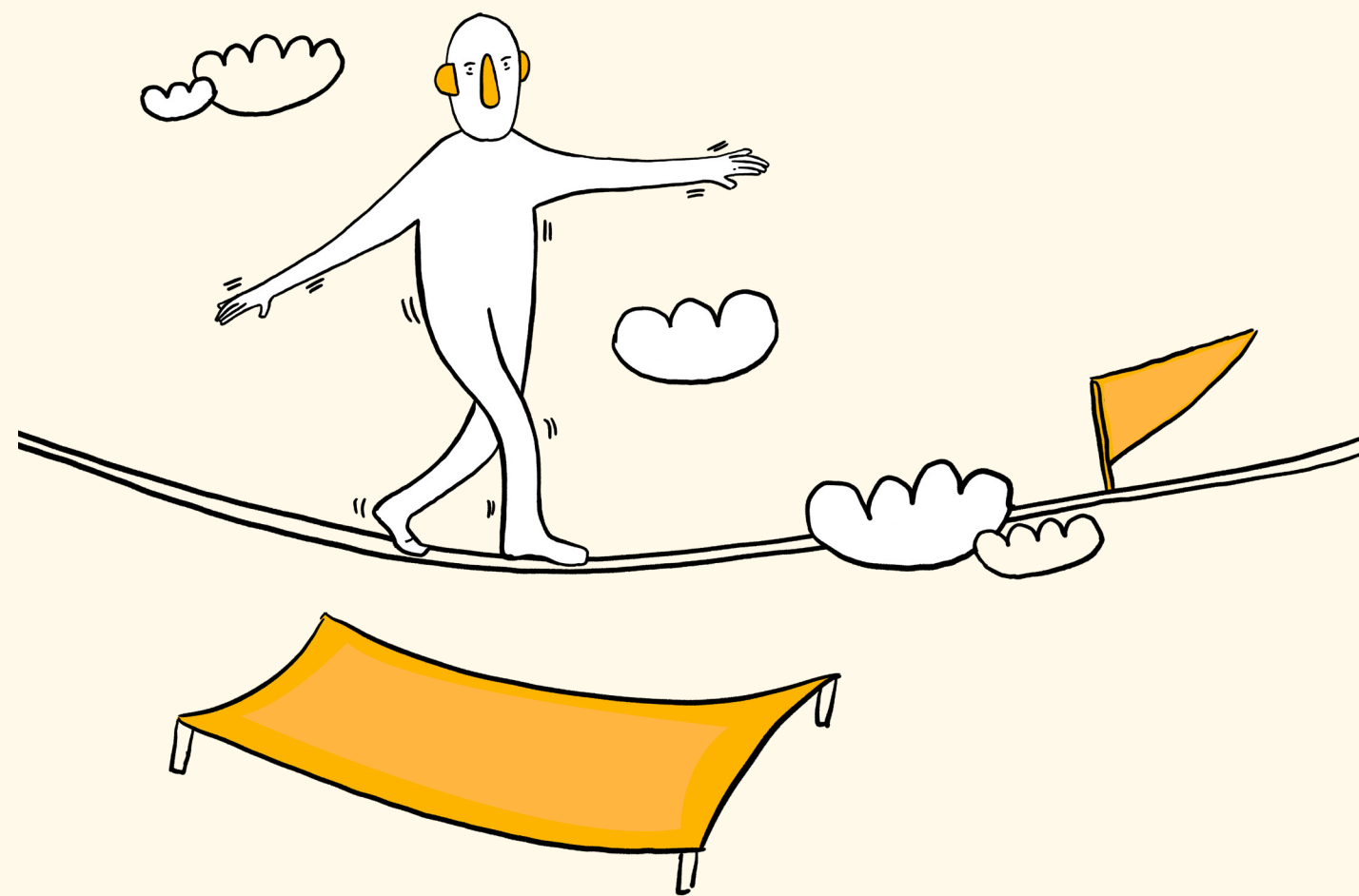
USUARIO INDIRECTO: PARIENTES CERCANOS INFLUYENTES

PERFIL

Suelen ser familiares o amigos cercanos al niño. No buscan educar sino más bien “regalinear”. Tienen un cierto poder adquisitivo, pero no están dispuestos a gastar lo mismo que los usuarios directos.



REFERENTES



WELLNESS THAT WORKS

WELLNESS THAT WORKS, es una plataforma online en donde se reúne gente que quiere perder peso. De este, rescato la posibilidad de crear un perfil y el programa de alimentación y ejercicio personalizado.



APLICACIÓN AIJU

La app AIJU 3.0, una guía española que año a año muestra una selección de juguetes categorizados como cumplidores de la ley de su país, de la cual rescato su categorización por rango etario y ofrecer información actualizada.



Imagen 2

PROCESO DE ACREDITACIÓN UNIVERSITARIA

El proceso de acreditación que realizan las universidades, donde rescato el proceso voluntario que se genera para hacerse parte y la matriz estándar que utilizan para evaluar.



Imagen 3

APLICACIÓN VIVINO

VIVINO APP, es una aplicación cuya función principal es proveer información de vinos cuando son escaneados mediante código QR. De esta se rescatan varios aspectos, tales como

- La facilidad de usarla en cualquier momento,
- Que tienen un espacio de feedback para que la comunidad aporte con sus propios comentarios y valorizaciones,
- Que tienen la posibilidad de crear un registro de todas las interacciones realizadas,
- Que categorizan por tipo de producto
- Y finalmente hacen un ranking de los ítems más destacados.

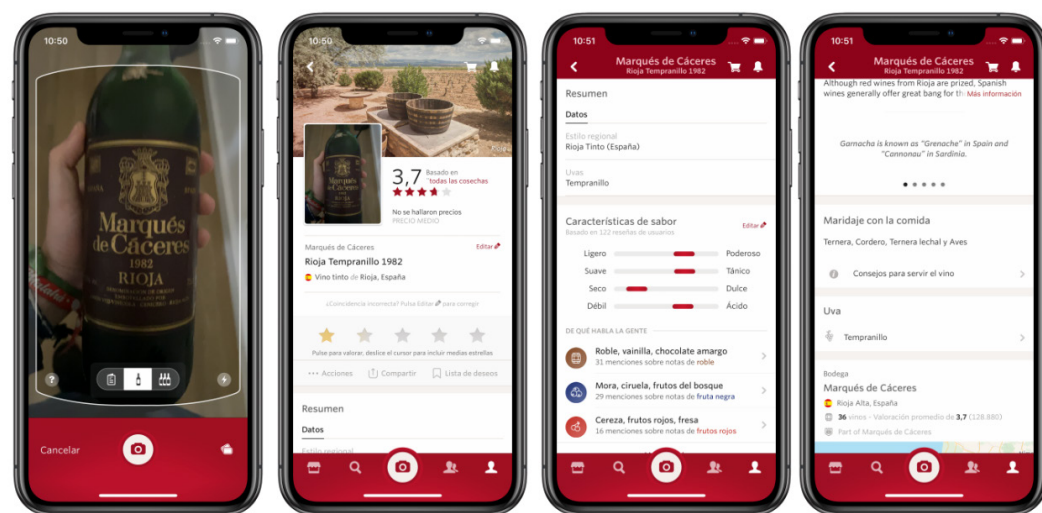


Imagen 4

6.




**DESARROLLO DEL
PROYECTO**

BENCHMARKING

APLICACIONES Y WEBS EXISTENTES DE JUGUETES

TIPO DE BENCHMARKING	REFERENTES	PROCESO/ ACTIVIDAD	RESULTADO/ MEJORAS
Producto/servicio	<p>1.</p>  <p>Tienda Española</p>	<p>JAC tiendas de juguetes desarrolló una app que promete:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tenerte al día de las últimas novedades y modas. -Poder descargarte catálogos, buscar juguetes por edad, tipo de juguete, marca, precio, ofertas, etc. -Consultar tus puntos, participar en concursos, promociones y encontrar tu tienda JAC más cercana. 	<p>-Tenerte al día de las últimas novedades y modas.</p>
	<p>2.</p>  <p>Tienda Española</p>	<p>Drim juguetes, también tiene una app en donde promete:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ofrecer la mayor colección de juguetes online. -Accesorios para bebés y hobbies. -Ser una tienda online. -Comprar desde cualquier sitio y cómodamente. 	<p>-Ofrecer la mayor colección de juguetes online.</p>
	<p>3.</p>  <p>Española</p>	<p>La app Toy finder es el complemento digital a la Guía AIJU 3.0 2018/2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Te muestra los juguetes de ellos mismos -Te hace preguntas para saber la edad, si deseas que tenga alguna aportación concreta al desarrollo infantil, si necesitas que sea apto para alguna discapacidad, el tipo de juguete y el rango de precio. 	<p>-Te hace preguntas para saber la edad, si deseas que tenga alguna aportación concreta al desarrollo infantil, si necesitas que sea apto para alguna discapacidad, el tipo de juguete y el rango de precio.</p>

