



**INSTITUTO PERUANO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
IPAE**

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

**PLAN DE INVERSIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO
DE ENTRETENIMIENTO INFANTIL EN LA CIUDAD DE HUANCAYO**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título en
Administración de Negocios**

KELLY DANITZA AGUILAR TACSA

PL75256214

MARÍA DEL CARMEN CHUNGA CHAMBERGO

PL47110987

LINA LILIANA TANANTA GONZALES

PL42782999

Lima - Perú

2018

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme las fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida, a mi madre que por ser la amiga y compañera que me ha ayudado a crecer y por estar siempre conmigo en todo momento, a mi hermano que siempre ha estado junto a mí y brindándome su apoyo y en donde muchas veces poniéndose en el papel de padre, a mi novio que con su valor y entrega ha sido una persona incondicional en mi vida siendo mi soporte y consejero para seguir adelante y no bajar los brazos en los momentos más difíciles, a la señora Danna y Leonel por haberme brindado su valiosa amistad, sus sabios consejos y sobre todo su cariño y comprensión.

AGUILAR T. Kelly Danitza

A mis padres que depositaron su confianza en mí para lograr cumplir este proyecto y me dieron la fuerza para seguir adelante, a mi novio que me motivo a continuar este trabajo constante con mucha dedicación y a mis profesores, por su apoyo y enseñanza.

CHUNGA Ch. María del Carmen

Agradezco a mi esposo por el apoyo incondicional en cada proyecto que emprendo, a mis hijos por haberles quitado un poco de mi tiempo y no estar con ellos, a mis padres por darme la vida y a Dios por darme sus bendiciones y la fuerza suficiente.

TANANTA G. Lina Liliana

RESUMEN EJECUTIVO

La tesis que se presentará a continuación es un plan de negocios que lleva por nombre HUANCAKIDS, el cual pretende identificar la oportunidad de satisfacer a un mercado de entretenimiento infantil insatisfecho en la provincia de Huancayo, para niños entre 3 a 12 años, a través de la incorporación del uso de la tecnología y métodos educativos. Se brindará a los niños de Huancayo un espacio diseñado con juegos infantiles y salas tecnológicas donde podrán divertirse por las horas que requieran (de una hora en adelante) y a la misma vez desarrollar habilidades de aprendizaje, además terciaríamos el servicio de cafetín para que los padres puedan relajarse mientras que sus hijos se divierten. Nuestro valor principal es brindar un servicio seguro, con una instalación que posee un recubrimiento protector de paredes que evita que los niños sufran algún accidente dentro del local. Se empleará un canal directo, esto quiere decir que tendremos un local con 500 m² el cual estará ubicado AV. FERROCARIL N°360 – HUANCAYO, cerca al OPEN PLAZA. Para el desarrollo del proyecto se realizó la previa investigación primaria (análisis del sector de entrenamiento) y secundaria (evaluación de macroentorno), además de la realización de una investigación de mercado detectando una demanda insatisfecha de 81059 niños entre 3 a 12 años y se evaluó la estimación del crecimiento poblacional de la ciudad en 1.05% anual. Realizaremos una **campana en Facebook Ads y crearemos una canal de página web, lo cual nos ayudara a posicionar nuestra marca** en nuevos destinos (provincia). La empresa será una sociedad anónima cerrada y estará constituida por 4 socios, los cuales aportarán un 52.39% de la inversión inicial del proyecto y el 47.61% se financiará por medio de una entidad bancaria. Concluyendo de que el proyecto es viable técnica y económicamente, obteniéndose una TIRE de 58.97%, TIRF de 77.77%, con un VANE de 24.57% y VANF 20.48, siendo el monto de la inversión total requerida de S/152 714.18 soles, con un costo de oportunidad de S/1.14 soles.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	3
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPÍTULO I. PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL.....	16
1.1. Formulación de la idea de negocio	16
1.1.1 Lienzo Canvas HUANCA KIDS.....	18
1.2. Descripción de la empresa	19
1.2.1 Datos de la empresa	20
1.3. Direccionamiento estratégico	21
1.3.1 Visión	21
1.3.2 Misión	21
1.3.3. Valores	21
1.3.4. Objetivos	21
1.4. Matriz FODA – FODA Cruzado	22
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	23
2.1. Análisis del Macroentorno	23
2.1.1 Factores Económicos	23
2.1.2 Factores Socioeconómicos	24
2.1.3 Factores Políticos y Legales	25
2.1.4. Factores Tecnológicos	26
2.1.5. Factores Ambientales	27
2.2. Análisis del Microentorno	28
2.2.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Michael Porter.....	28
2.2.1.1 Nuevos Competidores.....	28
2.2.1.2 Poder de Negociación de los Proveedores.....	29
2.2.1.3 Rivalidad entre Competidores Existentes.....	29
2.2.1.4 Poder de Negociación de los Clientes.....	29
2.2.1.5 Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos.....	30

2.2.2 Perfil de los Clientes o consumidores.....	31
2.2.3 Perfil de Competidores.....	32
2.2.3.1 Análisis del FODA de la Competencia.....	34
2.2.4 Perfil de Proveedores.....	35
CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO.....	38
3.3. Estudio del mercado.....	38
3.3.1 Perfil del cliente objetivo.....	39
3.3.2 Segmentación del mercado objetivo.....	46
3.3.2.1 Análisis de la demanda.....	46
3.3.2.2 Análisis de la oferta.....	48
3.3.3. Estimación de la demanda.....	50
3.3.3.1 Determinación del tamaño de la muestra.....	50
3.3.3.2 Técnica de investigación y tabulación de resultados.....	51
CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING.....	59
4.1 Producto.....	59
4.2 Precio.....	64
4.3 Plaza	65
4.4 Promoción.....	67
4.5 Persona.....	70
4.6. Marketing Mix	72
4.6.1 Programa de acciones tácticas.....	72
4.6.2 Programa y pronóstico de ventas	79
CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES.....	82
5.1. Objetivos operacionales.....	82
5.2. Descripción de proceso operacional.....	82
5.2.1 Diagrama de flujo.....	84
5.3. Especificaciones y requerimientos.....	85
5.3.1 LAYOUT – Primer Nivel.....	85

5.3.1.1 Recepción.....	86
5.3.1.2 Cafetín.....	86
5.3.1.3 Sala de juegos.....	87
5.3.2 LAYOUT – Segundo Nivel.....	88
5.3.2.1 Sala Interactiva.....	89
5.3.2.2 Sala de Dibujo, Pintura y Juegos Didácticos.....	89
5.3.2.3 Mini Spa.....	90
5.4. Plan de calidad.....	90
5.4.1 Objetivos del Plan de Calidad.....	90
5.4.2 Principios Fundamentales de Plan de Calidad.....	91
5.5. Plan de seguridad.....	91
5.5.1 Objetivos de Plan de Seguridad.....	91
5.5.2 Principios Fundamentales del Plan de Seguridad.....	91
CAPÍTULO VI. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	93
6.1. Estructura de la organización.....	93
6.2. Plan de Gestión del Talento	93
6.2.1 Organigrama.....	94
6.2.2. Principales funciones que se requieren en el negocio.....	95
6.2.3. Políticas y estrategias para la administración del talento.....	98
6.2.3.1 Políticas Remunerativas y de Compensación.....	98
6.2.3.2 Estrategias de Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal.....	98
6.2.4. La planilla de la empresa o presupuesto de las remuneraciones.....	100
6.2.5. Aspectos legales, tributarios y societarios.....	101
6.2.5.1 Razón Social.....	102
6.2.5.2 Tipo de Sociedad.....	102
6.2.5.3 Régimen.....	102
6.2.5.4 Nombre Comercial.....	103
CAPÍTULO VII. PLAN FINANCIERO.....	105
7.1. Plan de inversiones.....	105

7.1.1 Inversión fija tangible.....	105
7.1.2 Inversión fija intangible.....	107
7.1.3 Capital de trabajo.....	108
7.2. Análisis de costos: determinar los costos del producto y/o servicio.....	110
7.3. Análisis financiero.....	112
7.3.1. Estado de situación financiera de apertura.....	112
7.3.2. Estado de resultado.....	113
7.3.3. Punto de equilibrio.....	113
7.3.4. Ratios / Indicadores financieros.....	114
7.4. Plan financiero.....	115
7.4.1. Presupuesto Financiero.....	115
7.5. Evaluación financiera.....	118
7.5.1. Flujo de caja proyectado.....	118
7.5.2. Análisis de sensibilidad.....	119
7.5.2.1 Valor actual neto(VAN).....	119
7.5.2.2 Tasa interna de retorno (TIR).....	119
7.5.2.3. Beneficio costo (B/C).....	120
7.5.2.4 Escenario de Análisis de Sensibilidad.....	120
CONCLUSIONES.....	121
RECOMENDACIONES.....	122
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	123
ANEXOS.....	125

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N°1 Canvas.....	18
Gráfico N°2 Ubicación de la Empresa.....	19
Gráfico N°3 Logo, Imagen y Slogan de la Empresa.....	20
Gráfico N°4 Variación de Índice de Precios al consumidor.....	24
Gráfico N°5 Crecimiento Económico del Perú.....	26
Gráfico N°6 Índice de Competitividad Global en Perú 2010 - 2016.....	27
Gráfico N°7 Análisis de las 5 Fuerzas de Michael Porter.....	30
Gráfico N°8 Tendencia del Tiempo con respecto a las edades de 3 a 12 años.....	39
Gráfico N°9 % de Nivel Socioeconómico de la Región de Junín.....	40
Gráfico N°10 Tasa Global de Fecundidad según la región de Junín.....	41
Gráfico N°11 Tamaño Muestral.....	42
Gráfico N°12 % de personas que acuden a Centros de Entretenimiento Infantil.....	43
Gráfico N°13 % de personas que probarían nuestro servicio.....	44
Gráfico N°14 % de personas que están dispuestos a pagar nuestros servicios.....	45
Gráfico N°15 Frecuencia de veces que asisten a Centros de Entretenimiento Infantil.....	47
Gráfico N°16 Tasa de Crecimiento poblacional de Huancayo al 2014.....	49
Gráfico N°17 Resumen.....	50
Gráfico N°18 Acude a Centros de Entretenimiento Infantil.....	54
Gráfico N°19 Frecuencia a Centros de Entretenimiento Infantil.....	54
Gráfico N°20 Aspectos que se valora en un Centro de Entretenimiento Infantil.....	55

Gráfico N°21 Oferta de Entretenimiento Infantil.....	55
Gráfico N°22 Llevaría a su menor hijo a un nuevo Centro de Entretenimiento Infantil.....	56
Gráfico N°23 Atracciones que se encontraría dentro de un Centro de Entretenimiento.....	56
Gráfico N°24 Ubicación del Centro de Entretenimiento Infantil.....	57
Gráfico N°25 Disposición de Pago.....	57
Gráfico N°26 Factores de Confianza.....	58
Gráfico N°27 Aprobación del Centro de Entretenimiento Infantil HUANCA KIDS.....	58
Gráfico N°28 Ilustración de la sala de juegos Playgroud.....	59
Gráfico N°29 Ilustración de la sala interactiva.....	60
Gráfico N°30 Ilustración de la sala de dibujo y pintura.....	61
Gráfico N°31 Ilustración de la sala Mini Spa.....	61
Gráfico N°32 Mapa del lugar del Negocio.....	66
Gráfico N°33 Tarjeta de Socio.....	70
Gráfico N°34 LAYOUT Primer Nivel.....	73
Gráfico N°35 LAYOUT Segundo Nivel.....	74
Gráfico N°36 Indicadores de visitas de la página de Facebook.....	77
Gráfico N°37 Página de Facebook de HUANCA KIDS.....	78
Gráfico N°38 Tendencia en Proyección de Ventas Anual de Servicio.....	79
Gráfico N°39 Crecimiento del Sector de Entretenimiento.....	81
Gráfico N°40 Flujograma del proceso de servicio de HUANCA KIDS.....	84
Gráfico N°41 Ilustración de la recepción.....	86
Gráfico N°42 Ilustración del cafetín.....	86
Gráfico N°43 Ilustración de la sala de juego Playground.....	87

Gráfico N°44 Ilustración de la interactiva.....	89
Gráfico N°45 Ilustración de la Sala de Pintura.....	89
Gráfico N°46 Ilustración de la sala Mini Spa.....	90
Gráfico N°47 Organigrama.....	95
Gráfico N°48 Ilustración del nombre comercial.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N°1 Matriz FODA – FODA Cruzado.....	22
Tabla N°2 Precio de la Competencia Coney Park.....	32
Tabla N°3 Precio de la Competencia Yukids.....	33
Tabla N°4 Análisis del FODA de la Competencia.....	34
Tabla N°5 Información básica del proveedor GrapKids.....	35
Tabla N°6 Información básica del proveedor Didactic House.....	35
Tabla N°7 Información básica del proveedor Crecer Jugando.....	36
Tabla N°8 Información básica del proveedor Abofire Equipment Co.....	36
Tabla N°9 Información básica del proveedor Duraplast.....	37
Tabla N°10 Información básica del proveedor Gastronomic Fruits.....	37
Tabla N°11 Proyección de edades de 3 a 12 años para el año 2018.....	39
Tabla N°12 Total de Clientes Atendidos a la Semana.....	45
Tabla N° 13 Cuadro Resumen.....	46
Tabla N°14 Frecuencia de veces al mes.....	47
Tabla N°15 Frecuencia de consumo del público a la competencia.....	48
Tabla N°16 Cantidad de público al mes.....	48
Tabla N°17 Resumen.....	50
Tabla N°18 Valores de determinación de la muestra.....	51
Tabla N°19 Desarrollo de la formula según los valores.....	51
Tabla N°20 Ficha Técnica.....	52
Tabla N°21 El precio de Nuestro Servicio.....	64

Tabla N°22 Ticket Promedio.....	64
Tabla N°23 Promoción de Ventas.....	68
Tabla N°24 Gantt de Página Web y Página de Facebook.....	69
Tabla N°25 Costo de Página Web, Página de Facebook y Publicidad.....	70
Tabla N°26 Programa de motivación del personal.....	72
Tabla N°27 Diagrama de Gantt fase Preoperativa.....	75
Tabla N°28 Gantt de Campañas para HUANCA KIDS.....	76
Tabla N°29 Pronóstico de Ventas en Servicios.....	79
Tabla N°30 Pronóstico de Ventas en dinero.....	80
Tabla N°31 Proyección de Ventas en 5 años.....	80
Tabla N°32 Proyección de Ventas en 5 años en S/.....	80
Tabla N°33 Descripción de la Recepción.....	86
Tabla N°34 Descripción del Cafetín.....	86
Tabla N°35 Descripción de la sala de juegos Playground.....	87
Tabla N°36 Descripción de la sala interactiva.....	89
Tabla N°37 Descripción de la sala de pintura.....	89
Tabla N°38 Descripción de Mini Spa.....	89
Tabla N°39 Funciones del Administrador.....	95
Tabla N°40 Funciones del Jefe de Servicio.....	95
Tabla N°41 Funciones del Jefe de ventas.....	96
Tabla N°42 Funciones del Contador.....	96
Tabla N°43 Funciones del Operario de Entretenimiento.....	97
Tabla N°44 Funciones del Operario de Servicio.....	98

Tabla N°45 Presupuesto del Pago de Planilla.....	100
Tabla N°46 Aspectos Legales, Tributarios y Societarios.....	101
Tabla N°47 Gravámenes.....	102
Tabla N°48 Datos de la Empresa.....	104
Tabla N°49 Maquinaria y Equipo.....	105
Tabla N°50 Muebles y Enseres.....	106
Tabla N°51 Gastos Preoperativos.....	104
Tabla N°52 Capital de Trabajo.....	108
Tabla N°53 Ingresos por Ventas.....	110
Tabla N°54 Costo de Atención por cada Servicio.....	110
Tabla N°55 Proyección de Costos, Gastos Administrativo y de Ventas.....	111
Tabla N°56 Resumen de los Costos Variables y Fijos por los 5 primeros años.....	112
Tabla N°57 Estructura de Financiamiento.....	112
Tabla N°58 Estado de Ganancia y Pérdidas.....	113
Tabla N°59 Punto de Equilibrio en unidades del primer año.....	113
Tabla N°60 Punto de Equilibrio en soles del primer año.....	113
Tabla N°61 Indicadores Financieros.....	114
Tabla N°62 Índice de Rentabilidad Bruta.....	114
Tabla N°63 Índice de Renta Neta.....	114
Tabla N°64 Aporte de Dinero	115
Tabla N°65 Estructura de pagos de cuotas del préstamo.....	116
Tabla N°66 Resumen del Préstamo por años.....	117
Tabla N°67 WACC Económico.....	117

Tabla N°68 WACC Financiero.....	117
Tabla N°69 Flujo de Caja.....	118
Tabla N°70 Cálculo del VAN.....	119
Tabla N°71 Cálculo del TIR.....	119
Tabla N°72 Demostración del VANF.....	119
Tabla N°73 Beneficio Costo.....	120
Tabla N°74 Escenario de Análisis.....	120

INTRODUCCIÓN

Actualmente vivimos en constante contacto con la tecnología de la información y la comunicación (TIC's), las cuales vienen convirtiéndose en una gran herramienta para nuestras vidas. De tal manera que su influencia ha afectado positivamente en la educación a nivel mundial, originando la aparición de la tendencia educativa llamada “edutainment”, la cual busca educar de una forma vivencial y lúdica.