TIPO DE BENCHMARKING	REFERENTES	PROCESO/ ACTIVIDAD	RESULTADO/ MEJORAS
Producto/servicio	<p>4.</p>  <p>Tienda Española</p>	<p>La app Alcampo Kids está pensada para niños en la época de fin de año (Navidad). Durante sus compras en una tienda Alcampo, se podrán tomar fotos con los personajes Alcampo en el photo-call de realidad aumentada.</p>	<p>-Cámara dentro de la app.</p>
	<p>5.</p>  <p>Sólo juguetes Amazon</p>	<p>Juguetes10.com una plataforma web que propone: -Mostrarte cuáles son los mejores juguetes de las tiendas con el fin de que puedas comprar aquellos que cuenten con más calidad, mejores prestaciones y también puedas ahorrar dinero al adquirirlos por un precio muy barato. -Respaldados por medio de un equipo de editoras quienes saben de estos productos, analizaran los juguetes más comercializados, entregando una comparativa de todo tipo de juguetes infantiles. Y mostrando cuáles son los más recomendados.</p>	<p>-Juguetes de Amazon y otras tiendas.</p>
	<p>6.</p>  <p>En Chile y otros</p>	<p>Tienda de retail online y ahora en app. Permite acceder de forma virtual a todo su contenido. Si bien su contenido no es exclusivo de juguetes, tiene una categoría de ellos. -Plataforma de retail comercial con valorización de productos y filtros de búsqueda.</p>	<p>-Valorización y filtros de búsqueda.</p>



CONCLUSIÓN

Tras el proceso de benchmarking, queda en evidencia que el principal objetivo es la venta, dado que son creadas con la idea de llevar los antiguos catálogos que se hacían impresos al teléfono. Es decir, la app es parte de una estrategia de marketing de la marca, como por ejemplo, el desarrollo de la realidad aumentada, siendo los españoles los líderes en el rubro.

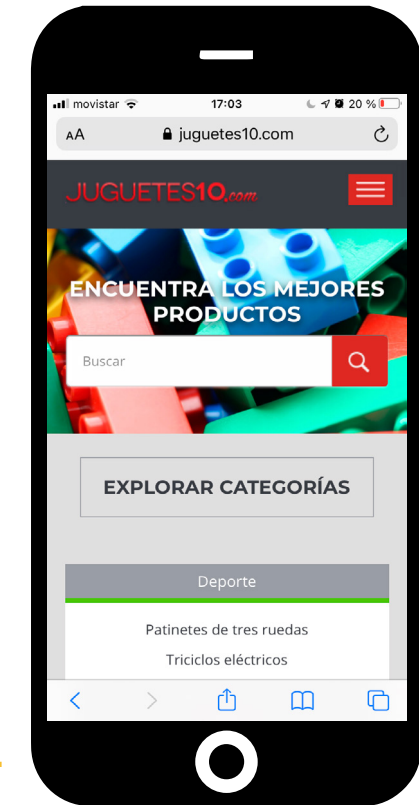
1.



4.

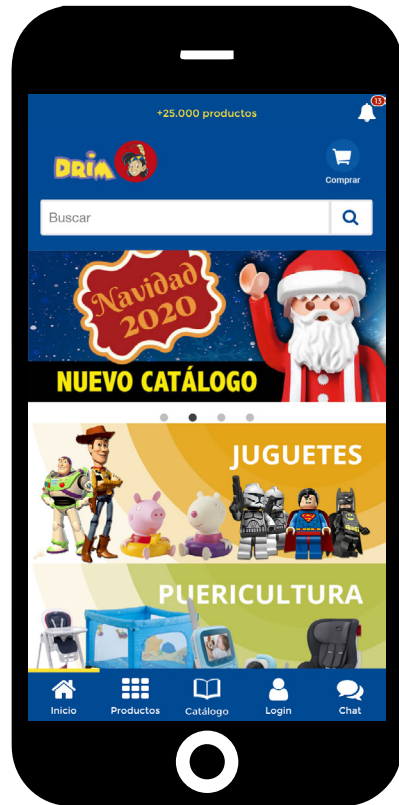


5.



-96-

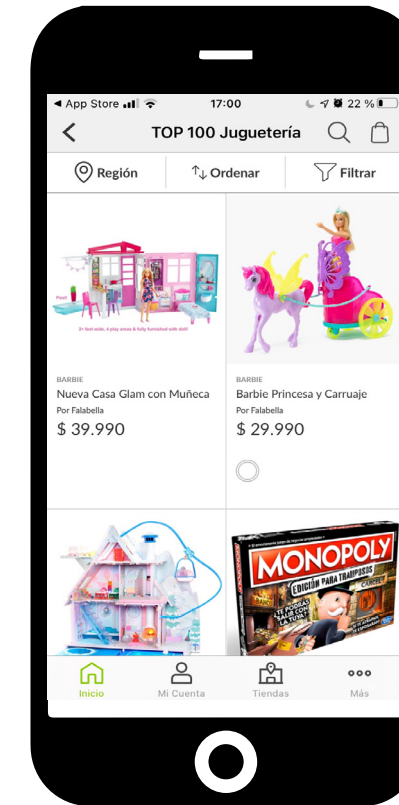
2.



3.



6.



-97-

CONCEPTO DE DISEÑO

QUÉ

Aplicación móvil.

PARA QUÉ

Para informar, acompañar y asesorar sobre juguetes de infantes.

PARA QUIÉN

Para todos aquellos que quieran comprar un juguete de manera informada y personalizada.

CUÁNDO

Cuando el usuario tenga la inquietud de averiguar más acerca de juguetes infantiles.

CONCEPTUALIZACIÓN

La app nace con el objetivo de poder llegar a la mayor cantidad de personas, permitiéndoles acceder a ella en cualquier momento y lugar. Así, con un contenido actualizado en tiempo real, favorecer que el usuario genere más interacciones que cualquier otro espacio colaborativo (retroalimentación bilateral).

Además, el espacio que genera la app con su diseño colaborativo, ofrece la generación de un puente entre fabricante y consumidor, donde son los mismos usuarios de ella quienes aportarán la mayor cantidad de información.

Finalmente, siendo esta una aplicación de juguetes, su diseño a nivel de gráfica busca que el usuario se divierta al nivel como si estuviese jugando dentro de ella, descubriendo personajes nuevos o generando valoraciones, puntuaciones y ranking en los juguetes. Sus colores buscan vibrar dentro de la app, haciendola llamativa en los diferentes call to action, predominando el amarillo sin generar distracción, sino más bien, foco en la acción a realizar.

PROPUESTA/BENEFICIOS

Esta App permitirá entregarle al consumidor de juguetes infantiles un espacio en donde encuentre toda la información necesaria.

Reorganizando y ordenando la información existente, el usuario podrá retroalimentarse directamente con el resto de la comunidad para realizar una compra informada, pudiendo acceder a un juguete que permita el máximo desarrollo cognitivo y sensorial del infante.

IDEA CENTRAL

TUKI es a los que se quieren informar sobre un juguete, como Google es a cualquier persona que necesite información en línea rápida.

ALCANCE DEL PROYECTO

ES

- Una fuente confiable
- Una fuente desinteresada
- Una plataforma independiente
- Una plataforma colaborativa

NO ES

- Un médico
- La referencia de una marca
- La opinión de un pariente
- Una plataforma comercial

PILARES

PROPÓSITO

(Razón de existir)

Informar, acompañar y asesorar a quienes quieran informarse sobre juguetes infantiles.

DIFERENCIACIÓN

(Qué lo hace único)

Es la única que reúne toda la información sobre juguetes infantiles al instante, a través de una comunidad colaborativa y sus comentarios. Además se entregan recomendaciones sin sesgo etario y de manera personalizada.

PERSONALIDAD

(Cómo se comporta)

TUKI app se comporta como una persona corriente, donde sin mucha ostentación busca la conexión de los usuarios a través de la empatía, ofreciendo un espacio colaborativo de manera fácil de entender y al instante. Estableciendo una relación horizontal con el usuario.

TOP OF MIND

(Valor absoluto)

Plataforma informativa de manera colaborativa.

TERRITORIO

(Dónde se mueve la marca)

La aplicación se utiliza entre quienes buscan información actualizada, fidedigna y desinteresada de juguetes infantiles para poder concretar una elección adaptada al desarrollo del infante en cuestión.

COMPETENCIAS

TUKI App permite crear un perfil de búsqueda a través de un test, con parámetros de la Asociación Pediátrica Americana, que permitirá navegar y además acceder a un espacio colaborativo con información entregada por usuarios reales.

**MODELO DE NEGOCIOS
LIENZO LEAN CANVAS**

<p>2.PROBLEMA</p> <p>1-La información entregada por los fabricantes de juguetes infantiles tiene fines comerciales, por lo que pierde credibilidad.</p> <p>2-La información actual disponible sobre juguetes infantiles es de difícil acceso y básica.</p> <p>3-El desarrollo de los niños ha sido estandarizado por parte de los fabricantes de juguetes.</p> <p>Alternativas actuales:</p> <p>1-Boca a boca con círculo de confianza</p> <p>2-Pediatra</p> <p>3-Internet</p>	<p>4.SOLUCIÓN</p> <p>Una aplicación cuya función principal es crear comunidad para facilitar la información de juguetes infantiles.</p> <p>Características:</p> <p>1-Colaborativa</p> <p>2-Accesible</p> <p>3-Sin fines comerciales</p>	<p>3.PROPUUESTA DE VALOR</p> <p>Espacio colaborativo en donde se encuentre toda la información necesaria sobre juguetes infantiles mediante la experiencia y retroalimentación por parte de la comunidad para el óptimo desarrollo del niño.</p>	<p>9.VENTAJA ESPECIAL</p> <p>Espacio disponible en cualquier dispositivo móvil con comentarios reales y desinteresados sin fines comerciales.</p>	<p>1.SEGMENTO DE CLIENTE</p> <p>Hombres y mujeres entre 25-65 años que buscan información sobre juguetes infantiles dado que comprenden la importancia de este en los primeros años de desarrollo del niño.</p>
<p>7.ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>-Programador</p> <p>-Licencias</p> <p>-Publicidad</p> <p>-Diseñador</p> <p>-Sueldos “mesa de trabajo”</p>	<p>8.MÉTRICAS CLAVES</p> <p>-Descargas de la app</p> <p>-Tráfico web</p> <p>-Nro de valoraciones en la app</p> <p>-Nro de suscriptores premium</p>	<p>5.CANALES</p> <p>-Boca a boca</p> <p>-Google Ads</p> <p>-Facebook Ads</p> <p>-App Store y Google Play</p>	<p>6.FLUJO DE INGRESOS</p> <p>Modelo freemium (versión gratuita hasta niños de 0 a 3 años)</p>	

7.



PROPUESTA FORMAL

IMÁGEN GRÁFICA

CONCEPTOS

Para la creación del logotipo se toman en cuenta principalmente los siguientes conceptos:

Plasticidad-Flexibilidad-Infantil-Padres-
Comunidad Colaborativa-Sentidos

NAMING

El nombre de la aplicación que propone el proyecto es "TUKI". Este principalmente responde a la descomposición de "tu" y "kid" (tu niño), que a su vez, tiene una connotación personal relacionada con mis orígenes y relación con los niños.

LOGOTIPO

Si bien se podría llegar a creer que este logotipo atenta contra lo que se entiende por "marca gráfica", esta al ser una aplicación no sigue la normativa tradicional de la comunicación visual estática, dado que en un futuro se propone ser una portada para la pantalla de *opening* dentro de la app de manera interactiva. Aún así se logra comprender claramente el *naming* e intuitivamente queda en evidencia cual será el ícono de la aplicación por el punto de la "i", cumpliéndose así la parte más formal de diseño de aplicaciones.

TIPOGRAFÍA

La elección de la tipografía fue realizada en base a los conceptos de TUKI, basándose principalmente en la flexibilidad y plasticidad infantil, siendo esta una tipografía de elaboración propia, con atributos tubulares y extremidades curvas con movimiento al verla en conjunto, buscando reflejar fielmente los conceptos mencionados.

En cuanto a la bajada, se buscó una tipografía que rompiera con lo infantil, entregando la seriedad y madurez que amerita que incorpore el resto de los conceptos de diseño.

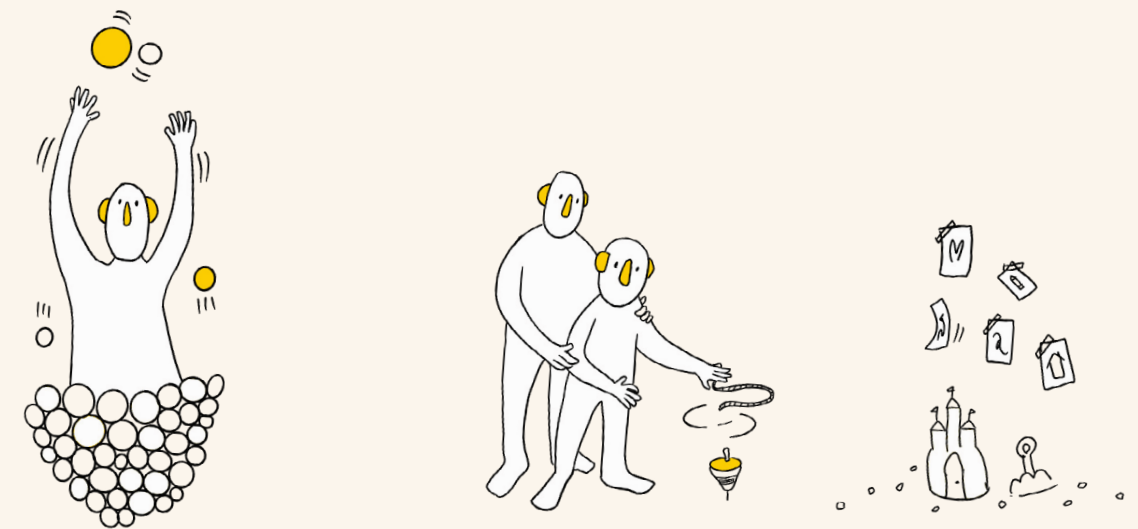
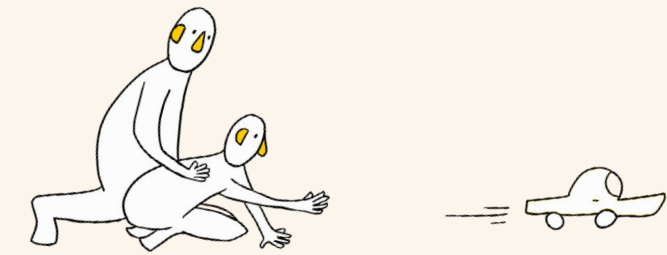
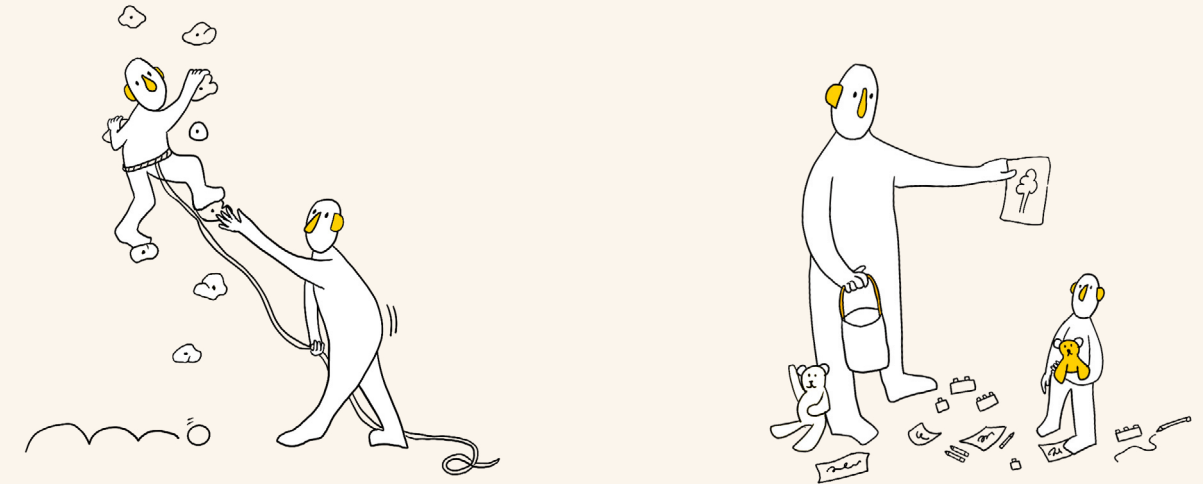
COLORES

La elección de los colores se basó netamente en que el color amarillo y blanco son colores sin género por lo que de esta manera se puede representar de mejor forma a los usuarios.

ILUSTRACIONES

Las ilustraciones dispuestas en el logo pretenden transmitir los conceptos anteriormente propuestos.

Estos personajes asexuados buscan representar a la comunidad sin identificarse con un género en particular, generando una misma línea de comunicación visual en toda la app y haciendo que el usuario independiente de si es hombre o mujer se sienta representado.



PROCESO DEL LOGO



TUKI

-112-



JUGUETES CON SENTIDO



JUGUETES CON SENTIDO



JUGUETES CON SENTIDO

-113-

LOGO FINAL

Si bien el proceso del logo fue mutando constantemente, se terminó eligiendo aquel que representara de mejor manera los conceptos mencionados anteriormente. Este involucra al entorno infantil y el movimiento mediante la tipografía y la sombra de la misma y a su vez a la comunidad de padres y niños mediante los personajes "tuki" quienes se ven envueltos en diferentes situaciones de juego involucrando los sentidos sensoriales y a la elección de la compra con sentido (bajada).



Ícono APP

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

MATRIZ DE CLASIFICACIÓN

Pero, ¿Qué juguetes estarán en la aplicación? Para ello, es necesario definir la palabra “juguete” en este proyecto, con el fin de acotar el mundo de juguetes infantiles.

Quienes formarán parte de la app serán “aquellos objetos que fueron diseñados con el objetivo de generar diversión y estimulación en el niño”. Es decir, por ejemplo, un vaso, el cual un niño lo puede considerar un juguete, este no fue diseñado para estimular, por lo tanto, no clasifica.

Además, la base de datos de juguetes en la app como primera instancia incluirá aquellos que actualmente ya muestran en su packaging que sentidos desarrolla (información entregada por el fabricante).