El Perú no es ajeno a esta tendencia y gracias a su mayor desarrollo, hoy día se impulsa con ahínco la inversión en tecnologías de la información y comunicación para todas las edades.

El objeto del presente documento es diseñar un estudio de evaluación de un proyecto empresarial en el sector servicios, de forma más específica, con la evaluación del proyecto se propone determinar la conveniencia financiera, y la factibilidad operativa, de la creación de HUANCA KIDS, un negocio dedicado a la prestación de servicios de entretenimiento para niños entre 3 a 12 años.

En el presente proyecto de investigación se revisará en el Capítulo I, se describe la empresa, CANVAS, los objetivos, visión y misión. En el capítulo II se hace un diagnóstico del macroentorno y del microentorno, utilizando FODA cruzado, la matriz de Porter.

Así mismo en el Capítulo III, se desarrolló la investigación de mercado para determinar la demanda potencial y mercado objetivo del segmento seleccionado. El Plan de Marketing se detalla en el Capítulo IV, donde se establece los criterios del Marketing Mix. El Plan de operaciones y El Plan organizacional se describen en los capítulos V y VI respectivo.

Finalmente, en el Capítulo VII se describe el Plan Financiero, en donde se escribe la inversión total del proyecto, VAN, TIR y COK.

CAPÍTULO I

PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL

1.1. Formulación de la Idea de Negocio

El crecimiento poblacional de las familias peruanas ha generado que en el País haya 6'922,109 niñas y niños de 3 a 12 años, los cuales representan el 22% de la población total del Perú. Estos niños nacen incluidos en una nueva generación llena de tecnología, son autodidácticos, pues desde pequeños tienen acceso a las nuevas tecnologías.

Esto nos muestra que hay un gran desasosiego de los padres acerca del contacto que tienen sus hijos, incluso sus bebés, con los Smartphone y tabletas, estos niños pasan horas aferrados a estos aparatos dejando de lado las divertidas horas de juego en el parque junto con sus familias entre otras actividades que ayudan al sano crecimiento del niño.

“Según el psiquiatra Rolando Pomalima, director ejecutivo del Departamento de Niños y Adolescentes del Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado-Hideyo Noguchi, “Está comprobado que el uso excesivo de los aparatos virtuales puede predisponer a ciertas conductas negativas tales como: Aislamiento, miedos, depresión, irritabilidad, ansiedad, baja tolerancia a la frustración y en el peor de los casos adicción.

Bajo esta problemática encontrada nace la idea de crear un centro de entretenimiento para los niños que tendrá como nombre “HUANCA KIDS”, donde el niño logrará distraerse de manera saludable desarrollando sus habilidades con las diferentes temáticas educativas que brindaremos, además de ello los padres podrán formar vínculos afectivos con sus hijos desde pequeños para que de esta manera se conviertan en adultos seguros y responsables.

Creemos que jamás una máquina podrá reemplazar el cariño y el afecto de un ser humano. “HUANCA KIDS” contará con una infraestructura especialmente diseñada para los niños, un personal capacitado y con altos niveles de servicio, se diseñará un plan personalizado de actividades para cada uno de los niños.

También brindaremos servicios valorados por los padres, tales como talleres, y salón de belleza para niños. Se edificará en la Ciudad de Huancayo sobre un terreno de 500 m² y con un área construida de 500 m², contando con instalaciones especialmente diseñadas para el desarrollo de las diversas actividades.

1.1.1 Lienzo Canvas HUANCA KIDS

Gráfico N°1 Lienzo Canvas HUANCA KIDS



Elaboración: Propia

Descripción de la empresa

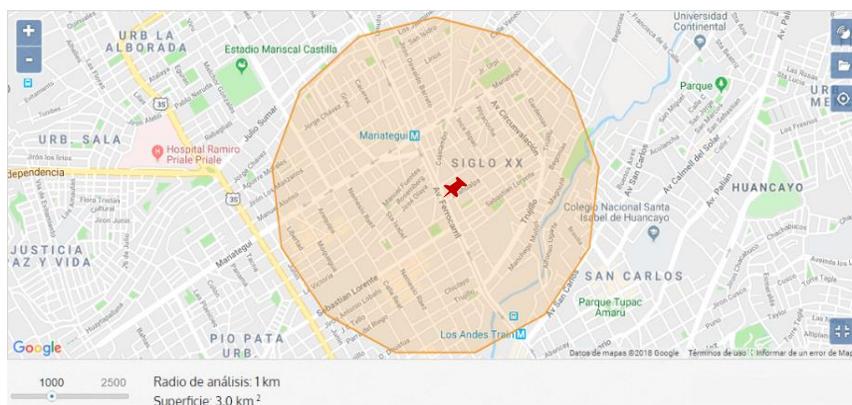
HUANCAKIDS será una empresa peruana que se encargará de brindar servicios de entretenimiento para niños de los niveles socio económicos A – B de la ciudad de Huancayo, que a su vez ingresará al mercado con un formato de diversión y tecnología para niños.

Esta pequeña empresa estará ubicada en la ciudad de Huancayo, en la avenida ferrocarril N° 360, es una zona comercial, avenida en donde también se encuentran los centros comerciales OPEN PALZA Y REAL PLAZA, esperando de esta manera captar una porción del mercado insatisfecho.

HUANCAKIDS SAC utilizará como técnicas de alianza estratégicas con colegios y academias infantiles de la localidad.

Este negocio será una sociedad anónima cerrada que iniciará con 3 personas Kelly Aguilar Tacsá, María Chunga Chambergo, Lina Tananta Gonzales, la dirección del negocio estará a cargo de Lina Tananta, el área comercial será liderada por María Chunga y el área de Ventas estará dirigida por Kelly Aguilar, en cuanto a la toma de decisiones será de manera compartida.

Gráfico N°2 Ubicación de la empresa



Fuente: Mi Entorno

1.2.1 Datos de la empresa

Perfil de la empresa:

- Nombre de la empresa: HUANCA KIDS
- Giro de la empresa: Centro de entretenimiento familiar.
- Actividad: Prestación de servicios de diversión infantil.
- Clasificación de la empresa: Empresa de servicio del sector terciario.
- Dimensión de la empresa: Mediana Empresa.
- Ámbito actual y geográfico: Empresa local.
- Dirección del domicilio fiscal: Avenida ferrocarril N° 360 – Huancayo
- Slogan: Diversión Plena

Gráfico N°3 Logo, imagen y slogan de la empresa



Elaboración: Propia

Direccionamiento estratégico

1.3.1. Visión

Ser el centro de diversión preferido de la región, consolidando nuestra imagen de compromiso y alternativa segura para los más pequeños.

1.3.2. Misión

Proporcionar servicios de diversión infantil con tecnología, que contribuyan al crecimiento y desarrollo de los niños.

1.3.3. Valores

- **Compromiso.** El compromiso de brindar seguridad a nuestros clientes será una pieza clave en nuestro negocio ya que tendremos un trato directo con niños.
- **Amabilidad.** El recibimiento con una gran sonrisa, un saludo ameno y brindar una buena información será la clave para que nuestro público nos prefiera.
- **Respeto.** A cada uno de nuestros clientes y a nuestros colaboradores cumpliéndoles con lo ofrecido, ya que sin ellos nuestro negocio no podría existir.
- **Compañerismo.** El mantener un buen clima laboral entre nuestros trabajadores nos permitirá el crecimiento de nuestra empresa ya que si no existe dicho clima no se podrá realizar un buen trabajo por parte de nuestros colaboradores.

1.3.4. Objetivos

General

- Determinar la factibilidad de un centro de entretenimiento infantil para niños de 3 a 12 años en la ciudad de Huancayo.

Específico

- Cuantificar y Definir las características del mercado objetivo del proyecto.
- Determinar las necesidades de la demanda insatisfecha.
- Determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Matriz FODA – FODA Cruzado

Tabla N°1 Matriz FODA – FODA Cruzado

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Matriz FODA - FODA CRUZADO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento del sector a ritmo del 20% 2. Crecimiento económico en la provincia de Huancayo 3. Carencia de centros de diversión infantil 4. Demanda insatisfecha considerable 5. Alta circulación de transporte público en la zona 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La aparición de nuevos centros de diversión 2. crecimientos de parques públicos 3. Alta informalidad 4. Pocos proveedores formales de materia prima. 5. El fenómeno del niño (Desastre Natural)
FORTALEZAS	FO	FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Local propio 2. 52.39% de inversión propia 3. Ubicación del local en zona comercial 4. Instalaciones amplias 5. Servicios de calidad y seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer conocido nuestro centro de entretenimiento infantil mediante convalidaciones con colegios y campañas en redes sociales. (F3,F5 - O1,O2) • Colocación de paneles publicitario en los centros comerciales y fuera del local. (F3,F4 – O5) 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios con instituciones de seguridad para la capacitación del personal interno. (F5 – A5) • Consolidación formal de la empresa HUANCA KIDS (F1 – A3)
DEBILIDADES	DO	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevo centro de entretenimiento 2. Tener poca capacidad de negociación con los proveedores. 3. Costo de implementación elevado 4. No tenemos posicionamiento de la marca en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar curso de educación infantil para obtener el mayor conocimiento del rubro. (D1,D4 – O3,O1) • Realizar marketing digital (redes sociales para llegar de manera efectiva al cliente) (D1 – O1 , O4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar lazos de confianza con socios estratégicos (proveedores) (D2 – A4) • Realizar la técnica cualitativa (focus group) continuamente para mejorar el servicio. (D4 – A1)

Elaboración: Propia

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. Análisis del MACROENTORNO

El sector de entretenimiento infantil viene creciendo, pues ya casi en todos los centros comerciales de Lima y provincia encontramos uno, con gran afluencia de público (El comercio 2011).

Por otro lado, según un estudio realizado por Arellano Marketing el consumidor peruano destina el 5% de su ingreso familiar al entretenimiento. Así mismo, el Dr. Rolando Arellano, en su artículo “La Peruana de Hoy”, afirma que la mujer es quien decide qué tipo de productos y servicios consumirá la familia (Arellano Marketing b 2011).

2.1.1 Factores Económicos

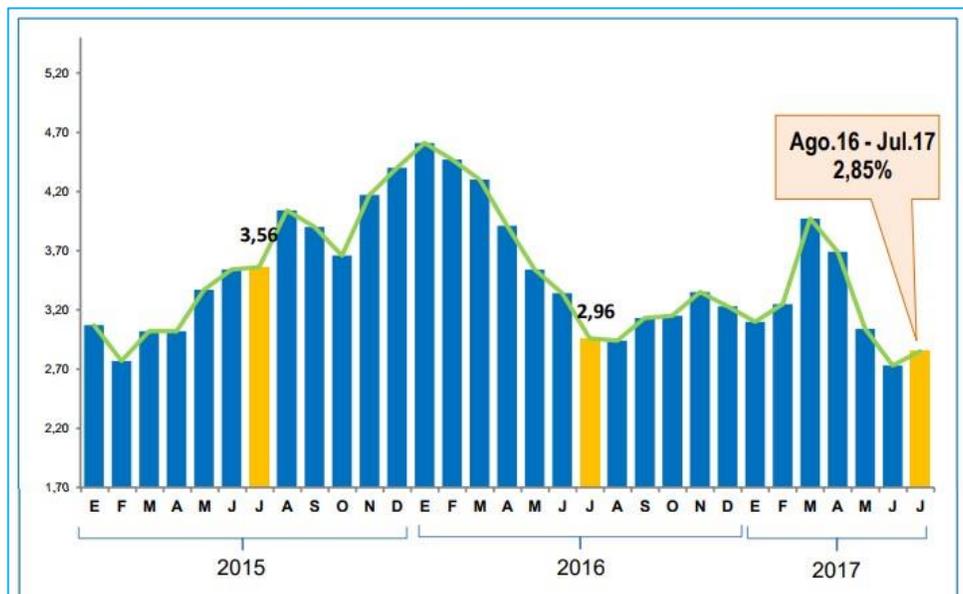
Principales Actividades Económicas. La población Económicamente activa del Área Urbana del distrito de Huancayo está conformada por 43,894 habitantes de los cuales el 24.01% se dedica a la actividad comercial, el 21.45% trabajan como peón o vendedores ambulantes, el 18.56% tienen la ocupación de profesionales, 9.24% tienen la ocupación de obreros en minas o manufactura, 9.17% tienen la ocupación de obreros de construcción y el 17.58% se dedican a otras ocupaciones. (INEI – 2017)

Según la encuesta de expectativas macroeconómicas del Banco Central de la Reserva (BCR), a diciembre del 2016, los principales analistas económicos proyectaban un crecimiento de 4,0% del PBI para el 2017. Sin embargo, el escándalo de corrupción a raíz del destape de las operaciones de Odebrecht, el fenómeno de El Niño costero y el lento avance de la inversión pública y privada golpearon el crecimiento. Como consecuencia, hoy se espera que el crecimiento del 2017 haya cerrado en 2,7% aproximadamente.

Por otro lado, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) anuncia su nuevo estimado de crecimiento del PBI nacional este año de 3,6%. el cual permitiría alcanzar las previsiones tanto de este año como hacia el bicentenario. Para el 2021, se proyecta llegar a

un crecimiento del 5% y haber cumplido con la reducción del déficit fiscal a 1% del PBI. (Fuente: Diario el comercio).

Gráfico N°4 Variación De Índices De Precios Al Consumidor



Fuente: Instituto nacional de estadística e informática (2017)

2.1.2 Factores Socioeconómicos

El principal problema que está enfrentando el Perú es la pobreza. Hace diez años, aproximadamente una de cada dos personas en el Perú vivía por debajo de la línea de la pobreza monetaria, al cierre del 2016 el porcentaje de la población peruana en situación de pobreza extrema paso del 4.1% en el 2015 al 3.8% en el 2016. Por ello representa una reducción del 0.3 puntos porcentuales que equivalen a los 70,000 peruanos que salieron de la pobreza extrema según datos del (INEI) La cadencia natural que viene haciendo el Perú no va a hacer lo suficiente para seguir mejorando, ya que se tiene una clase media emergente que es vulnerable y que ante cualquier eventualidad como el fenómeno del niño costero se puede volver a la pobreza.

A nivel de las tres regiones, la sierra concentra la mayor parte de la pobreza extrema del 8.3% de la población, seguidamente esta la selva del 6.5%.

La región de Junín se encuentra con una pobreza inferior al 12% manifestando un crecimiento económico y la mejora de condiciones de vida para los pobladores.

Por otro lado, un aspecto que se ha ido desarrollando actualmente en el país es la inseguridad social, este problema está atacando a todos desde personas naturales hasta jurídicas de todos los niveles socioeconómicos que podemos encontrar, desde robos hasta extorsiones, esto es un aspecto importante que notar: “la violencia se está convirtiendo en el principal rasgo característico de nuestro país”. (Sifuentes, 2016)

Desde el presente año bajo la presidencia del presidente Pedro Pablo Kuczynski se han diversos conflictos sociales a inicios del 2017 se reportaron 2013 y estos en un sector en especial, la minería. “De los 213 conflictos actuales, el 69.5% (148) son de carácter socio ambiental. La mayoría de los casos está directamente vinculada con la actividad minera”. (Diario la república, 2017)

2.1.3. Factores Políticos y Legales

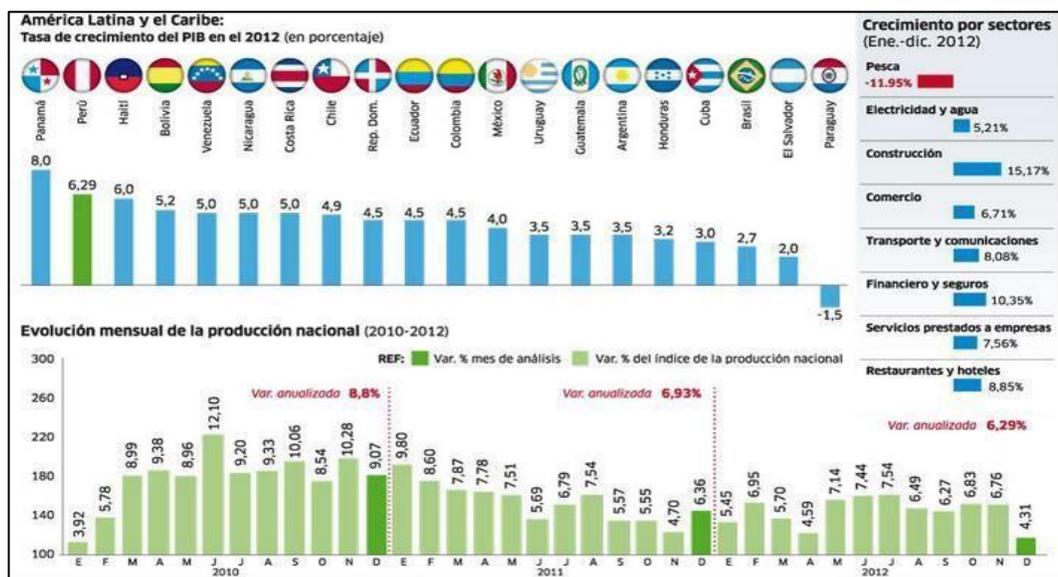
El Perú ha estado atravesando por un panorama económico luego del autogolpe de estado que se dio en el año 1992 que fue efectuado por el presidente del Perú Alberto Fujimori.