EL INICIO DE LA APP

El *opening* de la app busca impregnar el logo a los usuarios, por lo que en cada oportunidad de apertura un personaje TUKI desarrollará un movimiento.

Por otra parte, y sólo la primera vez que se instale la app, luego de la apertura inicial con el logo, nos encontraremos con 3 slides que buscan generar una introducción al usuario acerca de la app.

EL HOME DE LA APP

En el *home* encontraremos la pantalla de ingreso, en donde se desarrollan diferentes métodos, ya sea registrándose con un nombre avatar, mediante google (mail) o facebook con el nombre real del usuario.

LOS COMENTARIOS

Aquí se busca que el usuario valore de forma general al juguete, y que mediante un comentario logre expresarse de forma libre, con foco principal en los sentidos y de su opinión personal, permitiendo que esta acción sea más rápida y efectiva a que si tuviese que llenar un cuestionario.

Además, este permanecerá dentro del perfil del juguete, sirviendo de información adicional para aquellos usuarios que busquen conocer experiencias de otros.

BARRAS DE VALORACIÓN DE LOS JUGUETES

Luego, una vez completados los campos ya mencionados, la app realiza una selección de las palabras más repetidas en los comentarios y los transforma en las barras de valoración general del juguete en cuestión.

EL PERFIL DE LOS JUGUETES

En el perfil del juguete, se encuentra un carrusel de imágenes del juguete en cuestión más su puntuación, el nombre, cantidad de valoraciones entregadas por los usuarios, descripción del fabricante, las barras de valoración respectivas, la posibilidad de guardarlo en la lista de deseos, la posibilidad de comentar, la posibilidad de compartir y finalmente, los comentarios realizados por los usuarios.

LOS FILTROS DE BÚSQUEDA

Los filtros de búsqueda le permitirán al usuario encontrar de manera eficiente el juguete buscado. Dentro de los filtros, encontramos 5 métodos de búsqueda:

1. Precio de mayor a menor
2. Precio de menor a mayor
3. Los más nuevos
4. Los mejores evaluados
5. Estimulación sensorial

LA BARRA DE BÚSQUEDA

La barra de búsqueda al igual que los filtros, permiten al usuario encontrar de forma más eficiente el juguete deseado. Además, le permite hacer una búsqueda libre, por ejemplo, por nombre, marca, color, etc

Por otra parte, su posición fija y permanente al desplazarse dentro de la app genera que la búsqueda sea más rápida.

LA BARRA DE RANGO

Al igual que la barra de búsqueda, esta se encuentra fija permanentemente a la hora de navegar por la página principal de la app, permitiendo al usuario acotar la cantidad de juguetes en base al rango etario buscado.

LA SUSCRIPCIÓN A TUKI PREMIUM

Dentro de la app se encuentran diferentes niveles de participación, la versión gratuita y la premium, en donde esta última surge a modo de generar ingresos dentro de la app y permitirle al usuario acceder a contenido exclusivo. En ella se encuentran 3 secciones donde el usuario solo podrá acceder al contenido exclusivo mediante una suscripción. La versión gratuita consta de 3 meses de prueba y luego, la versión premium tiene un valor de \$1.790 al mes.

Versión *premium* permite acceder a:

- El test de desarrollo infantil para conocer la edad idónea de búsqueda en torno a las capacidades de desarrollo del niño.
- La posibilidad de compartir con tus familiares, cercanos, etc, tu lista de deseos.
- La cámara scanner de juguetes.

*Los 3 meses gratis no están disponibles para usuarios que ya hayan probado la versión pagada.

LA LISTA DE DESEOS

En la lista de deseos se le permitirá al usuario guardar en su perfil los juguetes que desea en un futuro.

EL LIKE ÚTIL

El like dentro de los comentarios servirá para desarrollar una priorización a la hora de mostrarse dentro del perfil del juguete, aquellos comentarios que tengan más like útil, permanecerán en la zona superior ya que quiere decir que la comunidad opina de forma semejante.

COMPARTIR

Esta acción, permitirá al usuario compartir con sus contactos o círculo cercano aquellos juguetes de su preferencia.

LA EVALUACIÓN

En esta sección, se podrá crear el perfil del niño de 0 a 3 años mediante una evaluación, desarrollada entorno a la tabla "Hitos de desarrollo²⁹" (2010) de la American Academy of Pediatrics.

EL RESULTADO DE LA EVALUACIÓN

La evaluación finalizará con una edad promedio de búsqueda para poder encontrar en la plataforma los juguetes y la información adecuada sujeto a los requerimientos del infante.

La "edad promedio de búsqueda" es sólo una aproximación tentativa al desarrollo del niño/a. Los resultados arrojados son de exclusivo propósito de búsqueda y navegación en la plataforma, sin ninguna validez médica que afecte el desarrollo ni edad real del infante.

EL SCANNER DE JUGUETES

Podrás acceder a la cámara de tu teléfono y utilizarla como scanner de juguetes, facilitando la acción de búsqueda a la hora de encontrarse en un comercio. El scanner te entregará el perfil del juguete en cuestión con las valoraciones, los comentarios, la descripción del fabricante y la puntuación del mismo.

UPGRADES APP 2.0

Con la búsqueda de satisfacer a la mayor cantidad de usuarios y comprendiendo la importancia que tiene el juguete a la hora del desarrollo de los niños, se buscará implementar upgrades dentro de la app tales como:

-Incrementar la base de datos de juguetes en la App, a través de una mesa de trabajo con pediatras, terapeutas ocupacionales, diseñadores y maestros jugueteros. El objetivo son el resto de los juguetes que aún no cuenta con la información sobre cuál o cuáles sentidos desarrolla, o aquellos en los cuales la información entregada por el fabricante no sea suficiente, permitiendo facilitar la mayor cantidad de información para que la comunidad interactúe.

-Aumentar el rango etario del test para lograr abarcar a la mayor cantidad de niños.

-Incluir variables de existencia de alguna discapacidad sensorial, en pos de mejorar la edad de búsqueda dentro de la aplicación.

-Nuevos idiomas disponibles.

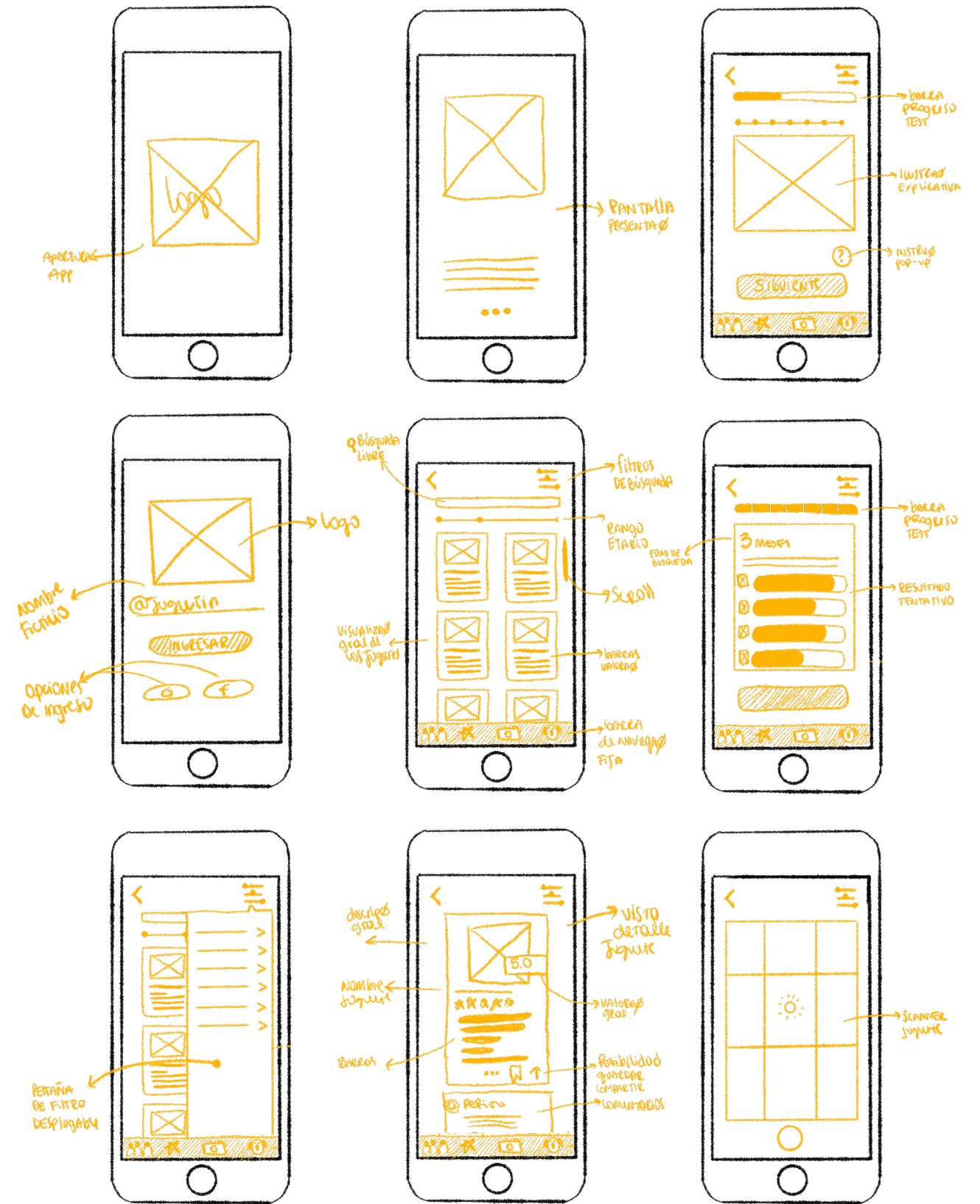
-Geolocalización del juguete.

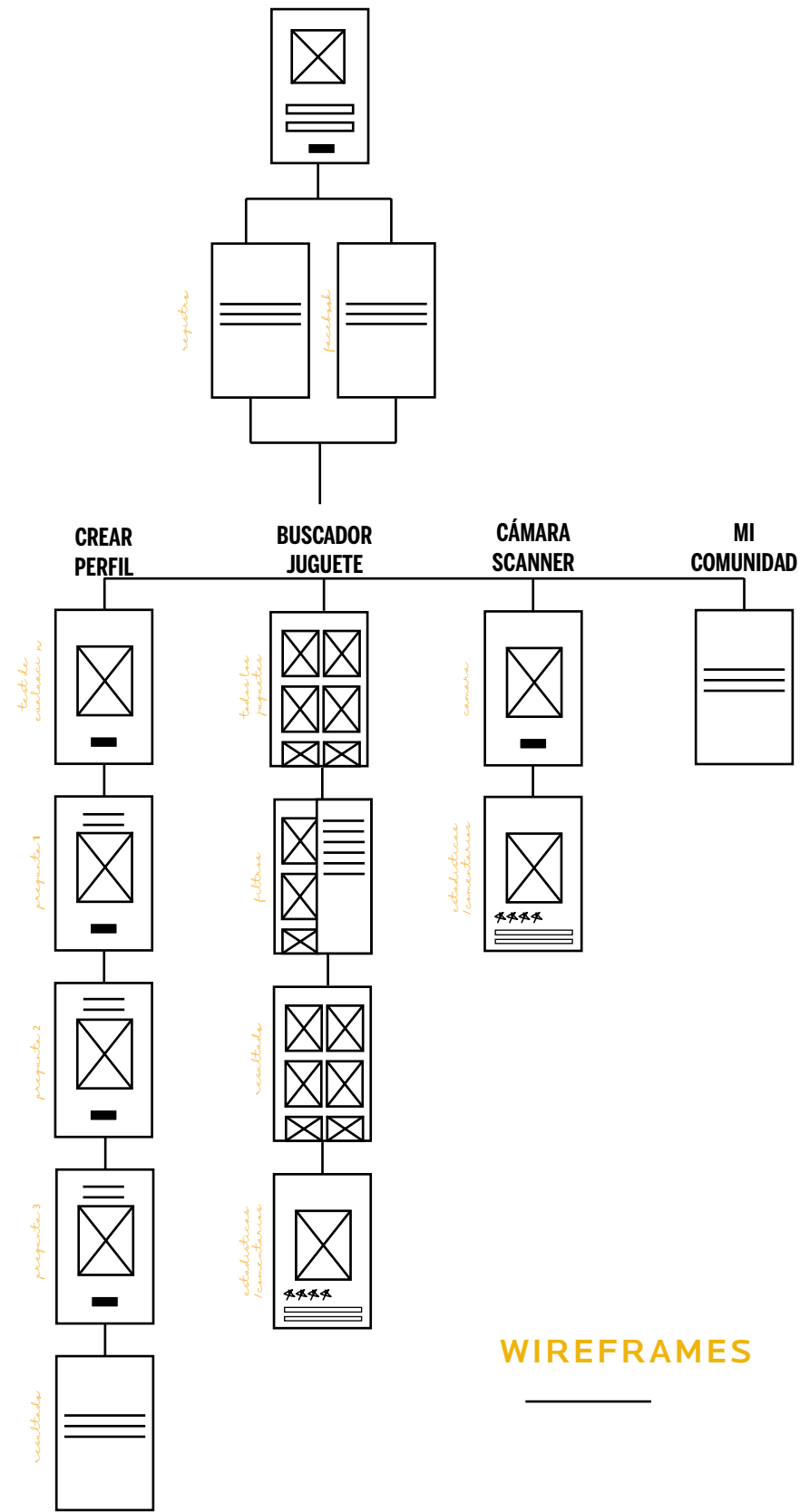
-Contenido internacional con juguetes de otros países.

-Uso de la app en otros países.

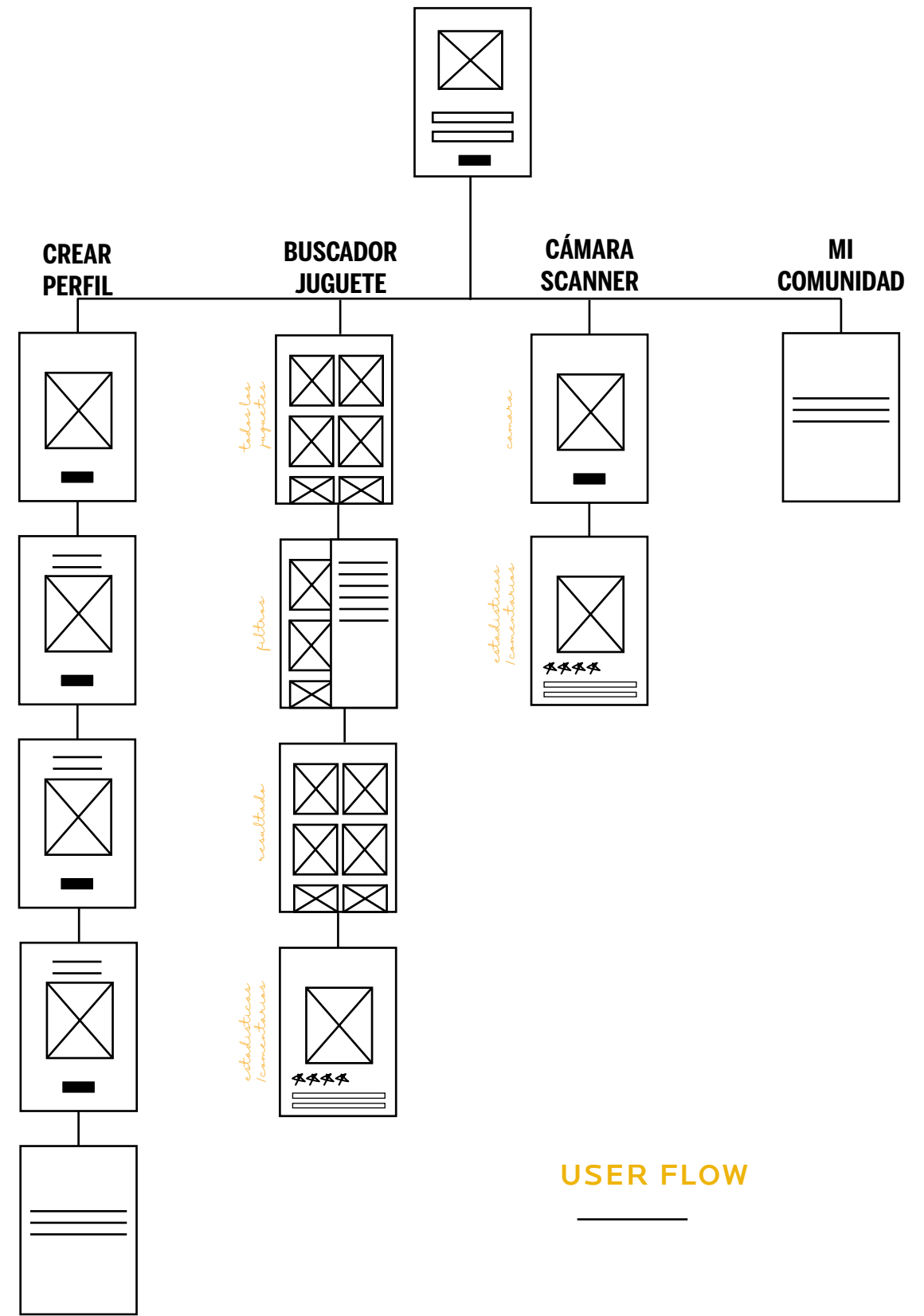
BOCETOS

El desarrollo de los bocetos fue principalmente para definir las pantallas app y tener claro la funcionalidad de la misma. Con el fin de acercarse a la idea general del resultado final, comprobando qué elementos serán indispensables y cuáles no en el conjunto de la app.





WIREFRAMES



USER FLOW

PROPUESTA 1

E-mail
ejemplo@mail.com

Contraseña
Ingresá tu contraseña

¿Olvidaste tu contraseña? >

INICIAR SESION

INGRESA CON FACEBOOK

¿No tienes cuenta? Regístrate >

POPPITY POP HIPPO
Fisher Price 6M

3.0 ★★★★★
294 valoraciones

6M+

@natalap ★★★★★
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna

12 de agosto 2019

@Pedro_P ★★★★★
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna

12 de agosto 2019

@camila_f ★★★★★
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna

12 de agosto 2019

@joaquin.f ★★★★★
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut

Juguetes

- Precio de menor a mayor
- Precio de mayor a menor
- Marca
- Nuevos productos
- Los mejores evaluados
- Edad
- Estimulación sensorial

POPPITY POP HIPPO
Fisher Price 6M

MY FIRST MUSICAL TOY
Infantino 6M

LLAMA
Fisher Price 6M

PELOTA SOFT
Disney baby 6M

Motricidad fina

1. 2. 3. 4. 5. 6.