Según Christine Lagarde, 2016 el Perú ha estado sufriendo cambios (reformas) para la mejora de la economía, en donde muchos autores ven al Perú como un país de crecimiento.

Según el Banco Mundial, 2017 la política fiscal sigue siendo prudente a pesar de los déficits que ha aumentado en los últimos años recientes. El mayor déficit proviene de la disminución de los ingresos en consecuencia a la desaceleración económica.

Tenemos una política económica de libre mercado el cual viene atravesando por un momento de crecimiento continuo por más de dos décadas.

Gráfico N°5 Crecimiento Económico del Perú



Fuente: (CEPAL, INEI – 2012)

2.1.4. Factores Tecnológicos.

Según Edwin Maraví Pérez, director de C. Java Actualmente el Perú es uno de los países con menores índices de innovación, puesto que no aparecemos en el cuadro de tecnologías e innovación del mundo.

El Perú viene logrando aumentar su capacidad e integración a nivel de desarrollo tecnológico en cuanto a las actividades de ciencias, tecnología e innovación, pues desde el 2016 la inversión en el Perú para investigación y desarrollo superó los 5000 millones de soles dando existencia de más de 1000 centros de investigación en todo el país.

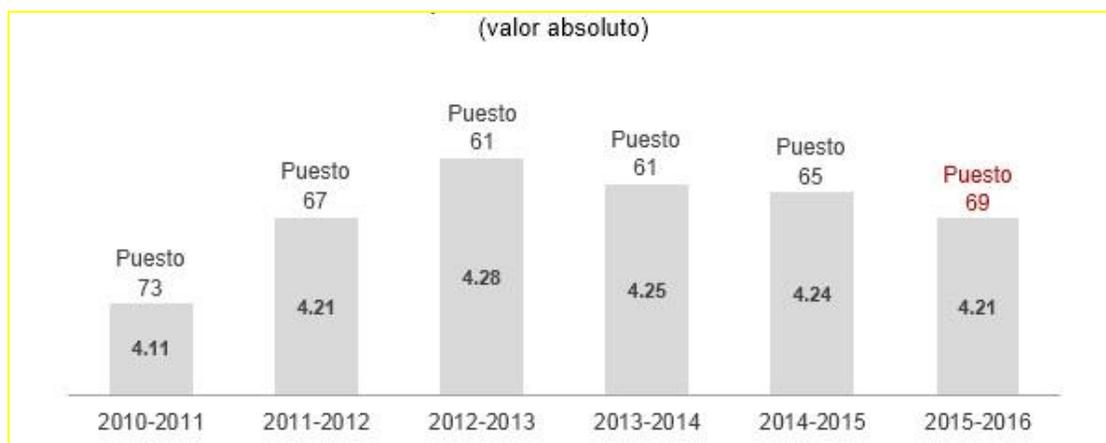
De forma interna se pudo observar que la provincia de Junín para el 2015 gastó el 1.2% del PBI en investigación y desarrollo. (Fuente: Cenideci - 2016)

En el Perú se vienen realizando una feria importante llamada: **Perú con Ciencia**, la más importante feria científica a nivel nacional organizada por el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC, con el objetivo de mostrar los últimos proyectos de innovación y desarrollo tecnológico trabajados en el país por empresas, institutos de investigación y las universidades.

Perú con Ciencia exhibe más de 100 proyectos e involucra a niños y jóvenes de todos los departamentos del país. Este evento se realiza en el marco de la Semana Nacional de la Ciencia, dispuesta en el 2011 por Ley N° 28673, con el objetivo de promover el desarrollo científico y tecnológico del país. (Fuente: CONCITEC 2016).

Bajo esta premisa queremos poner a disposición de los niños el uso de pizarras digitales dentro de nuestro centro de entretenimiento para reforzar la coordinación, el razonamiento lógico y la capacidad de decisión en diversas actividades.

Gráfico N°6 Índice De Competitividad Global En Perú 2010-2016



Fuente: World Economic Fórum (2016)

2.1.5. Factores Ambientales

Se ha tomado como prioridad el cuidado del medio ambiente, el reciclaje y la reutilización de los recursos por la sociedad moderna. La cultura del reciclaje toma interés en el sector minero siendo así la actividad principal de nuestro país.

Cabe recalcar que este factor no es índice de nuestro proyecto, pero lo tomamos con la mayor prioridad en enseñar a los niños al cuidado del medio ambiente en que son el futuro de nuestro país. A pesar de no participar dentro de este factor daremos a conocer el proceso productivo del reciclaje y la reutilización como cultura educativa en que la estamos involucrados.

Como empresa somos conscientes del gran impacto que tiene la contaminación al medio ambiente por ello tomaremos en consideración lo dispuesto por la LEY N° 28611 - Ley **general del Ambiente en sus Artículos**:

Artículo 47.- Del deber de participación responsable dice: 47.1 Toda persona, natural o jurídica, tiene el deber de participar responsablemente en la gestión ambiental, actuando con buena fe, transparencia y veracidad conforme a las reglas y procedimientos de los mecanismos formales de participación establecidos y a las disposiciones de la presente Ley y las demás normas vigentes.

Artículo 113.- De la calidad ambiental 113.1 Toda persona natural o jurídica, pública o privada, tiene el deber de contribuir a prevenir, controlar y recuperar la calidad del ambiente y de sus componentes.

2.2. Análisis del MICROENTORNO

2.2.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Michael Porter

Según Michael Porter “Comprender las fuerzas competitivas, así como sus causas subyacentes, revela los orígenes de la rentabilidad actual de una industria al tiempo que nos ofrece un marco para anticipar e influir en la competencia y la rentabilidad a lo largo del tiempo. Esta comprensión de la estructura de una industria es fundamental para lograr un posicionamiento estratégico efectivo, ya que defenderse de las fuerzas competitivas y moldearlas en beneficio de la propia empresa son aspectos cruciales de la estrategia”

2.2.1.1 “Nuevos Competidores”

La Amenaza De Nuevos Competidores es identificada como **medio alta**, ya que existen barreras de entrada que impiden el ingreso de nuevos competidores, tales como diferenciación del producto e identificación de la marca, los cuales se califican como obstáculos importantes para nuevos competidores, esto significa que las empresas ya establecidas gozan de identificación de marca y lealtad de los consumidores, obtenidas por

medio de publicidad, el servicio al cliente o simplemente por haber sido los primeros en entrar al mercado.

Somos conscientes de que no estamos solos en el negocio en el cual vamos a enrumbar ya que las familias huancaínas también podrían elegir otros lugares como:

- ✓ Los nidos – guarderías.
- ✓ Pollerías con juegos infantiles
- ✓ Los parques públicos de diversión infantil

2.2.1.2 “Poder De Negociación De Los Proveedores”

El Poder De Negociación De Los Proveedores **es medio**, debido a que el tipo de elementos o equipos para la prestación del servicio debe contar con especificaciones que garanticen la seguridad de los visitantes al local. La aparición de diversos proveedores nos conlleva a nosotros como compradores a elegir a quien compraremos y por ende a nuestros proveedores reducir el precio de sus productos.

2.2.1.3 “Rivalidad entre competidores existentes”

La rivalidad entre competidores en la actualidad es **alta** ya que existen dos centros de diversión más predominantes y que se han hecho de renombre, cada uno con locales en diversas ciudades del país y conocedores por años del sector:

Competidor Directo: La Empresa YUKIDS.

2.2.1.4 “Poder de Negociación de los Clientes”

El Poder De Negociación De Los Clientes en la industria analizada es **baja** ya que en la actualidad existen empresas de entretenimiento infantil muy bien posicionadas las cuales ya operan y a las cuales el cliente ya accede, esto nos permite a nosotros a utilizar estrategias que atraiga a nuestros clientes y conozcan nuestro servicio.

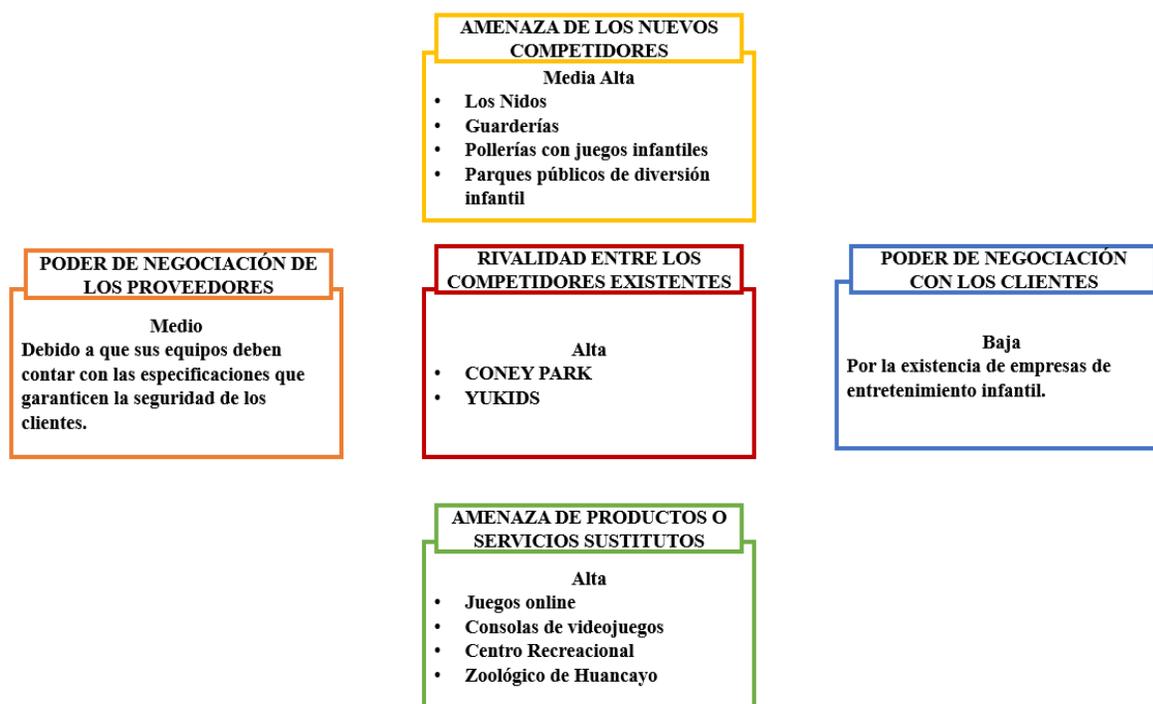
2.2.1.5 “Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos”

La Amenaza de Productos Sustitutos **es alta**, sin embargo, en la medida en que los centros recreacionales puedan diseñar productos con características similares a las de un centro de entretenimiento infantil, en donde puedan disfrutar de atracciones dirigidas para todo tipo de edades y servicios exclusivos para atraer un mayor número de visitantes, es posible que la amenaza se torne positiva.

No podemos ser ajenos a los diversos productos sustitutos que encontramos en el mercado como:

- Juegos en red y online (Dota)
- Consolas de videojuegos (PlayStation, etc.)
- Centro recreacional de Huayucachi
- Zoológico de Huancayo

Gráfico N°7 Análisis de las 5 Fuerzas de Michael Poter



Elaboración: Propia

2.2.2 Perfil de los Clientes o consumidores

Variable Geográfica

País: Perú

Región: Junín

Ciudad: Huancayo

Habitantes: 13702

Variable Demográfica

MADRES

✓ Edad : 25 a 45 años

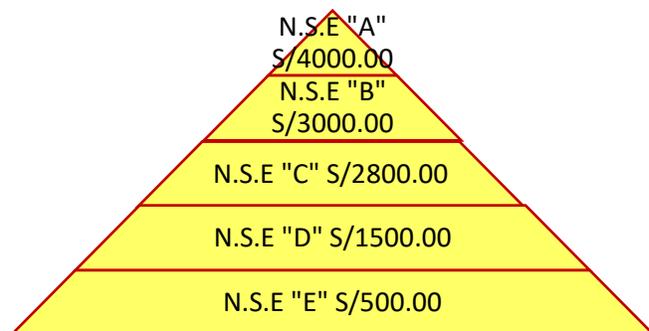
✓ Género : Femenino

NIÑOS

✓ Edad : 3 a 12 años

✓ Género : Femenino y Masculino

Ingreso Promedio Mensual



Fuente: APEIM – 2017

Variable Psicográfica:

Estilos de Vida:

Modernas (os)

Progresistas

Interés: Visita a lugares seguros

Variable Conductual:

Búsqueda de Beneficio: Pasar momentos gratos.

2.2.3 Perfil de Competidores

Competencia Directa:



Ubicada en Av. Ferrocarril N° 146 – 150, esp. con Prolongación San Carlos N° 136, LC – 61, Huancayo, Junín)

La empresa tiene 14 años en la participación de mercado en entretenimiento familiar.

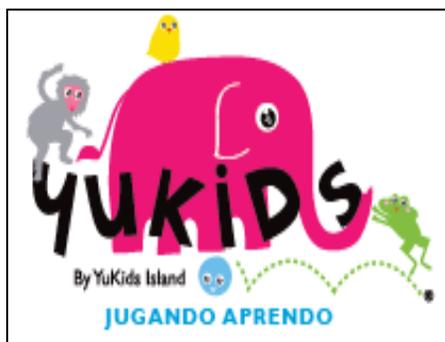
Cuenta con más de 70 locales dentro de los centros comerciales a nivel nacional, el cual ofrece:

- Juegos mecánicos (carritos chocones, carruseles, samba ballon 2)
- Juegos electromecánicos (kiddies)
- Simuladores (mesas de aire, videos, sillones masajeadores)

Tabla N°2 Precio de la Competencia **CONEY PARK**

Recarga	Uso de frecuencia
S/5.00	Por 1 juego
S/10.00	Por 2 juegos
S/15.00	Por 3 juegos
S/20.00	Por 4 juegos
S/30.00	Por 6 juegos

Elaboración: Propia



Ubicada en Av. Ferrocarril N° 146 – 150, esq. con Prolongación San Carlos 136, Huancayo, Junín)

Empresa de parque de entretenimiento infantil para niños de 7 meses a 9 años. Ofrece:

- 13 estaciones innovadoras
- Sala de cumpleaños

Yukids cuenta con 20 locales dentro de los centros comerciales.

Tabla N°3 Precio de la competencia **YUKIDS**

Por 30 minutos	S/14.90
Por 1 hora	S/29.90

Elaboración: Propia

2.2.3.1 Análisis del FODA de la Competencia:

Tabla N°4 Análisis del FODA de la Competencia

	FORTALEZA <ul style="list-style-type: none"> • Animación de eventos infantiles con énfasis en espectáculos exclusivo. • Redes de contactos con sus clientes potenciales. • Amplia gama de juegos de diversión para niños y jóvenes. 	DEBILIDAD <ul style="list-style-type: none"> • Espacio de local no muy amplio. • Falta de infraestructura propia. 	
	OPORTUNIDAD <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación de fácil acceso. • Diferenciación de segmentos y niveles socioeconómicos que demanda el servicio. • Marca posicionada en el mercado. • Mercado amplio y en crecimiento. 	AMENAZA <ul style="list-style-type: none"> • Llegada de otros centros de entretenimiento temporales (PLAY LAND PARK) 	
		FORTALEZA <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la necesidad de sus clientes potenciales. • Marca posicionada en el mercado peruano. • Respaldo por ser una empresa japonesa, operando en 13 países de Latinoamérica con su objetivo de expansión global. 	DEBILIDAD <ul style="list-style-type: none"> • Falta de infraestructura propia. • Infraestructura pequeña.
		OPORTUNIDAD <ul style="list-style-type: none"> • Nicho de mercado en constante crecimiento. • Alianza con los centros comerciales. • Promociones variadas de las redes sociales. 	AMENAZA <ul style="list-style-type: none"> • Creación de parques infantiles lo que puede saturar el mercado. • Competencia directa CONEY PARK

Elaboración: Propia

2.2.4 Perfil de Proveedores

➤ Grap Kids

Tabla N°5. Información Básica Del Proveedor

Información básica del proveedor	
Ubicación	Teodoro Cardenas 781, urb. Santa Beatriz, Cercado de Lima, Lima
Tipo de negocio	Fabricación / Comercialización
Producto / servicio	Fabricante y comercialización de juegos infantiles con diseños nuevos y excelente acabado, tales como: <ul style="list-style-type: none"> - Casitas de madera para niños - Columpios infantiles - Toboganes infantiles - Juegos de mesa - Play Ground

Elaboración: Propia

➤ Didactic House

Tabla N°6. Información Básica Del Proveedor

Información básica del proveedor	
Ubicación	Jr. Puno 655 – interior G, frente a la galería Balcón Plaza, Cercado de Lima, Lima
Tipo de negocio	Comercialización
Producto / servicio	Comercializador de marcas en juegos didácticos para estimulación temprana y desarrollo de los niños.