3. Puede agarrar un objeto que esté a su alcance, mirando solamente el objeto y no sus manos.

3 MESES
Edad promedio

★★★★★

TESTEO PROPUESTA 1

En búsqueda de opiniones acerca de la usabilidad y del diseño, se le entrega al usuario el prototipo de la app con las pantallas principales. El prototipo fue desarrollado en Adobe XD, permitiéndole al usuario utilizar su propio dispositivo móvil.

Este primer testeo se realizó a un total de 9 personas entre 25 y 65 años.

RESULTADOS

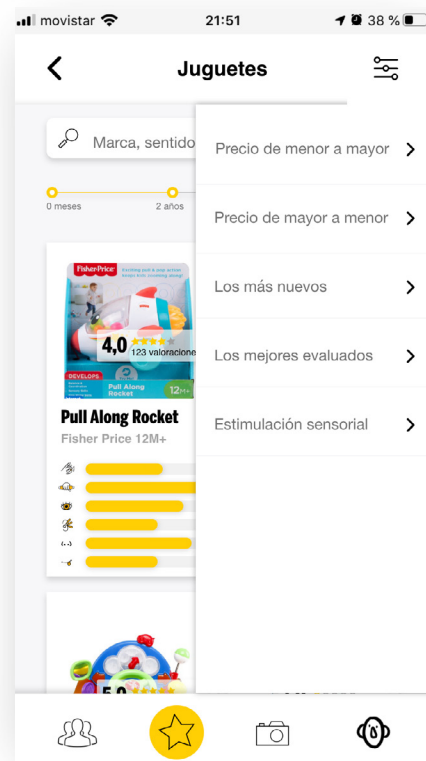
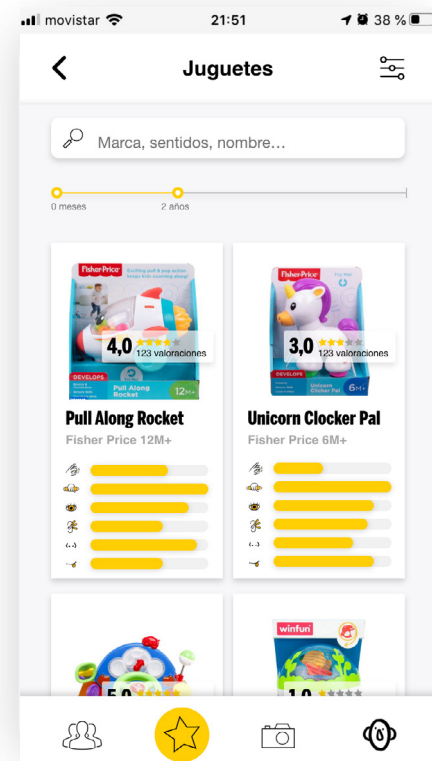
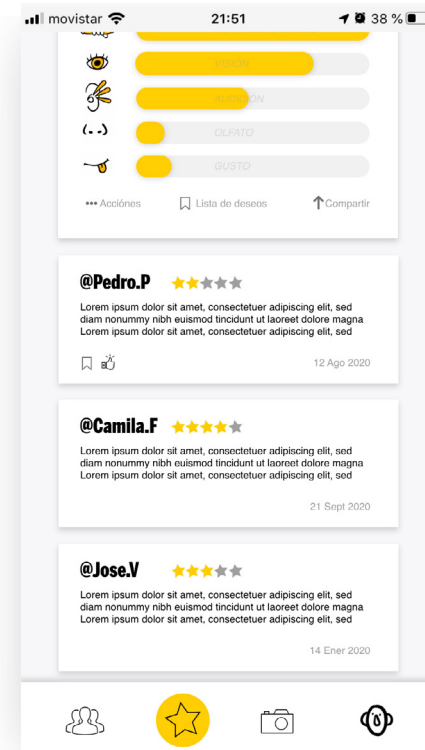
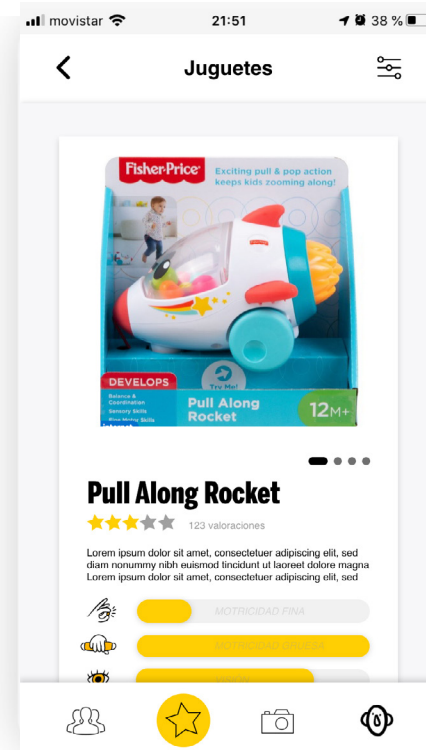
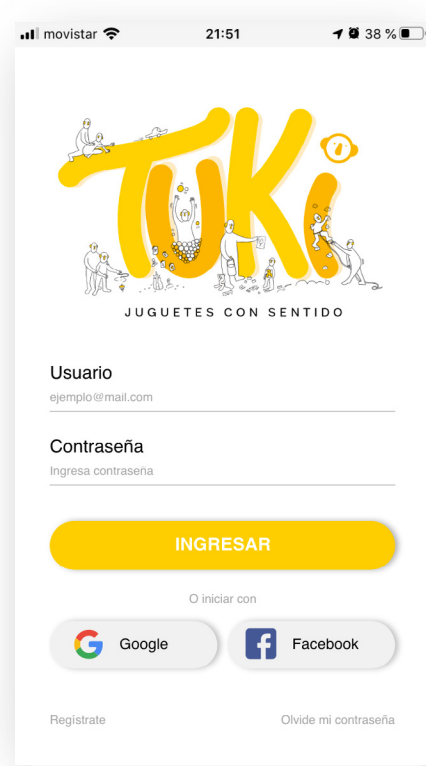
La mayoría de los comentarios fueron similares, y pese a existir una buena comprensión general acompañada de buenos comentarios de la utilidad que la app tendría, los principales aspectos a mejorar de los usuarios testeados se resumieron en:

- No se entiende a qué juguete pertenecen las barras de valoraciones.
- No se alcanza a diferenciar bien la puntuación entregada sobre los juguetes.
- La tipografía y las tonalidades grises no son tan comprensibles.
- El uso del amarillo es muy predominante y distrae/estorba.
- Se necesita un buscador general.
- Hay mucha información por pantalla.
- Los botones podrían ser más grandes.

CONCLUSIÓN 1

Si bien los objetivos de navegación se cumplieron en cuanto a la usabilidad, los usuarios proponen simplificar la app y hacerla más "legible" y menos dura en términos de gráfica.

PROPUESTA 2



TESTEO 2 PROPUESTA 2

Considerando los comentarios entregados por los usuarios en el testeo 1, en la propuesta 2 a través de la misma metodología, se buscó mejorar las debilidades evidenciadas, por lo que se volvió a entregar un nuevo prototipo mejorado a 3 usuarios del testeo anterior y 6 nuevos usuarios entre 25 y 65 años en búsqueda de nuevas conclusiones.

RESULTADOS

Las primeras impresiones de los usuarios testeados fueron:

- Ahora se diferencia mejor a que juguete les pertenecen las barras y la puntuación es más legible.
- El tamaño de letra está acorde.
- El amarillo ayuda a marcar bien la acción, hay homogeneidad.
- El tamaño de los botones es el óptimo.
- La información en pantalla ya no molesta.

CONCLUSIÓN 2

Luego de los cambios realizados, las apreciaciones de los usuarios en este segundo testeo fueron más bien positivas.

Los principales cambios fueron en general en términos de gráfica, que si bien no están acabados al 100% dado que no es la propuesta final, el testeo mostró que la aplicación ya no es difícil de utilizar para cumplir sus objetivos.

APP STYLE GUIDE

En búsqueda de unificar y definir el estilo de la app, se desarrolla el *style guide* de la misma. Esto, es con el objetivo de que cuando se este por desarrollar se entregue al equipo encargado para que se tengan claras las reglas respecto a detalles como tamaño de fuentes, colores de botones, etc. Así, se permite definir las reglas desde un comienzo para evitar errores, y por consecuencia, menos ajustes en el proceso final de cambios.