Elaboración: Propia

➤ **Crecer Jugando**

Tabla N°7. Información Básica Del Proveedor

Información básica del proveedor	
Ubicación	Av. Alfredo Mendiola, 725 – piso 2 – San Martín de Porres – Lima – Lima
Tipo de negocio	Comercialización
Producto / servicio	Comercializador mayorista y minorista de juguetes didácticos y psicomotriz infantil.

Elaboración: Propia

➤ **Abofire Equipments Co.**

Tabla N°8 Información Básica Del Proveedor

Información básica del proveedor	
Ubicación	Av. 9 de diciembre N° 266, Lima – Perú
Tipo de negocio	Seguridad
Producto / servicio	Ofrece servicios de seguridad de sistemas contra incendios, extintores, luces de emergencias y señalización.

Elaboración: Propia

➤ **Duraplast**

Cuadro N°9 Información Básica Del Proveedor

Información básica del proveedor	
Ubicación	Calle Víctor Reynel 766 Alt. Cdra. 22 Av. Argentina, Lima
Tipo de negocio	Fabricación y comercialización
Producto / servicio	Fabricante y comercializador de líneas de productos para el hogar, industria. También ofrece una línea de productos infantil.

Elaboración: Propia

➤ **Gastronomic Fruits**

Tabla N°10. Información Básica Del Proveedor

Información básica del proveedor	
Ubicación	Jirón Pacto Andino 214 Chorrillos, Lima 09 - Perú
Tipo de negocio	Comercialización
Producto / servicio	Comercializa productos elaborados a base de frutas sabrosas y exóticas de nuestro país.

Elaboración: Propia

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.3. Estudio del mercado

La investigación de mercado realizado es el tipo exploratorio (ya que nos permite indicar la parte cualitativa de nuestro perfil de clientes) y de tipo concluyente (ya que nos permite en forma cuantitativa determinar la demanda y el tamaño de nuestra de oportunidad).

La hipótesis usada fue:

¿Habrá mercado, demanda para el lanzamiento e implementación de un centro de entretenimiento para los niños entre 3 a 12 años en la ciudad de Huancayo y aceptación de la madre?

Objetivo:

Determinar la demanda potencial, mercado objetivo para el lanzamiento e implementación de un centro de entretenimiento infantil para niños de 3 a 12 años de la ciudad de Huancayo y la aceptación de la madre.

Fuentes y técnicas utilizadas:

Fuentes: primarias (forma directa) y secundarias (información sacada en instituciones públicas o privadas) se detallan a continuación:

Técnicas Cualitativas: Observación, Entrevistas a profundidad.

Técnicas Cuantitativas: A través de encuestas presenciales.

3.3.1 Perfil del Cliente Objetivo:

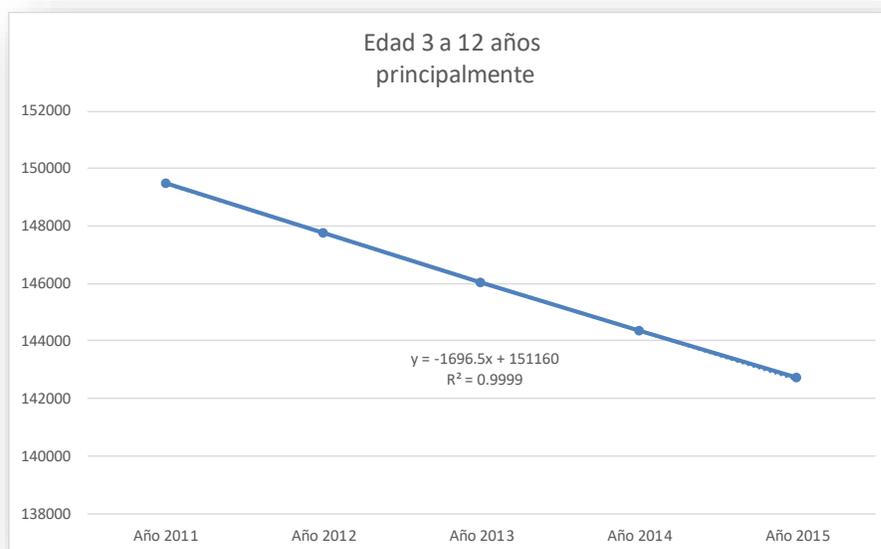
Nuestro público consumidor final representan los niños entre los 3 y 12 años principalmente que viven en la ciudad de Huancayo según el INEI la población al año 2018 (realizando una proyección para este año) se obtuvo lo siguiente:

Tabla N°11 Proyección edad de 3 a 12 años para el año 2018

Fuente: INEI	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Años 2016	Año 2017	Año 2018 (proyectado)
Edad 3 a 12 años principalmente	149494	147755	146041	144348	142715	140981	139284.5	137588

Elaboración: Propia con base a INEI - 2017

Gráfico N°8 Tendencia del tiempo con respecto a la edad de 3 a 12 años



Elaboración: Propia

Una vez identificado el número de niños entre 3 a 12 años, se le considero el NSE A – B el cual representa el 12.4%.

Menores de 3 a 12 años pertenecientes al NSE A – B = $137588 * 0.124 = 17,061$ niños entre 3 a 12 años.

Gráfico N°9 % de Nivel Socioeconómico de la Región Junín

Apeim
Asociación Peruana de Empresas de Inversión y Marketing

DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS SEGÚN NSE 2017 - DEPARTAMENTO (URBANO)

DEPARTAMENTO	PERSONAS - NIVEL SOCIOECONÓMICO - URBANO (%)				
	TOTAL	AB	C	D	E
Amazonas	100%	7.1	21.4	31.4	40.1
Ancash	100%	12.7	38.7	31.8	16.8
Apurímac	100%	5.1	18.9	34.4	41.6
Arequipa	100%	19.1	35.9	31.5	13.5
Ayacucho	100%	6.2	18.9	27.3	47.6
Cajamarca	100%	11.8	23.3	34.8	30.1
Cusco	100%	12.2	26.9	29.1	31.8
Huancavelica	100%	6.0	20.8	35.2	38.0
Huanuco	100%	12.8	26.9	29.9	30.4
Ica	100%	14.9	40.2	34.2	10.7
Junin	100%	12.4	29.8	33.2	24.6
La Libertad	100%	12.8	24.0	32.4	30.8

APEIM 2017: Data ENAHO 2016 25

Elaboración: APEIM (2017)

Sin embargo, hay que considerar que el cliente primario, es decir quien decide la compra a pagar por el servicio en este rango de edades de los menores son las madres principalmente.

Para ello se considera que la Tasa de Fecundidad en la ciudad de Huancayo es de 2.69 según el INEI Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Sexo y Grupos Quinquenales de Edad 1995 – 2005 Boletín de Análisis Demográfico N° 37.

Gráfico N°10 Tasa Global de Fecundidad según la Región de Junín

CUADRO N° 3
PERÚ: TASA GLOBAL DE FECUNDIDAD, SEGÚN DEPARTAMENTO, 2010-2025

Departamento	2010-2015	2015-2020	2020-2025
Perú	2,38	2,22	2,10
Costa /			
Ica	2,21	2,08	1,98
La Libertad	2,34	2,16	2,02
Lambayeque	2,18	2,04	1,96
Moquegua	2,01	1,90	1,86
Piura	2,66	2,46	2,29
Tacna	2,07	1,97	1,91
Tumbes	2,16	2,04	1,96
Sierra			
Áncash	2,63	2,42	2,30
Apurímac	3,10	2,83	2,62
Arequipa	2,00	1,93	1,88
Ayacucho	3,24	2,90	2,65
Cajamarca	2,67	2,40	2,27
Cusco	2,58	2,35	2,22
Huancavelica	4,01	3,54	3,13
Huánuco	3,01	2,82	2,65
Junín	2,89	2,69	2,49
Pasco	2,92	2,66	2,50
Puno	2,78	2,57	2,43

FUENTE: INEI (2015)

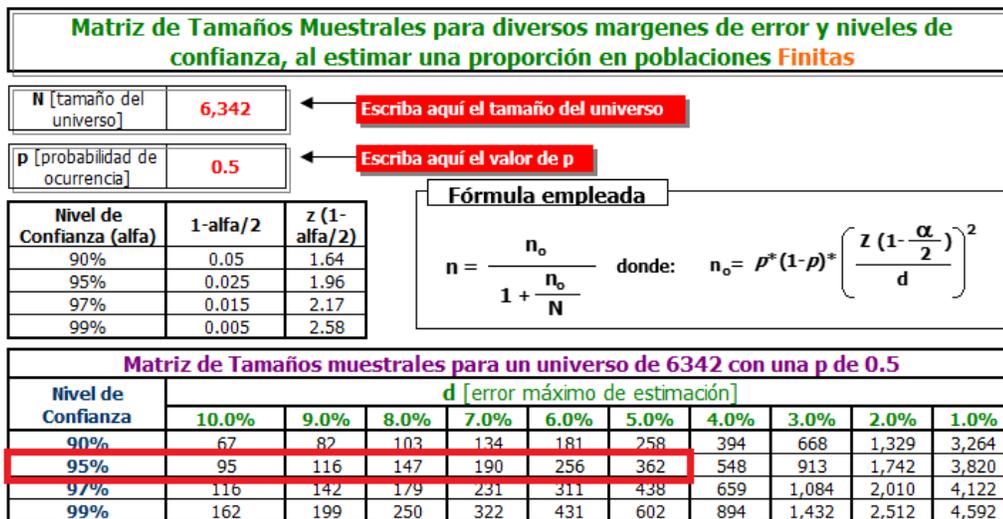
Lo cual representaría 17061 niños entre 3 a 12 años entre la tasa de fecundidad de 2.69 nos da **6342 madres** que cuentan con hijos del rango de edad seleccionado.

Por lo tanto, la encuesta a realizar se centrará en las madres que viven en la ciudad de Huancayo y que tienen hijos en este rango de edad.

Previamente se hizo un pre-test (100 madres) para determinar la probabilidad de éxito, haciendo una pregunta sobre **el interés en este tipo de servicios de entretenimiento.**

Obteniendo que la probabilidad es del 50%. Por ende, el tamaño de la muestra de tipo finita con el $p = 0.5$ (éxito) y el $q = 0.5$ (fracaso), nivel de confianza es del 95% y el margen de error del 5% corresponde a 362 encuestas.

Gráfico N°11 Tamaño Muestral



Fuente: ZEGEL IPAE

CALCULO DEL MERCADO POTENCIAL

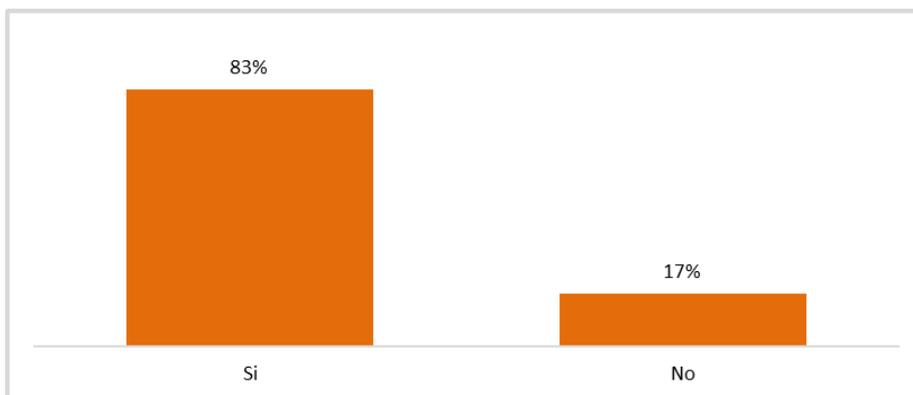
Para el cálculo del **Mercado Potencial** se formuló en las encuestas la siguiente pregunta.

1. ¿Acude a centros de entretenimiento Infantil?

Si.....

No.....

Gráfico N°12 % de personas que acuden a Centros de Entretenimiento



Elaboración: Propia

La gráfica nos refleja que 300 madres encuestadas respondieron que “SI” acuden a Centros de Entretenimiento Infantil las cuales representan el 83% del total de las encuestas.

Entonces: $6342 \text{ madres} \times (83\%) = 5264 \text{ madres}$ acuden a centros de diversión infantil.

➤ **5264 madres es Nuestro Mercado Potencial**

CALCULO DEL MERCADO DISPONIBLE

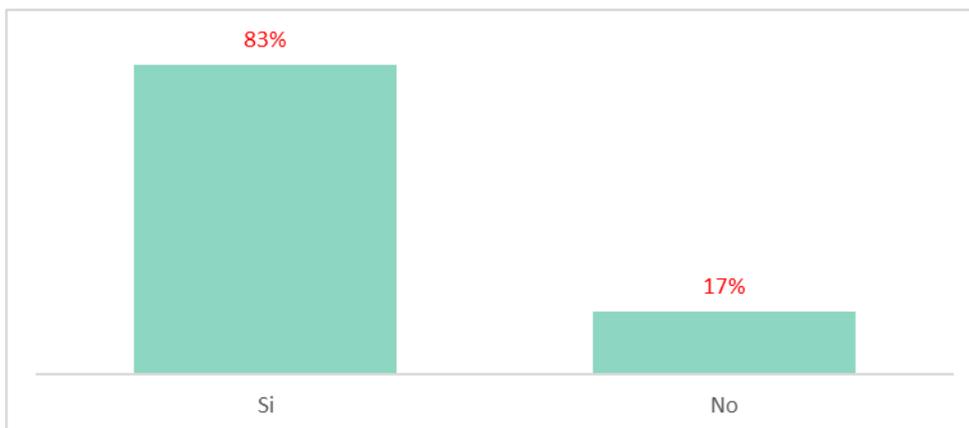
Para el cálculo del **Mercado Disponible** se formuló en las encuestas la siguiente pregunta.

10. Si **Huanca kids**, un nuevo centro de entretenimiento para niños de 3 a 12 años, le ofrece un servicio atractivo para sus hijos y cómodo para Usted, ¿consideraría probarlo?

Si.....

No.....

Gráfico N°13 % de personas que probarían nuestro servicio



Elaboración: Propia

La gráfica nos refleja que 300 madres encuestadas respondieron que “SI” probarían nuestro servicio de Entretenimiento Infantil las cuales representan el 83% del total de las encuestas.

Entonces: $5264 \times (83\%) = 4369$ Personas probarían nuestro servicio

➤ **4369 personas es Nuestro Mercado Disponible**

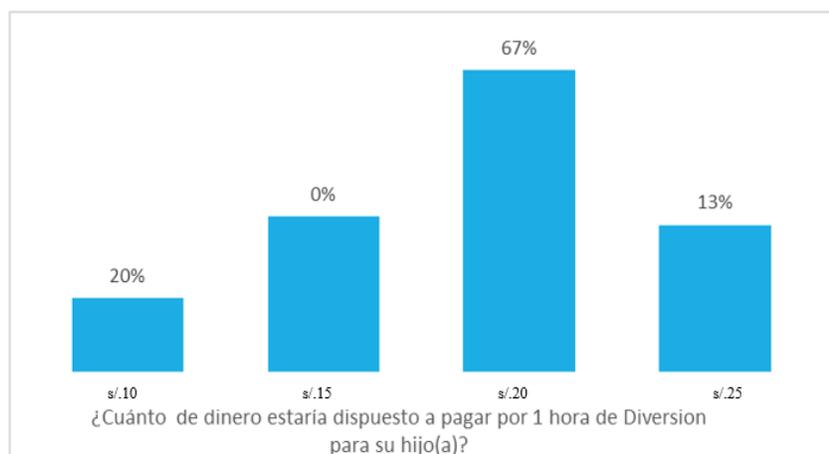
CÁLCULO DEL MERCADO EFECTIVO

Para el cálculo del **Mercado Efectivo** se formuló en las encuestas la siguiente pregunta.

8. ¿Cuánto de dinero estaría dispuesto a pagar por una hora de diversión para su hijo?

- A. 10 soles
- B. 15 soles
- C. 20 soles
- D. 25 a más.

Gráfico N°14 % de personas que están dispuestos a pagar por nuestro servicio



Elaboración: Propia

La gráfica nos refleja que las madres a ser consideradas para el mercado Efectivo son las que pagarían S/20.00 soles las cuales representan al $67\% + 13\% = 80\%$ del total de los encuestados.