TIPOGRAFÍA Y COLORES

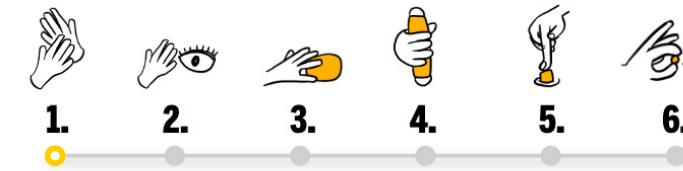
Ag (Helvetica bold) 10pt
A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
A b c d e f g h i j k l m n ñ o p
q r s t u v w x y z

Ag (Helvetica regular) 12pt
A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z
A b c d e f g h i j k l m n ñ o p q
r s t u v w x y z

HEX #FFFFFF	HEX #FFFC30
HEX #F1F1F1	HEX #A0A0A0
HEX #000000	

Ag (BentonSans Black) 20-18pt
A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
A b c d e f g h i j k l m n ñ o p
q r s t u v w x y z

ELEMENTOS UI

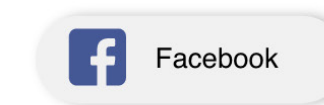


🔍 Marca, sentidos, nombre...



	MOTRICIDAD FINA	3,0 ★★★★★ 123 valoraciones ... Acciones 👍 Útil 🙌 Útil ↑ Compartir 📌 Lista de deseos 📌 Lista de deseos
	MOTRICIDAD GRUESA	
	VISION	
	AUDICION	
	OLFATO	
	GUSTO	

INGRESAR



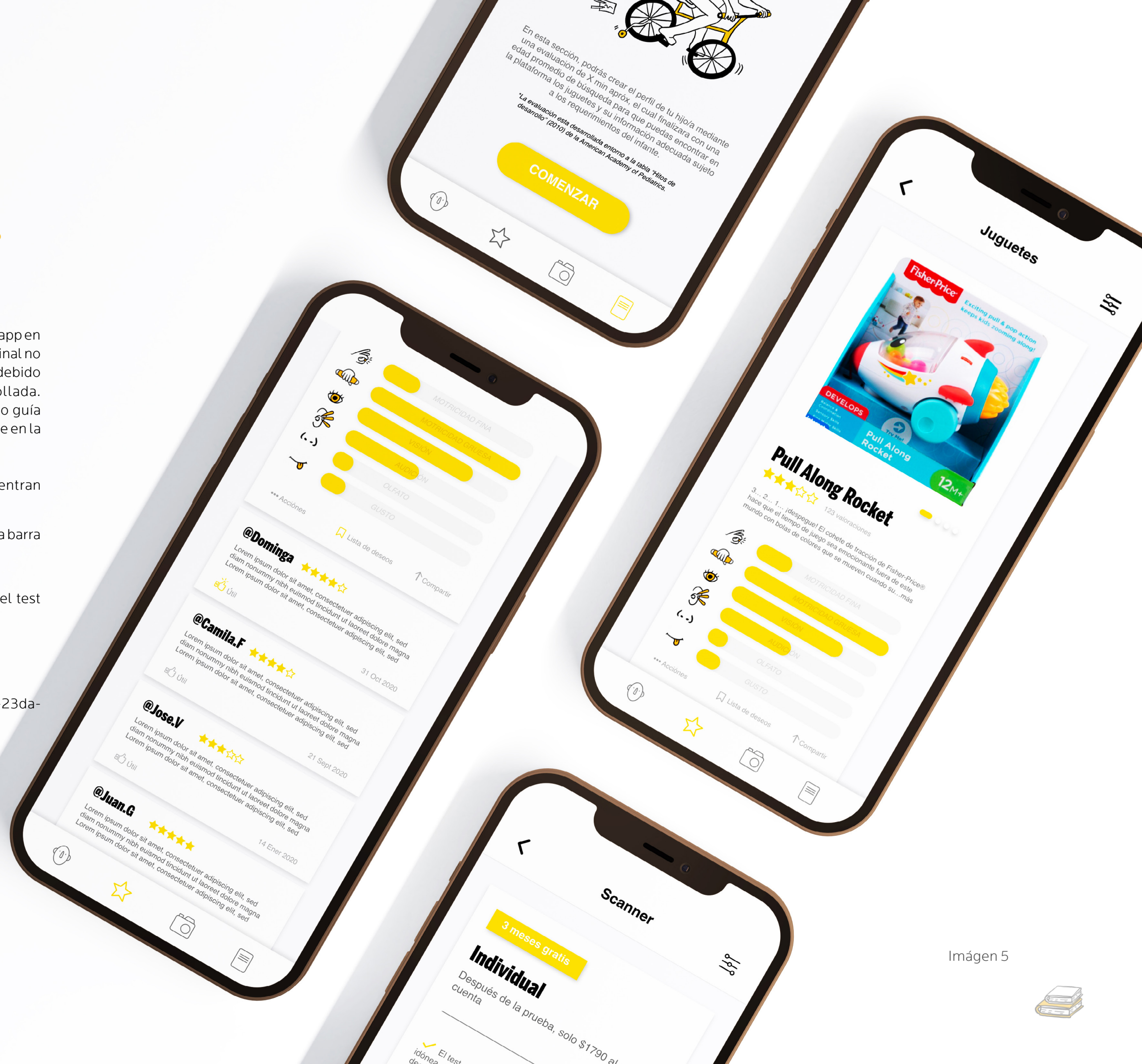
DISEÑO FINAL DE LA APP

Luego de desarrollar el diseño final de la app en Adobe XD, se evidencia que el prototipo final no se encuentra completamente funcional debido a la plataforma en donde fue desarrollada. Sin embargo, queda a disposición como guía visual para el próximo paso, directamente en la programación.

Los siguientes componentes se encuentran deshabilitados:

- El desplazamiento hacia del cursor de la barra de rango etario.
- La cámara scanner.
- El deslizamiento del cursor de la barra del test hacia atrás.
- El teclado para generar comentarios.
- La barra de búsqueda.

<https://xd.adobe.com/view/77f6c810-23da-41ac-9cb9-b6c99cc7af4400-22a5/>



Imágen 5



ESTRUCTURA DE COSTOS

PRESUPUESTO TUKI APP						
Tipo de gasto	Ítem	Detalle	Cantidad	Duración (mensual)	Costo mensual	Total
Recursos Humanos	Líder de Proyecto	Camila Faella G. Además tomando jefatura de diseño, viendo la imagen corporativa, UX y UI	1	10	\$750.000	\$7.500.000
	Equipo Tester	A cargo de las pruebas de la aplicación.	1	4	\$400.000	\$1.600.000
	Programador/ Soporte técnico	Alumno en práctica, líder en la creación de Tuki App.	1	10	\$400.000	\$4.000.000
	Administración	A cargo del área comercial y de finanzas.	1	10	\$326.500	\$3.265.000
	Equipo Marketing	Alumnos en práctica a cargo de la innovación y medición de métricas claves.	2	10	\$400.000	\$8.000.000
Total Rec. Humanos						\$24.365.000
Recursos Físicos	Sistema Operativo	Google Play y App Store	2	1	\$24.800	\$49.600
	Propiedad intelectual	Patentes, derecho de autor, registro de marca	1	1	\$200.000	\$200.000
	Arriendo oficina	Cowork	1	10	\$280.000	\$2.800.000
	Constitución Spa e inicio actividades SII	Gastos asociados a creación de sociedad y rut empresa	1	1	\$300.000	\$300.000
Total Rec. Físicos						\$3.349.600
Recursos Financieros	Fondo concursable Pyme	Postulación a fondos concursables de apoyo a la pyme de diversas entidades	1	1	\$5.000.000	-\$5.000.000
Total Rec. Financieros						-\$5.000.000
TOTAL (IVA INCLUIDO)						\$22.714.600

CONCLUSIONES DEL PROYECTO

Durante el desarrollo del proyecto logré identificar una problemática a la cual la mayoría de las personas pasamos al tener hijos o familiares cercanos a quienes queremos comprarles algún juguete. Encontrarnos con un mercado, que solo ofrece productos con un objetivo de vender, sin mayores propósitos funcionales de trasfondo, genera dificultades a la hora de la elección para el consumidor cuando el objetivo sea encontrar un aporte para el desarrollo del infante, dado que la población si está consciente de la importancia del juguete y el jugar a la hora del desarrollo del mismo, por lo que se busca que nuestra elección sea la correcta.

Es ahí cuando Tuki App llega a facilitar y permitir que los familiares cercanos del infante tengan acceso de manera fácil, en línea y disponible en cualquier momento y lugar la información necesaria sobre juguetes infantiles dispuestos hoy en el mercado, trayendo como beneficio una compra informada que a futuro impactará en el correcto desarrollo físico, social y mental del infante. Gracias a plataformas como esta es que tendremos niños cuya infancia será aprovechada al máximo en su potencial desarrollo, donde además el espacio colaborativo que se genera entre personas con el mismo interés permite potenciar el compartir información y consejos en una etapa donde para pocos se hace fácil, la crianza.