Entonces: $4369 \times (80\%) = 3495$ Personas

➤ **3495 personas es Nuestro Mercado Efectivo**

CALCULO DEL MERCADO OBJETIVO

Para la determinación del mercado Objetivo se han considerado:

a.- Capacidad instalada basada en el aforo de nuestro local.

Total de aforo: 100 niños

b.- Concurrencia de clientes para un primer año, en base a la técnica de observación en referencia a la oferta.

Tabla N°12 Total de Clientes Atendidos a la Semana

Horario de atención	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Total de clientes atendidos semana
10:00 - 14:00 horas	5	8	8	8	15	20	25	85
15:00 a < 20:00 horas	14	15	18	18	48	48	54	213
								298
TOTAL 298 x 4 = 1192								

Elaboración: Propia

Tabla N°13 Cuadro Resumen

MERCADO POTENCIAL	5264
MERCADO DISPONIBLE	4369
MERCADO EFECTIVO	3495
MERCADO OBJETIVO	Nuestro mercado objetivo representa el 34% del mercado Efectivo.

Elaboración: Propia

3.3.2 Segmentación del mercado objetivo

3.3.2.1 Análisis de la demanda

Formula:

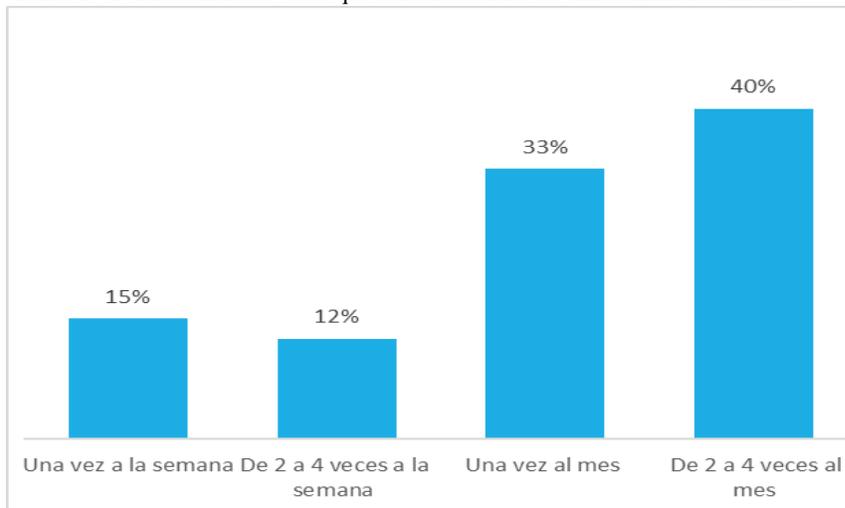
$$\text{Demanda Potencial} = \text{N}^\circ \text{ Total del Mercado Objetivo} \times \text{N}^\circ \text{ de hijos} \\ \times \text{Frecuencia mes} \times 12 \text{ meses}$$

- Determinación de Frecuencia:

Para el cálculo de Frecuencia se formuló en las encuestas con la siguiente pregunta:

2. ¿Con que frecuencia acude a estos centros de entretenimiento Infantil?
- A. Una vez a la semana
 - B. De 2 a 4 veces a la semana
 - C. Una vez al mes
 - D. De 2 a 4 veces al mes
 - E. De 1 a 2 veces al año

Gráfico N°15 Frecuencia de veces que asisten a centros de entretenimiento Infantil



Elaboración: Propia

Tabla N°14 Frecuencia de veces al Mes

FRECUENCIA			
Opciones	Cantidad Anual	Porcentaje	Ponderado
Una vez x semana	48	15%	7.2
2 a 4 veces x semana	144	12%	17.28
1 vez al mes	12	33%	3.96
2 a 4 veces al mes	36	40%	14.4
Frecuencia Anual	42.84		
Al Mes	3.6		

Elaboración: Propia

Por lo tanto:

- Demanda Potencial = (1192 madres x 2.69 cantidad de hijos por madres) x 4 veces al mes x 12 meses

Demanda Potencial = **153911 niños entre 3 a 12 años** que forman parte de mi segmento, que están interesados y pueden pagar.

3.3.2.2 Análisis de la oferta

Para determinar la Oferta se desarrolló la Técnica de observación de afluencia de público que compra el servicio de las dos competencias más importantes para ello se utilizó el siguiente formato:

Tabla N°15 Frecuencia de consumo del público a la competencia.

CONEY PARK (HORARIO DE ATENCIÓN)	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM	TOTAL, DE CLIENTES ATENDIDOS
11 AM a 13 PM.	15	20	30	35	35	50	70	255
14 a 18 PM	20	30	35	40	50	70	80	325
19 a 22 PM	30	40	45	50	70	80	100	415
TOTAL								995
YUKIDS (HORARIOS DE ATENCIÓN)	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM	TOTAL, DE CLIENTES ATENDIDOS
11 AM a 13 PM.	10	15	18	18	18	20	25	124
14 a 18 PM	15	20	25	30	35	40	55	220
19 a 21 PM	10	15	18	20	25	35	40	163
TOTAL								507

Elaboración: Propia

El cuadro nos muestra la frecuencia de compra, los días y horarios que más acuden a estos centros de entretenimiento.

Tabla N°16 Cantidad de Público al mes

Empresas	Semanas	Meses	N° de Clientes al mes
Coney Park		4	$995 \times 4 = 3980$
Yukids		4	$507 \times 4 = 2028$
Total			6008 niños al mes

Elaboración:

Propia

Gráfico N°16 Tasa de crecimiento poblacional de Huancayo al 2014

(Fuente: INEI - Censos Nacionales 11 de Julio 2014 - Población y Vivienda).

- Población 2007	: 361,014 habitantes
- Tasa de Crecimiento	: 1.05 %
- Densidad poblacional al 2007	: 488.32 Habitantes/Km ²
- Población por Género:	

Fuente: INEI (2014)

Elaboración: Munic. Huancayo

Tomando en cuenta los datos de la tabla crecimiento poblacional de la ciudad, se estima que esta oferta se incrementara en 1.05% anual, por lo que:

$$\text{Oferta estimada} = (6008 * 1.05\% \text{ anual}) + 6008$$

$$\text{Oferta estimada} = 63 + 6008$$

$$\text{Oferta estimada} = 6071 \text{ niños al mes}$$

$$\text{Oferta estimada} = 6071 \times 12 = 72,852$$

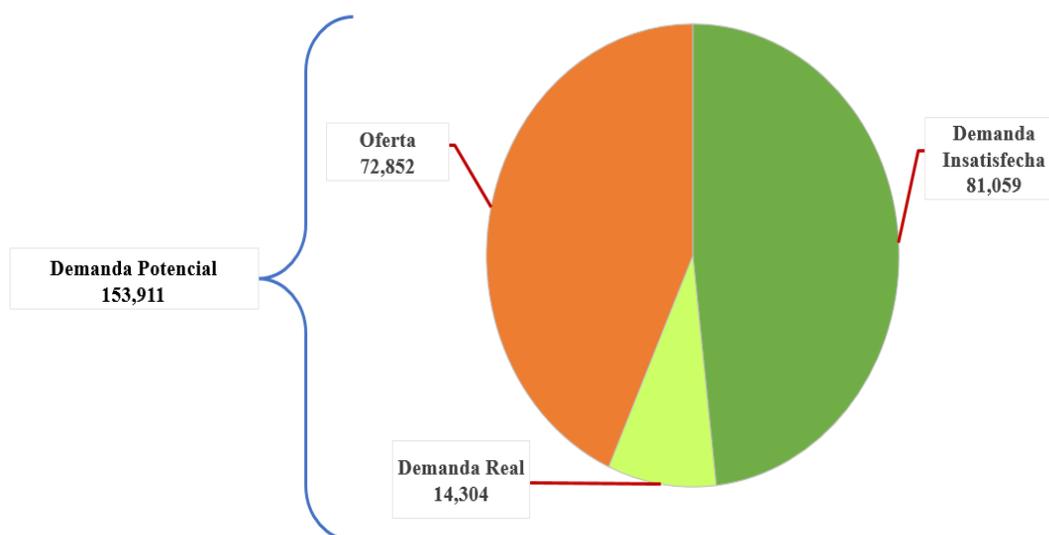
Determinación de la demanda insatisfecha

$$\text{Demanda Potencial} = 153,911$$

$$\text{Oferta estimada} = 72,852$$

<u>Demanda insatisfecha</u>	=	81,059 niños entre 3 a 12 años
------------------------------------	---	---------------------------------------

Gráfico N°17 Resumen



Elaboración: Propia

3.3.3. Estimación de la demanda

3.3.3.1 Determinación del tamaño de la muestra

La encuesta se aplicó en dos centros concurridos (OPEN PLAZA Y REAL PLAZA de Huancayo), estas encuestas fueron dirigidas a madres de familia.

Fórmula utilizada

$$\frac{N^2 \cdot p \cdot q}{((e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q)}$$

Tabla N° 18 Valores de determinación de la muestra

	Valores
n = el tamaño de la muestra	
N = tamaño de la población	6342
k= Nivel de confianza	1.96
p = proporción esperada	0.5
q = 1 – p	0.5
e = Margen de error	5%

Elaboración: Propia

Tabla N°19 Desarrollo de la formula según los valores

	$1.96^{*2} * 0.5 * 0.5 * 6342$
n=	$((0.05^{*2} * 6342) + 1.96^{*2} * 0.5 * 0.5)$
n=	362

Elaboración: Propia

Con la fórmula utilizada se tuvo la cantidad exacta de encuestas que debemos hacer para determinar la viabilidad de nuestro proyecto.

3.3.3.2 Técnica de investigación y tabulación de resultados

Para obtener información importante de nuestro público objetivo se diseñó una encuesta que nos ayudara a realizar mejor nuestra investigación el cual consiste en:

Tabla N°20 Ficha técnica

Concepto	Definición
Población	Madres y padres de la ciudad de Huancayo
Fórmula utilizada	$\frac{N^{*2} * p * q}{((e^{*2} * (N-1)) + k^{*2} * p * q)}$
Tipo de muestra	Muestra aleatoria
Grado de confianza	95%
Grado de error	5%
Nombre de la encuesta	Encuesta de aceptación de apertura de un nuevo centro de entretenimiento de diversión infantil
Numero de preguntas	10
Tipo de grafico	Gráfico de barras, columnas y circular
Número de personas	362
Periodo de encuesta	4/11/2017 al 12/11/2017
Responsables	Maria Chunga Chambergo Kelly Aguilar Tacsá Lina Liliana Tananta Gonzales

Elaboración: Propia

Encuesta de aceptación para determinar la viabilidad y apertura de un nuevo centro de entretenimiento infantil en la ciudad de Huancayo.

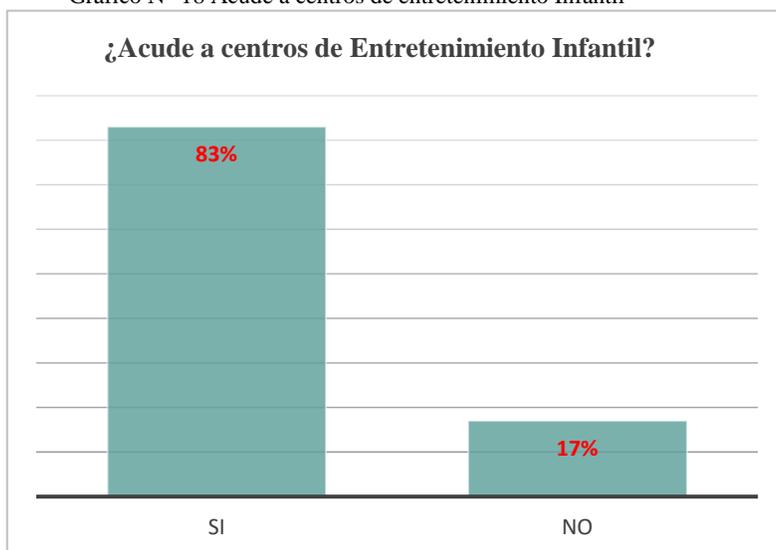


1. ¿Acude a centros de entretenimiento Infantil?
Si..... No.....
2. ¿Con que frecuencia acude a estos centros de entretenimiento Infantil?
 - A. Una vez a la semana
 - B. De 2 a 4 veces a la semana
 - C. Una vez al mes
 - D. De 2 a 4 veces al mes
 - E. De 1 a 2 veces al año
3. ¿Cuál de los siguientes aspectos valora o valoraría más a la hora de escoger un centro de entretenimiento infantil?
 - A. Seguridad
 - B. Cercanía
 - C. Diversión
 - D. Comodidad
4. ¿Considera que la oferta de entretenimiento infantil es suficiente en Huancayo?
Si..... No.....
5. ¿Llevaría a su hijo a un nuevo centro de entretenimiento infantil?
Si..... No.....
6. ¿Qué atracciones le gustaría encontrar?
 - A. Sala de juegos Playground ()
 - B. Sala de dibujo, pintura y juegos didácticos ()
 - C. Sala Interactiva()
 - D. Mini Spa ()
7. ¿Dónde le gustaría que este ubicado este centro de entretenimiento Infantil?
 - A. En la Av. Huancavelica
 - B. En un Centro Comercial
 - C. En la Av. Ferrocarril (al costado del Open Plaza)
 - D. En la Av. Real (al frente del Parque Constitución)

8. ¿Cuánto de dinero estaría dispuesto a pagar por una hora de diversión para su hijo?
- A. 10 SOLES ()
 - B. 15 SOLES ()
 - C. 20 SOLES ()
 - D. 25 a más ()
9. ¿Qué factores consideraría a la hora de confiar su hijo a un centro de entretenimiento infantil?
- A. Seguridad
 - B. Tradición
 - C. Tecnología y Planta física
 - D. Reconocimiento
10. Si **HUANCA KIDS**, un nuevo centro de entretenimiento para niños de 3 a 12 años, le ofrece un servicio atractivo para sus hijos y cómodo para Usted, ¿consideraría probarlo?
- Si..... No.....

ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

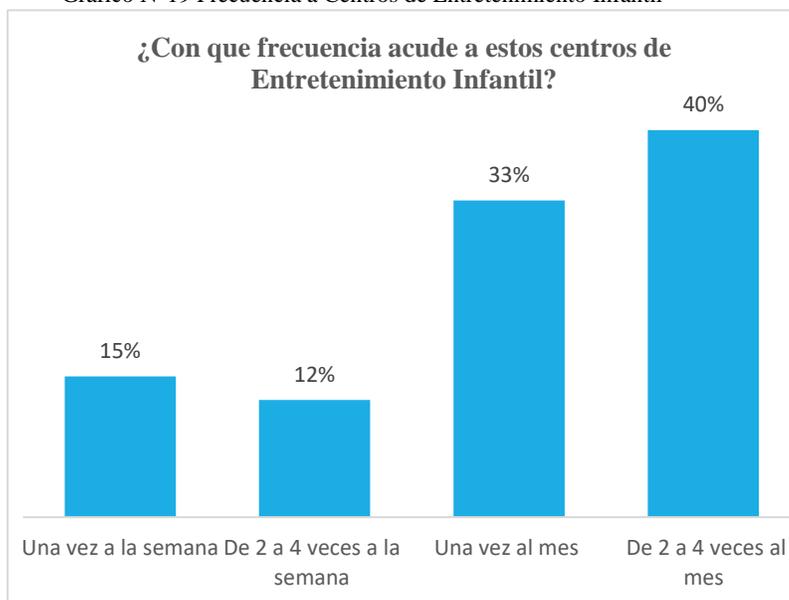
Gráfico N° 18 Acude a centros de entretenimiento Infantil



Interpretación: de los 362 encuestados 300 personas respondieron que SI acuden a centros de entretenimiento infantil los cuales representan el 83 % del total de la muestra.

Elaboración: Propia

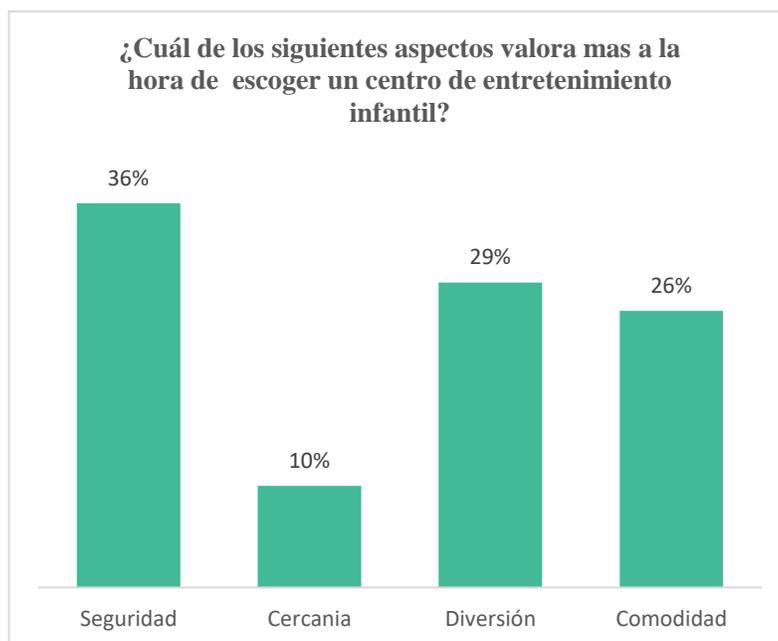
Gráfico N°19 Frecuencia a Centros de Entretenimiento Infantil



Interpretación: El 40% de los encuestados acuden de 2 a 4 veces a la semana y el 33% acude 1 vez al mes a centros de entretenimiento infantil los cuales representan a 145 y 119 personas respectivamente mostrándonos que las personas si acuden con frecuencia a estos lugares.