BIBLIOGRAFÍA



Bibliografía

- 1 García M, Mirna, & Vargas C, Nelson A. (2005). *Conocimiento y percepciones culturales de los padres sobre los juguetes apropiados para sus hijos: Encuesta en dos Consultorios de Atención Primaria de Santiago Metropolitano*. Revista chilena de pediatría, 76(4), 363-368. <https://dx.doi.org/10.4067/S0370-41062005000400004>
- 2 Chile crece con tigo. (2007). *Primeros hitos del desarrollo psicomotor y de lenguaje*. julio 19, 2020, de Gobierno de Chile Sitio web: <http://www.crececontigo.gob.cl/tema/primeros-hitos-del-desarrollo/>
- 3 Albornoz Zamora, E. J., & Guzmán, M. C. (2016). *Desarrollo cognitivo mediante estimulación en niños de 3 años*. Centro desarrollo infantil Nuevos Horizontes. Quito, Ecuador. Universidad y Sociedad [seriada en línea], 8 (4). pp. 186-192. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- 4 <https://www.spanish.cl/ciencias-naturales/cinco-sentidos.htm>
- 5 Esteban, E. (2019). *Tabla del desarrollo de los niños de 0 a 6 años*. julio 19, 2020, de Guia Infantil Sitio web: <https://www.guiainfantil.com/articulos/bebes/desarrollo/tabla-del-desarrollo-de-los-ninos-de-0-a-6-anos/>
- 6 Milteer, Regina M., et al., 'The Importance of Play in Promoting Healthy Child Development and Maintaining Strong Parent-Child Bond: Focus on children in poverty,' Academia Americana de Pediatría, vol. 1129, n.º 1, enero de 2012, págs. 183-191, .
- 7 Britto, Pia R., et al., 'Nurturing Care: Promoting early childhood development', The Lancet, vol. 389, n.º 10064, enero de 2017, págs. 91-102, .
- 8 UNICEF. (2017). *Desarrollo de la primera infancia: La primera infancia importa para cada niño*. Julio 16, 2020, de UNICEF Sitio web: <https://www.unicef.org/es/desarrollo-de-la-primera-infancia>
- 9 Shonkoff, Jack P. y Deborah A. Phillips, eds., *From neurons to neighborhoods: The science of early child development*, National Research Council, National Academy Press, Washington, D.C, 2000; García, Jorge Luis, et al. *The life-cycle benefits of an influential early childhood program*. Núm. w22993. National Bureau of Economic Research, 2016; Britto, Pia R., et al. "Nurturing care: promoting early childhood development" The Lancet 389.10064 (2017): 91-102.
- 10 Milteer, MD. Kenneth R. Ginsburg MD. (2012). *The Importance of Play in Promoting Healthy Child Development and Maintaining Strong Parent-Child Bond: Focus on Children in Poverty*. (Números ISSN: impresión, 0031-4005; en línea, 1098-4275). EE.UU.. American Academy of Pediatrics
- 11 UNICEF (1990). *Convención sobre los Derechos del Niño*. México: Autor. Pág. 13. Recuperado de: Meza Cascante Luis Gerardo (S.F.) Zona de Desarrollo Próximo. Escuela de

Matemática, Instituto Tecnológico de Costa Rica. [www.infoamerica.org /documentos_word/vygotsky.doc](http://www.infoamerica.org/documentos_word/vygotsky.doc)

12 Ginsburg KR, ; American Academy of Pediatrics Committee on Communications; American Academy of Pediatrics Committee on Psychosocial Aspects of Child and Family Health. *The importance of play in promoting healthy child development and maintaining strong parent-child bonds*. Pediatrics. 2007;119(1):182-191

13 Frost JL, Norquist T. *The importance of play*. Association Guest Column: International Playground Equipment Manufacturers Association (IPEMA). Recreation Management Magazine. 2007. Available at: www.recmanagement.com/200705gc03.php. Accessed June 1, 2011

14 Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights. *Convention on the Rights of the Child. General Assembly Resolution 44/25 of November 20, 1989*. Available at: www.un.org/documents/ga/res/44/a44r025.htm. Accessed June 1, 2011

15 Slim, C. (2007). *El juego en la infancia*. julio 19, 2020, de Educación inicial Sitio web: <https://educacioninicial.mx/infografias/el-juego-en-la-infancia/>

16 García M., Mirna, & Vargas C., Nelson A.. (2005). *Conocimiento y percepciones culturales de los padres sobre los juguetes apropiados para sus hijos: Encuesta en dos Consultorios de Atención Primaria de Santiago Metropolitano*. Revista chilena de pediatría, 76(4), 363-368. <https://dx.doi.org/10.4067/S0370-41062005000400004>

17 Juan Montañés Rodríguez, Marta Parra Casado, T. Sánchez, R. López, José Miguel Latorre Postigo, Pilar Blanc Portas, María J. Sánchez, J. P. Serrano, Pilar Turégano Moratalla. (2000). *El juego en el medio escolar*. Ensayos: Revista de la Facultad de Educación de Albacete, 15, 235-260.

18 Álvarez, C. (1987): *El juego infantil*. En J. Mayor (coord.): la Psicología en la escuela infantil. Madrid, Anaya.

19 Borja, M. (1994): *Los juguetes en el marco de las ludotecas: Elementos de juego, de transmisión de valores y desarrollo de la personalidad*. R. Internacional de Formación del Profesorado 19, 65-82.

20 La Tercera. (2019). *Los US\$ 269 millones tras el mercado de los juguetes en Chile*. julio 24, 2020, de GFK Sitio web: <https://www.latercera.com/pulso/noticia/los-us-269-millones-tras-mercado-los-juguetes-chile/777489/>

21 The Observatory of Economic Complexity. (2018). *Product trade: Product Exports*. julio 24, 2020, de OEC Sitio web: <https://oec.world/en/profile/country/chl>

22 Vargas C., Nelson A., Salineros U., Matías, & Vial S., Sergio. (2000). *Características recomendadas de los juguetes: Encuesta de opinión a expertos chilenos*. Revista chilena de pediatría, 71(1), 68-71. <https://dx.doi.org/10.4067/S0370-41062000000100015>

23 SERNAC. (2020). *SERNAC denunciará 15 productos por incumplir la ley al vender juguetes acuáticos inflables*. Julio 25, 2020, de SERNAC Sitio web: <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-58285.html>

24 Lagos, R., García, P., Rodríguez, J. (2005). *Reglamento sobre seguridad de los juguetes*. Diario oficial, 2-13.

25 SERNAC. (2005). *SEREMI de salud RM y SERNAC entregan recomendaciones para la compra de juguetes*. Julio 25, 2020, de SERNAC Sitio web: <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-1040.html>

26 SERNAC. (2016). *Hallazgos detectados a través de Ministros de Fe: SERNAC denunció a 9 tiendas a lo largo del país por venta de juguetes mal rotulados*. Julio 25, 2020, de SERNAC Sitio web: <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-5069.html>

27 SERNAC. (2017). *SERNAC y PDI entregan recomendaciones al momento de comprar juguetes*. Julio 25, 2020, de SERNAC Sitio web: <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-5518.html>

28 Alberto, C. (2020). *Padres primerizos*. Julio 25, 2020, de Psicología Online Sitio web: https://psicologiaonline.es/padres_primerizos/

29 R. Jason Gerber, Timothy Wilks and Christine Erdie-Lalena, (2010), *Developmental Milestones: Motor Development*, Pediatrics in Review is the official journal of the American Academy of Pediatrics, DOI: 10.1542/pir.31-7-267

Spencer, H. (1855): *Principios de psicología*. Madrid, Espasa-Calpe, 1985.

Lázarus, M. (1883): *Concerning the fascination of play*. Berlín, Dummler.

Groos, K. (1898): *The play of animals*. Nueva York, Appleton.

Groos, K. (1901): *The play of man*. Nueva York, Appleton.

Piaget, J. (1932): *El juicio moral en el niño*. Barcelona, Fontanella, 1971.

Piaget, J. (1966): *Response to Sutton-Smith*. Psychological Review 73, 111- 112.

Piaget, J. (1946): *La formación del símbolo en el niño*. México, F. C. E. (1961).

Piaget, J. (1951): *Play, dreams, and imitation in childhood*. N.Y., Norton.

Vygotsky, L.S.(1933, 1966): *El papel del juego en el desarrollo*. En L.S. Vygotsky: El desarrollo de los procesos superiores. Barcelona, Crítica. (1982).

Vygotsky, L.S. (1932): *Thought and Language*. Cambridge. Mass: MIT Press. (Trad. Cast: Pensamiento y Lenguaje. Buenos Aires, La Pléyade, 1979).

Vygotsky, L.S. (1934): *El problema del desarrollo en la Psicología estructural*. Estudio crítico. En Obras Escogidas I. Madrid, Aprendizaje Visor. (1991).

Vygotsky, L.S. (1979): *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona. Crítica.

Etsen, G. (1994): *Brain chemistry, the endocrine system and the question of play*. Communication and Cognition. 27 (3) 251-259

Garon, D; Fillion, Ry Doucet M. (1996): *El Sistema ESAR: Un método de análisis psicológico de los juguetes*. Ibi (Alicante). A. U.

ÍNDICE ILUSTRACIONES E IMÁGENES

Ilustraciones.....Elaboración propia
Imagen 1.....www.wellnessthatworks.com
Imagen 2.....http://pequetablet.com
Imagen 3.....www.udd.cl
Imagen 4.....https://lamanzanamordida.net
Imagen 5..... [Mockup psd created by pmvchamara -
www.freepik.com](https://www.freepik.com/psd/mockup)