Elaboración: Propia

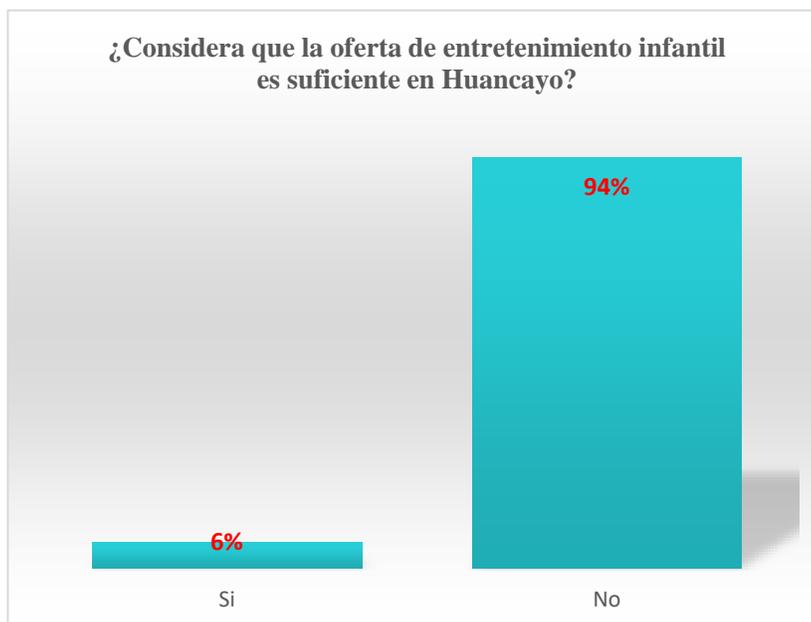
Gráfico N°20 Aspectos que se valora en un centro de entretenimiento infantil



Elaboración: Propia

Interpretacion: El 36% de los encuestados consideran que uno de los aspectos mas importantes para acudir a estos centros es la seguridad, esto nos hace ver que tenemos que considerar ese aspecto como muy importante a la hora de la instalacion de cada uno de los juegos y salas con las cuales contaremos.

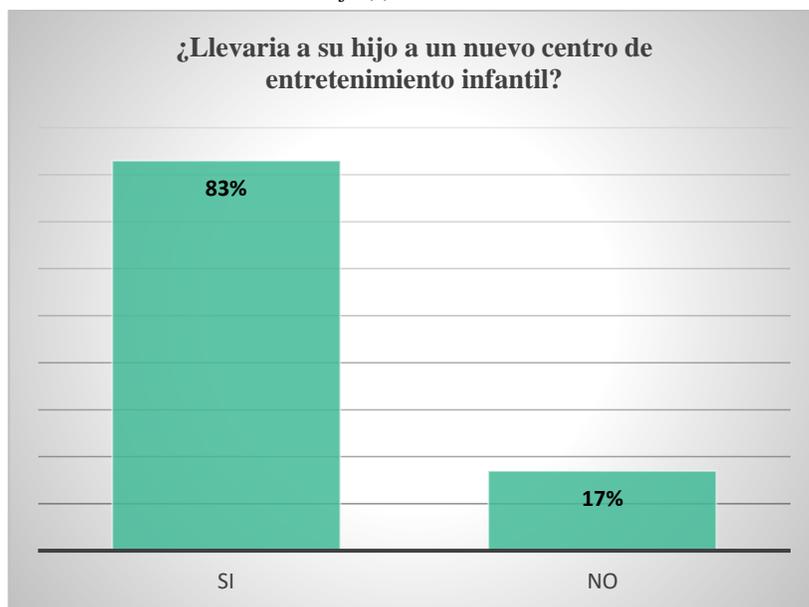
Gráfico N°21 oferta de entretenimiento infantil



Elaboración: Propia

Interpretacion: La grafica nos refleja que en la ciudad de huancayo hay una gran demanda de estos centros de entretenimiento, ya que en la encuesta realizada el 94 % de los encuestados consideran que hay muy pocos lugares de diversion para menores.

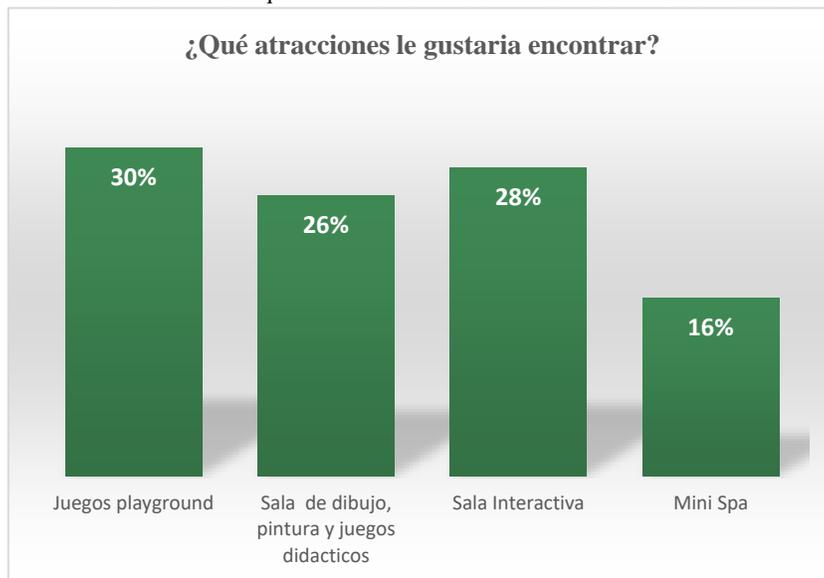
Gráfico N°22 Llevaría a su menor hijo (a) a un nuevo centro de entretenimiento infantil



Elaboración: Propia

Interpretación: de los 362 encuestados 300 los cuales representan el 83%, respondieron que si asistirían a un nuevo centro de entretenimiento, resultando para nosotros una información positiva ya que eso nos hace ver que los huancaínos no son tan reacios al cambio, o probar un nuevo servicio.

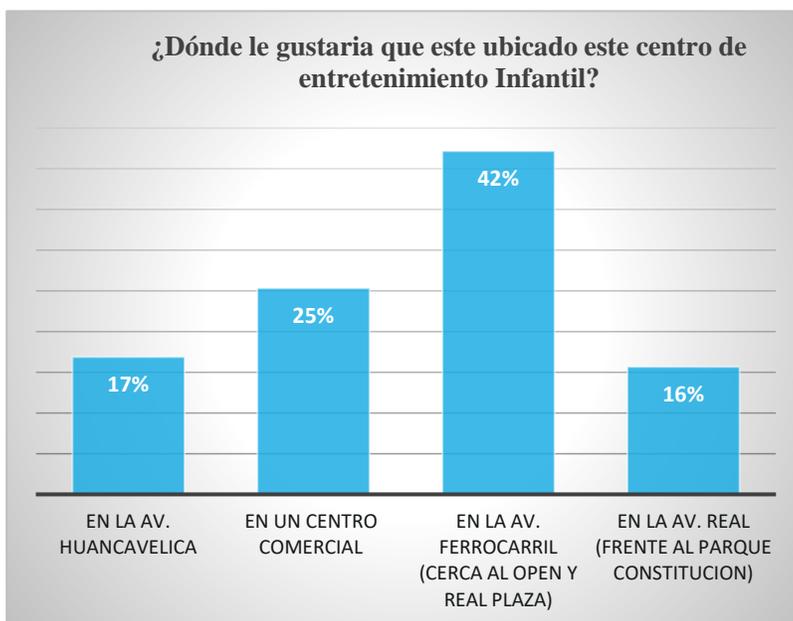
Gráfico N°23 Atracciones que se encontraría dentro de un Centro de Entretenimiento Infantil



Elaboración: Propia

Interpretación: El 30% de los encuestados consideran que es atractivo los juegos de Playground y el 28% consideran tener una sala interactiva también es algo atractivo para los encuestados.

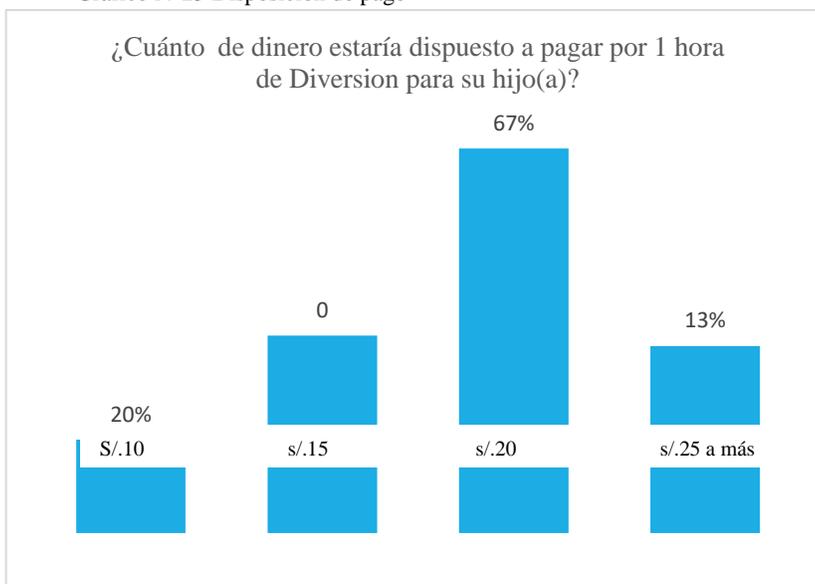
Gráfico N°24 Ubicación del Centro de Entretenimiento Infantil



Interpretación: El 42% de los encuestados consideran que nuestro negocio debería estar ubicado en la Av. Ferrocarril por la gran cercanía a diversos lugares y por ser una zona comercial.

Elaboración: Propia

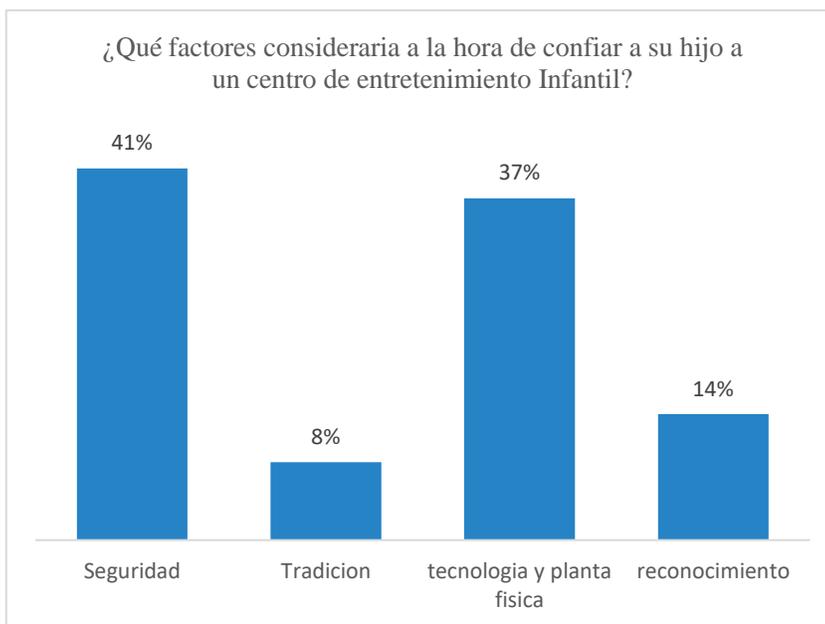
Gráfico N°25 Disposición de pago



Interpretación: La Grafica nos muestra que el 67% de los encuestados respondieron que podrían pagar S/20.00 soles como precio base por una hora de diversión para sus hijos. El cual nos refleja que nuestros futuros clientes podrán tomar nuestro servicio.

Elaboración: Propia

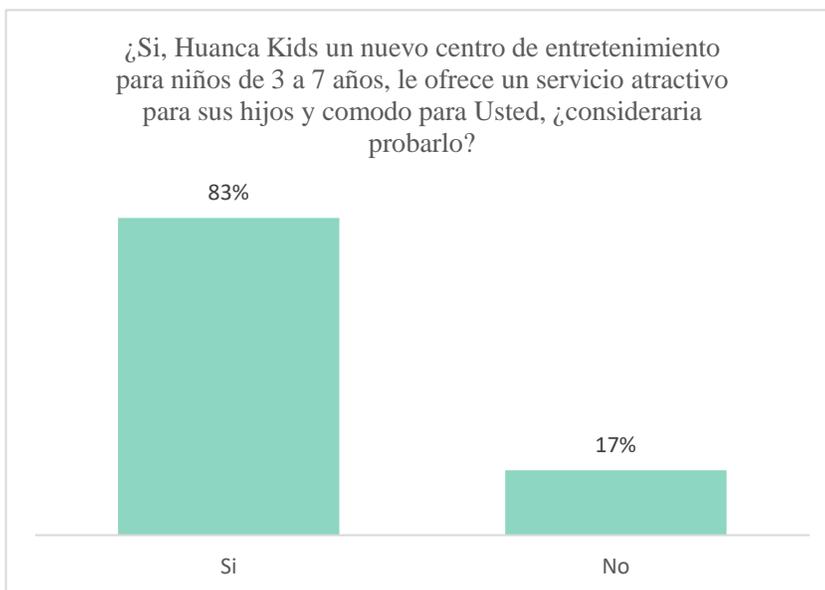
Gráfico N°26 Factores de confianza



Elaboración: Propia

Interpretación: Uno de los factores clave para la apertura de nuestro establecimiento es la seguridad, motivo que los lleva a elegir este tipo de lugares a los padres encuestados. El 41% de los encuestados consideran que es un factor súper importante.

Gráfico N°27 Aprobación del Centro de Entreteniendo Infantil HUANCA KIDS



Elaboración: Propia

Interpretación: El 83% de los encuestados consideran que "SI" debemos abrir el centro de entretenimiento y nos ven como una buena opción de compra.

CAPITULO IV

PLAN DE MARKETING

4.1 PRODUCTO

Presentación del servicio:

Nuestro servicio es un centro de entretenimiento infantil, el cual contiene un área de 500 m², ambiente que cuenta con dos niveles en donde se podrá encontrar:

En el primer nivel contaremos con:

✚ El área de juegos que incluye los juegos Play Ground

Aquí los niños podrán correr y disfrutar de los juegos como los resbaladores, piscina de pelotas, etc.

Gráfico N°28 Ilustración de la Sala de Juegos Playground



Fuente: Google

✚ Cafetín

Espacio de venta de aperitivos, café, etc. El cual será un sitio para el esparcimiento adulto, donde podrán tomar un café con amigos, podrán leer, trabajar desde su computadora o simplemente se relajen mientras su hijo se divierte.

Cabe recalcar que el cafetín será alquilado a una concesionaria, la cual debe cumplir con estándares de calidad y limpieza, además esta asume los costos del amoblado y decorado.

En el segundo nivel contaremos con:

✚ **Sala interactiva.** Espacio en donde los niños podrán interactuar con la tecnología como pizarras digitales.

Gráfico N°29 Ilustración de la Sala Interactiva



Fuente: Google



Fuente: Google

✚ Sala de dibujo, pintura y juegos didácticos.

En este espacio los niños encontrarán diversos lápices de colores, temperas, hojas para colorear que ayudaran a desarrollar su creatividad e imaginación.

Los Juegos didácticos permitirán a los niños a desarrollar su psicomotricidad fina y gruesa.

Gráfico N° 30 Ilustración de la Sala De Dibujo Y Pintura



Fuente: Google

🌈 Mini Spa.

En este espacio brindaremos a las niñas y niños tratamientos de bellezas básicos, peinados, manicure, pedicura, trencitas y mucho más.

Gráfico N°31 Ilustración de la sala de Mini Spa



Fuente: Google

✓ **Forma de adquisición del servicio**

La manera de adquirir el servicio es sencilla el padre de familia solicita el tiempo de permanecía dentro del local y se cobra por tarifas (media hora, una hora o dos horas), el ingreso a cualquier área del centro es mostrando documento de identidad físico del padre por seguridad de los niños.

✓ **Propuesta de Valor**

Este servicio será diferente e innovador, pues a comparación de nuestros competidores directos, brindaremos entretenimiento educativo apoyado en tecnología exclusivo para niños entre 3 y 12 años.

La diferenciación recaerá en nuestra calidad y entrega de servicio. Esto quiere decir que nos comprometemos en brindar nuevas estrategias de diversión en formato digital que involucre el aprendizaje continuo en cada niño, sobrepasando sus expectativas.

AMISTAD y ENSEÑANZA

*Pondremos a su disposición un espacio para desarrollar la amistad, parte importante de nuestra propuesta de valor es darle a los niños un espacio entretenido donde puedan desarrollar sus habilidades sociales.

*En un entorno lúdico, ellos aprenderán la importancia y el valor de relacionarse con otros niños, enfrentando situaciones donde hay que compartir, competir, ceder, ganar, perder, etc.

ENTRETENIMIENTO

*contaremos con cuatro salas especiales (sala de juegos, sala de dibujo y pintura, mini spa, sala interactiva) de diversión para nuestros niños. En donde podrán sentirse libres y poder disfrutar al máximo, sacando todo el stress obtenido durante las horas de estudio.

HUANCA KIDS

COMODIDAD

Mamás y papás encontrarán en Huanca kids un lugar donde compartir con amistades, trabajar, leer o disfrutar junto a un café y algo más, en nuestra delicioso cafetín, mirando a sus niños jugar y aprender.

SEGURIDAD

*Nuestros juegos serán implementados pensando en las habilidades psicomotoras de nuestros niños. Juegos de materiales que no sean dañinos para la piel de los niños

*Cada espacio será forrado con el material EVAFLEX para asegurar de que ningún niño se haga daño.

*La Altura máxima permitida para entrar a la zona de juegos es de 130 centímetros, así cuidamos a los más pequeños.

4.2 PRECIO

Para la fijación del precio de nuestro servicio tomamos en cuenta los precios de la competencia los cuales oscilan entre S./ 19.90 a S./29.90, además de ser una tarifa estándar que se maneja en el mercado de entrenamiento infantil.

Por otro lado, mediante la encuesta realizada se obtuvo que el 67% de las madres encuestadas dijeron que podrían pagar S/20.00 soles como precio base por una hora de diversión para sus hijos, siendo este el ticket promedio.

Tabla N°21 El precio de nuestro servicio

Servicio	Precio S/.	Tiempo
Promoción 1: Uso de los juegos Playground	15	1/2 hora
Promoción 2: Uso de los juegos Playground + Sala Interactiva	20	1 hora
Promoción 3: Uso de juegos Playground + sala interactiva + sala de dibujo, pintura + Mini Spa	25	1 hora y 1/2

Elaboración: Propia

Tabla N° 22 Ticket Promedio

Servicio	Precio	Porcentaje	Total
Promoción 1	S/ 15.00	20%	$15 \times 0.2 = 3$
Promoción 2	S/ 20.00	67%	$20 \times 0.67 = 13.4$
Promoción 3	S/ 25.00	13%	$25 \times 0.13 = 3.3$
			S/ 19.7

Elaboración: propia

✓ **Forma de pago del servicio:**

Nuestros clientes podrán realizar el pago del servicio con:

✚ Efectivo



✚ Pago con tarjeta de crédito o débito



4.3 PLAZA

Nuestro servicio de entretenimiento “HUANCA KIDS” estará ubicado en la Ciudad de Huancayo, departamento de Junín, sobre un local construido de 500 m2 el cual cuenta con 2 niveles en la avenida Ferrocarril N° 360.

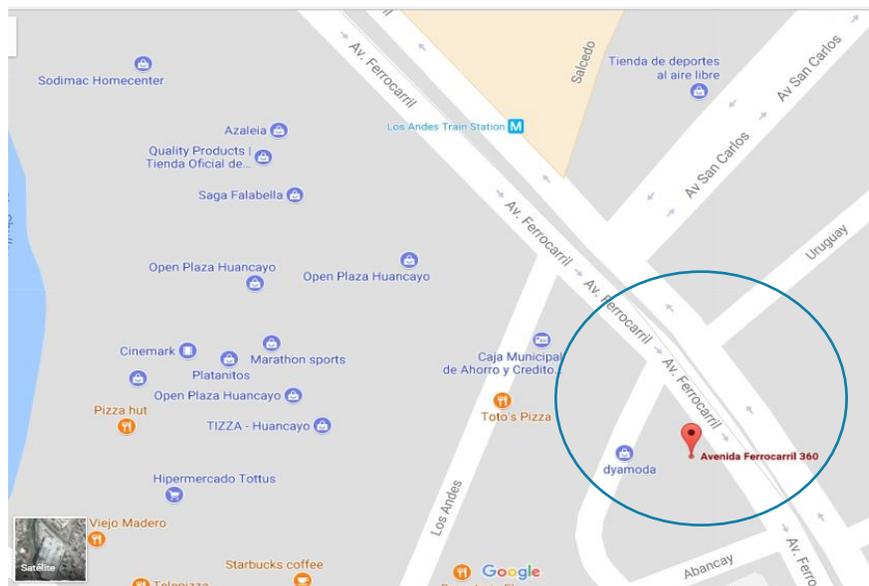
Sabemos cuánto vale el esfuerzo físico nuestros clientes por lo que nuestro local estará ubicado en una avenida comercial en el centro de la ciudad de Huancayo donde hay muchas formas de llegar evitando tráfico, largas distancias y agotamientos.

✓ Ubicación Estratégica

En la actualidad esta avenida se ha convertido en una zona muy comercial ya que en esta misma avenida se han aperturado dos centros comerciales (OPEN PLAZA y el REAL PLAZA) el primero a una cuadra de nuestro local y el otro a 5 cuadras, como podemos ver el mapa.

Además de ello nuestros clientes podrán llegar con facilidad ya que por esta avenida pasan un sin número **de empresas de transporte** por ser una avenida comercial y que conduce al centro de la ciudad.

Gráfico N°32 Mapa del lugar del Negocio.



Fuente: Google Maps.

✓ Canal de Distribución

Nuestros clientes llegarán al local y directamente les ofreceremos la gama de servicios con la que contaremos, sin ningún intermediario, por lo que nuestro **canal será DIRECTO**.

A continuación, se muestra de manera gráfica los canales de distribución de nuestro centro de entretenimiento:



4.4. PROMOCIÓN

Tenemos claro que las estrategias de promoción son primordiales para garantizar el éxito de nuestro negocio y poder determinar así la relación costo/ beneficio, por lo que queremos llegar al cliente a través de:

✚ Publicidad en medios de comunicación

Al ser una empresa nueva necesitamos el apoyo de diferentes medios publicitarios por ello hemos decidido realizar las siguientes acciones de publicidad:

- **Publicidad en Radio.** Contrataremos los servicios de publicidad a la empresa radial 15.50 por un espacio de 2 min. Diarios.
- **Diario Local.** Contrataremos los servicios de publicación de un SPOT en el diario CORREO.

✚ Promoción de ventas:

No seremos ajenos a las promociones que ofreceremos a nuestros clientes por ello en fechas especiales brindaremos:

Tabla N°23 Promoción de ventas

	OFERTA ESPECIAL	FECHAS
OFERTAS	1/2 HORA ADICIONAL	<ul style="list-style-type: none"> ✓ En el día del NIÑO. ✓ Cumpleaños de nuestros Clientes.
DESCUENTOS	MARTES Y JUEVES	5% de descuento
PREMIOS	De Souvenirs (gorritos, canguros, lapiceros, etc.)	A partir de 5 visitas
CONCURSOS	1 hora gratis	Concursos a través de nuestro FAN PAGE (Facebook)

Elaboración: Propias

Alianzas estratégicas

- Participación en eventos escolares y deportivos de instituciones educativas privadas y públicas.

Comunicación Online.

No seremos ajenos al uso del internet por ello crearemos medios de comunicación y publicidad vía online y que a su vez nos permita interactuar de forma personalizada por ello nuestra propuesta será de crear:

- Fan Page en Redes sociales como FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM.
- Página Web propia de la empresa: WWW.HUANCAKIDS.COM.PE

Campaña de Lanzamiento

Para darnos a conocer como empresa nueva utilizaremos medios por el cual:

- **Contratación de una anfitriona** la cual llevara el Eslogan de nuestra marca para publicitarnos.
- **Afiches Informativos** en donde se podrá informar a las personas del servicio a brindar y de las promociones con las cuales contaremos.

- **Programa de fidelización.** Crearemos una tarjeta de fidelización en donde nuestros clientes podrán acumular el número de visitas a nuestro local, por lo que si un cliente visita más de 5 veces la 6ta tomara un servicio gratis.
- **Visitas a colegios de la Región:** Llegaremos a los colegios del centro de Huancayo para brindarles descuentos especiales y así puedan acudir sin ningún inconveniente

Gráfico N° 33 Tarjeta de Socio



Elaboración: Propia

Tabla N°24 Gantt página Web y cuenta Facebook

N°	Actividad	Diciembre				Enero		
		1	2	3	4	1	2	3
1	Contacto con Diseñador	■						
2	Diseño de Página Web		■	■	■			
3	Diseño de Página de Facebook			■	■			
4	Lanzamiento de Página Web					■	■	■
5	Pre - Lanzamiento de Facebook				■			
6	Lanzamiento de Página de Facebook					■	■	■

Elaboración: Propia

Tabla N°25 Costo de Página Web, Página de Facebook y Publicidad

Costo de promocion	Proveedor	Sub total	IGV	Total	Frecuencia
Creación de la Página Web	Pymetrica	S/ 990.00	S/ 178.2	S/ 1168.2	01 vez, al inicio
Servicio alojamiento de web	Internet Media	S/ 500.00	S/ 90.00	S/ 590.00	01 vez, al inicio
Actualización de datos	Web Master	S/ 150.00	S/ 27.00	S/ 177.00	01 vez, al inicio
			TOTAL	1935.2	
Costo de promoción por Facebook	Facebook ADS	S/ 100.00	S/ 18.00	S/ 118.00 X 12 = 1416	Mensual
Costo de Promocion Radial	Radio Huancayo	S/ 70.00	S/ 12.60	S/ 82.60 = 991.2	Mensual
Costo de afiches	Imprenta huancayo	S/ 50.00	S/ 9.00	S/ 59.00 x 12 = 708	Mensual
Total		S/ 1770.00	S/325.80	S/ 3115.2	

Elaboración: Propia

4.5. PERSONA

Clientes externos

Consumidor o Cliente

En los negocios relacionados con el público infantil siempre surge una pregunta al analizar el cliente, ¿quién es el verdadero cliente? ¿El niño o sus padres?, y no siempre es fácil de responder, pues, aunque quienes pagan son los padres, cada vez es más importante la opinión del niño, sus gustos y necesidades. De acuerdo con Escalante Rojas julio, (El comercio 2009), la realidad es que ambos son los clientes, de la experiencia de los niños con el producto o servicio depende la recurrencia en su consumo, y de la oferta de valor depende que los padres tomen la decisión de compra. Lo anterior es un aspecto central del modelo de negocio que se propone para HUANCA KIDS, pues se considera que al atender de forma adecuada a ambos tipos de clientes (niños y padres) y ofrecerles valores agregados que los estimulen a un consumo repetitivo del servicio, se logrará obtener el éxito financiero y operativo del negocio.

Para entender el comportamiento y el contexto social de ambos tipos de clientes es importante caracterizarlos, a continuación, se propone una semblanza general de los clientes que atenderá HUANCA KIDS:

Clientes

- Hombres y mujeres solteros con hijos
- Hombres y mujeres divorciados con hijos
- Hombres y mujeres viudos (as) con hijos
- Hombres y mujeres casados con hijos del nivel socioeconómico A-B de la ciudad de Huancayo.

Cliente del cliente

- Niños de 3 a 12 años que viven en la ciudad de Huancayo.

Clientes internos

Talento Humano

Brindar un buen clima laboral a nuestros colaboradores nos permitirá brindar un buen trato a nuestro público objetivo, para ello:

- ✓ Daremos incentivos monetarios al superar la meta mensual exigida.
- ✓ Pondremos tres turnos de trabajo para que nuestros colaboradores puedan descansar y estar de buen ánimo.
- ✓ Reuniones de confraternidad por el onomástico de los colaboradores

Tabla N° 26 Programa de motivación del personal

N.º	Estrategia	Objetivo	Encargado	Frecuencia	Acciones
01	Empleado del mes	Nuestro talento Humano debe sentirse identificado y que sus valores estén alineados con los de la empresa	Administrador	Cada mes	El empleado destacado tendrá la posibilidad de tomarse unas dos horas libres entre el lunes a martes
02	Desempeño de los trabajadores por cualidades		Administrador	Cada mes	Habr4 4 tipos de pines: el carismático, el proactivo, el alineado con los valores y el colaborador
03	Cumpleaños		Jefe de tienda	Por fecha de cumpleaños	En los cumpleaños de los colaboradores se les dará un cup cake con un globo metálico como detalle de su cumpleaños
04	Desayuno de integración		Administrador	Dos veces al año	Se realizará desayunos integradores uno en mayo y otro en noviembre
05	Almuerzo de integración		Administrador	1 vez al año	Se realizará desayunos integradores en el mes de mayo

Elaboración: Propia

4.6. Marketing Mix

Se mostrar4 las acciones que se realizar4 en la organizaci3n.

4.6.1 Programa de acciones t4cticas

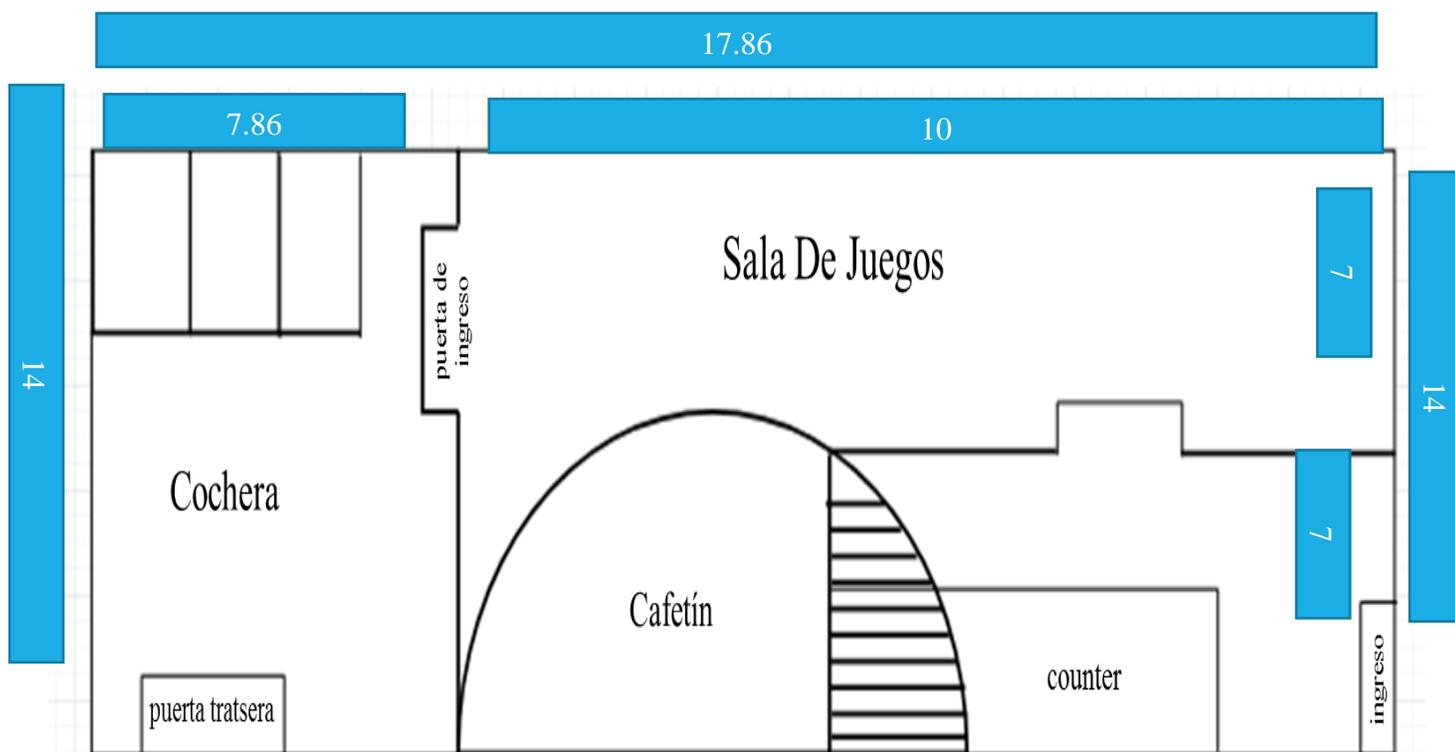
Se implementar4 o usar4 la optimizaci3n de costos u optimizaci3n de recursos, esto se podr4 lograr gracias a:

1. Creaci3n de un manual de operaciones por cada sala de juegos.
2. Capacitaciones al personal sobre manejo y atenci3n al cliente.
3. Tener una distribuci3n del espacio de juego eficiente (LAYOUT).
4. Dar seguimiento a las p4ginas sociales en donde se har4 la mayor parte de la publicidad.
5. Medir los indicadores de las redes sociales.

Estos 3 primeros puntos harán que la atención sea más personalizada, el tiempo de los niños sea más aprovechada, igualmente se reducirá cuellos de botella en áreas muy saturadas en hora punta, y los siguientes dos puntos nos dará una mejor visión de cómo el cliente recibe o acepta el servicio.

LAYOUT DEL LOCAL

Gráfico N°34 LAYOUT Primer Nivel



Se mostrará un LAYOUT del local propio que consta de un área de 500 metros cuadrados y tiene 2 pisos en los cuales se efectuará el servicio al cliente final.

LAYOUT – Primer Nivel

Área Total: 250 mts²

INDECOPI – Básico (0 – 500 mts)

Certificado de Defensa Civil

Plano de Distribución

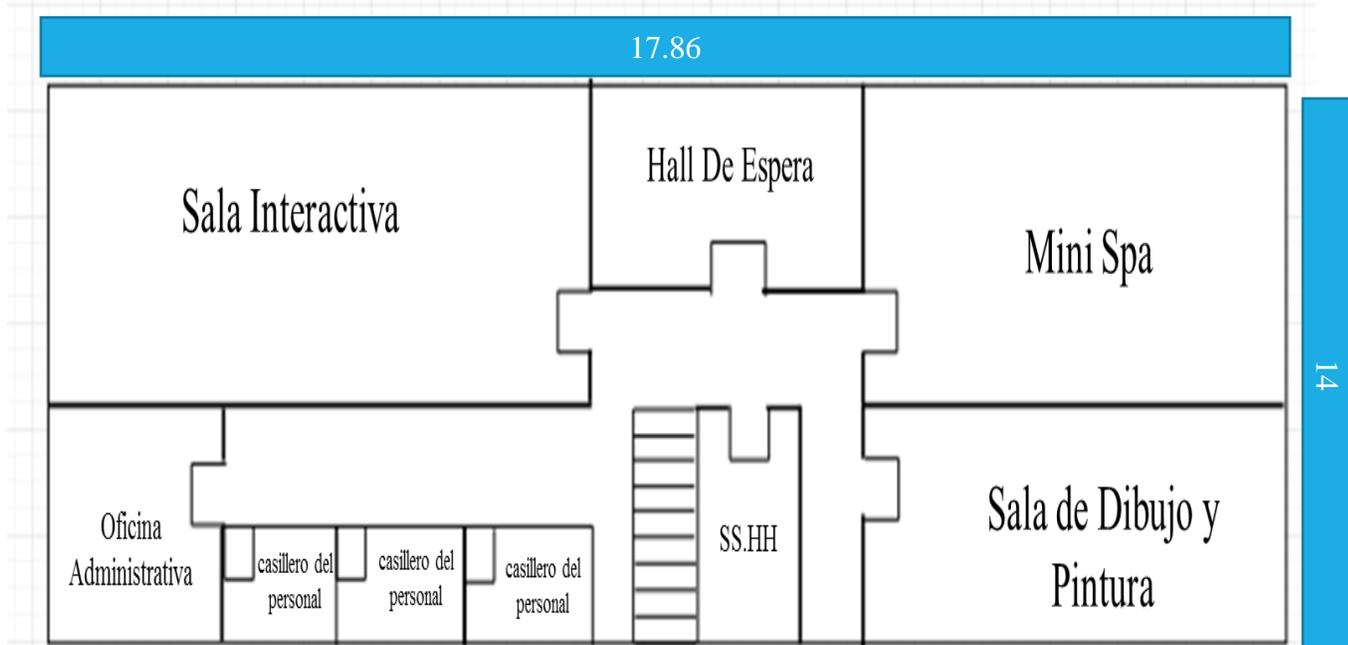
Especificaciones técnicas

Edades: 3 – 12 años

Capacidad de Aforo: 60 niños

Horario: 10:30 am – 9:00 pm

Gráfico N°35 LAYOUT Segundo Nivel



Elaboración: Propia

LAYOUT – Segundo Nivel

Área Total: 250 mts²

INDECOPI – Básico (0 – 500 mts)

Certificado de Defensa Civil

Plano de Distribución

Especificaciones técnicas

Edades: 3 –12 años

Capacidad de Aforo: 40 niños

Horario: 10:30 am – 9:00 pm

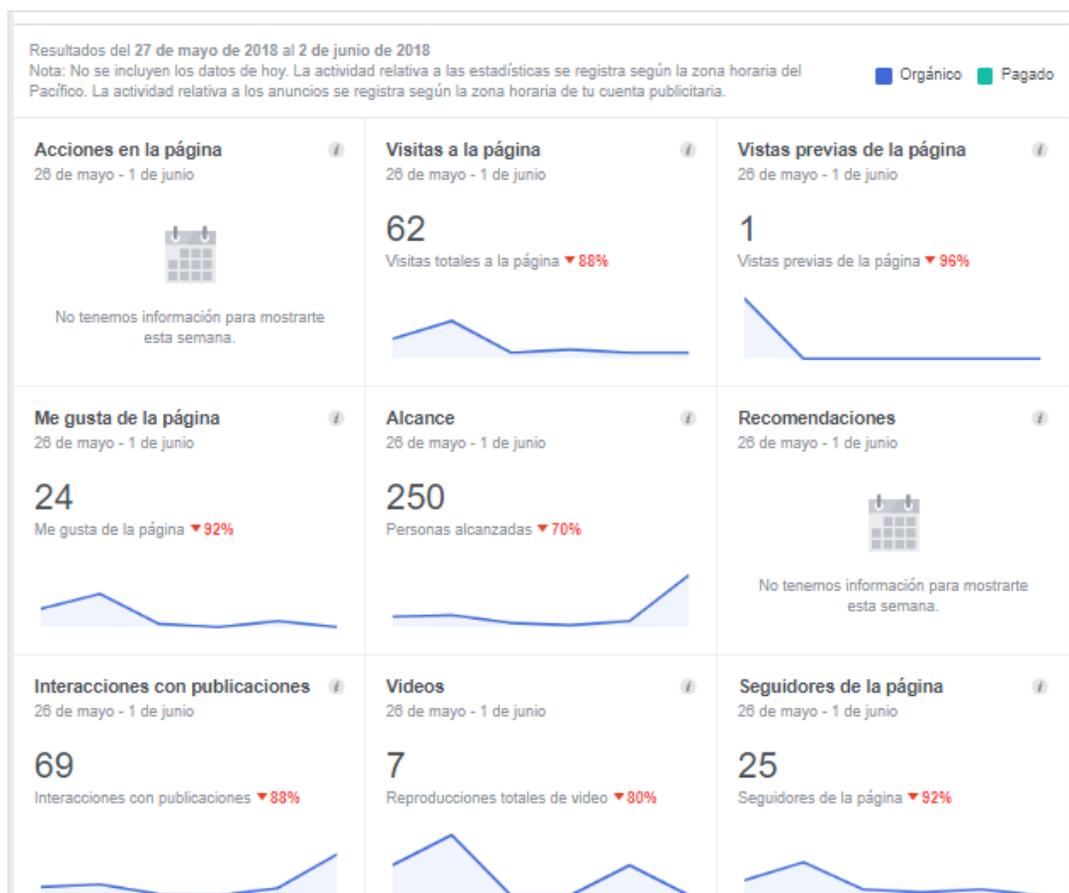
Acciones tácticas

Tabla N°27 Diagrama de Gantt fase Preoperativa

Actividades	1-2 (SEM)	3-4 (SEM)	5-6 (SEM)	7-8 (SEM)	9-10 (SEM)	11-12 (SEM)	13-14 (SEM)	15-16 (SEM)	17-18 (SEM)
Definición de la idea de negocio	■								
Información General	■								
Análisis del entorno		■							
Estudio de mercado		■	■	■					
Estudio legal y organizativo				■	■				
Estudio técnico				■	■				
Estudio económico financiero				■	■				
Habilitación del local y remodelación						■			
Compra de los juegos						■	■	■	
Instalación de los juegos								■	■
Contratación de la tercerización del cafetín								■	■
Reclutamiento y selección								■	■
Evaluación y Contratación del personal									■
Apertura e inicio de actividades									■

Elaboración: Propia

Gráfico N°36 Indicadores de visitas de la página de Facebook



Fuente: Facebook

Gráfico N°37 Página de Facebook de HUANCA KIDS

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Huanca Kids'. The page layout includes a blue header with the Facebook logo and a search bar. The main content area features a post from 'Huanca Kids' with a colorful logo and the text 'Hola soy Geeko :D!'. The post has 40 likes and 31 comments. The right sidebar contains sections for 'Mini Geeks y tú', 'Cumpleaños', 'Encuentra amigos de Lima', and 'Fotos de amigos'.

Facebook Page Header: facebook | Search | Natalia Torres Inicio

Page Name: Huanca Kids Te gusta

Page Info: Pequeña empresa · San Miguel, Lima, Peru

Navigation: muro | Huanca Kids | Todas (Publicaciones más destacadas)

Post Content:

Compartir: Publicación Foto Enlace Video

Escribe algo...

Huanca Kids Hola soy Geeko :D!

Huanca Kids
diversión plena

Me gusta · Comentar · Compartir · 5 de marzo a las 20:34

A Geraldine Natalie Torres Lebar, Patty Segal y Mayra A. Tuanama Álvarez les gusta esto.

Escribe un comentario...

Huanca Kids Muy Pronto! :D

Right Sidebar:

Mini Geeks y tú
A 20 amigos les gusta esta página.

Cumpleaños Ver todos
Thibaut Legrand
Es su cumpleaños.
Desíale un feliz cumpleaños.

Encuentra amigos de Lima
57 amigos tuyos viven en Lima. Encuentra a más personas de Lima que conoces.
Buscar amigos

Fotos de amigos
Amigos etiquetados — Marco Alexander Trujillo Baca
Amigos etiquetados — Guil Argüello

Fuente: Facebook

4.6.2. Programa y pronóstico de ventas

Como se calculó anteriormente, el mercado objetivo para el presente proyecto está representado 1192 personas.

El consumo per cápita anual (C.P.C.) a considerar será de 1 unidad (niño), por ello: La demanda anual a calcular se da por:

➤ Proyección de Ventas Anual de Servicios

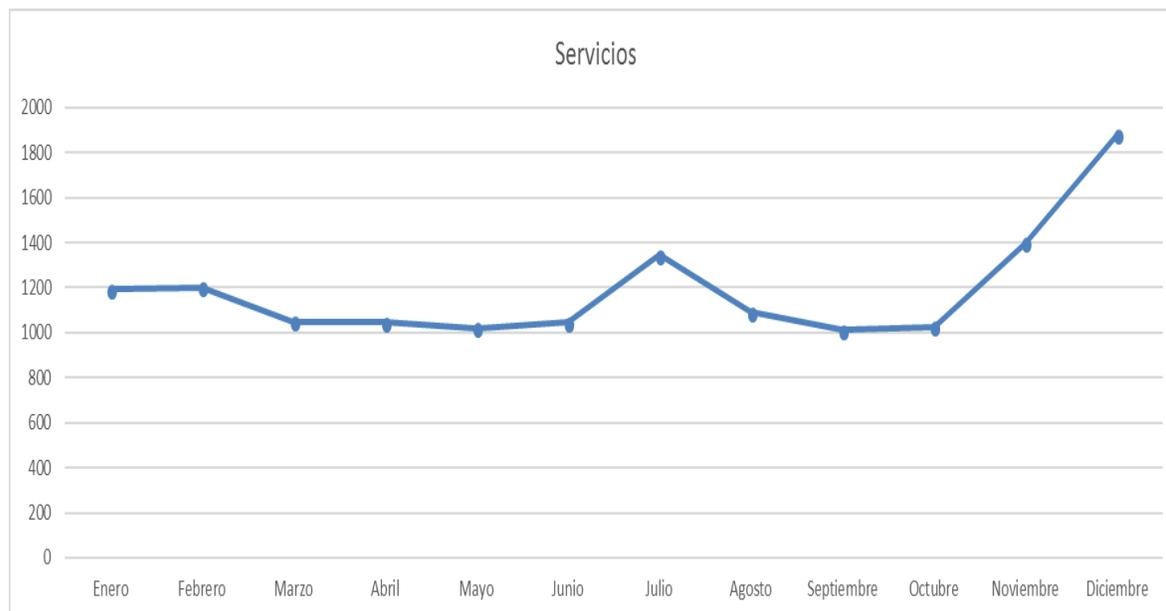
Tabla N°29 Pronóstico de ventas

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Servicios	1192	1200	1049	1047	1020	1046	1344	1090	1011	1025	1400	1880	14304

Elaboración: Propia

Para el primer año se deberá vender: 14304 servicios.

Gráfico N°38 Tendencia en Proyección de Ventas Anual de Servicio



Elaboración: Propia

➤ Proyección de Ventas Anual de Servicios en “S/.”

Tabla N°30 Pronóstico de ventas en dinero

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Servicios	1192	1200	1049	1047	1020	1046	1344	1090	1011	1025	1400	1880	14304
Valor de venta unitario	S/20.00												
Valor de venta mensual	S/23,840.00	S/24,000.00	S/20,980.00	S/20,940.00	S/20,400.00	S/20,920.00	S/26,880.00	S/21,800.00	S/20,220.00	S/20,500.00	S/28,000.00	S/37,600.00	S/286,080.00

Elaboración: Propia

Para el primer año se venderá: S/286,076.80

➤ Proyección de Ventas por los cinco años en servicios

Tabla N°31 Proyección de Ventas por los cinco años en servicio

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
14304	17165	20598	24717	29661

Elaboración: Propia

➤ Proyección de Ventas por los cinco años en S/.

Tabla N°32 Proyección de Ventas por los cinco años en S/.

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
14304	17165	20598	24717	29661
20	20	20	20	20
286,080	343,296	411,955	494,346	593,215

Elaboración: Propia

Se observa que, para el presente proyecto, tomando como base una proyección a 5 años, se prevé vender 29660 servicios, las cuales equivalen a S/ 593,215 soles.

Gráfico N°39 Crecimiento del sector entretenimiento

El Comercio Demanda de juegos para niños crece a un ritmo de 20% anual

Demanda de juegos para niños crece a un ritmo de 20% anual

Son nueve las marcas 'retail' más grandes que se disputan este mercado, que ya mueve unos US\$100 millones al año



Demanda de juegos para niños crece a un ritmo de 20% anual

20.06.2014 / 10:27 am

Aunque desde hace años tenemos los juegos mecánicos para niños en sitios públicos, no es hasta el 2009 cuando la oferta de entretenimiento para los más pequeños se fortalece y diversifica. La aparición de cadenas como Coney Park, Happyland y Moy Park, con formatos para 'malls', permitieron un mayor dinamismo de este mercado, que crece a doble dígito, ritmo similar al de los centros comerciales.



Ingresa **aquí**

Y podrás asistir a la premiación con los artistas

El Comercio | PREMIOS LUCAS

Anuncios de interés

Fuente: El Comercio (2017)

Por otro lado, según el diario el Comercio este sector tiene un crecimiento del 20% anual. Esto nos muestra que las personas están tomando muy en cuenta el consumo del servicio de entretenimiento y diversión. Esto a su vez nos permite realizar nuestra proyección de ventas a un crecimiento de 20% anual.

Para estimar el 20% anual se determina:

$$\text{CAPM} = \text{tasa de libre riesgo} + \beta \text{ financiero} + (\text{crecimiento del sector} - \text{tasa de libre riesgo})$$

$$\text{CAPM} = 1.61\% + 0.9 (20\% - 1.61\%) + 1.61\%$$

$$\text{CAPM} = 1.61\% + 0.9 (18.39\%) + 1.61\%$$

$$\text{CAPM} = 19.8\% \Rightarrow 20\%$$

CAPITULO V

PLAN DE OPERACIONES

5.1 Objetivos operacionales

Objetivos Operacionales de la Empresa:

- Contribuir al desarrollo social de nuestros niños.
- Brindar a los padres de familia un ambiente seguro y confiable.
- Fomentar hábitos de vida saludable y una buena comunicación de padres e hijos.

Objetivos Operacionales de Tercerización:

- Establecer contrato de concesión con la empresa EL PUNTITO DULCE en donde prestará sus servicios dentro de nuestra empresa para la comercialización de sus postres, dulces y bebidas para los clientes.

5.2 Descripción de proceso operacional

HUANCA KIDS pretende proyectarse como una empresa en la que aporte valor de satisfacción para los clientes. Por lo cual uno de nuestros aspectos críticos es abordar la relación de atención con los clientes y los servicios que se brinda para nuestros clientes.

- Capacidad Instalada de la empresa

Se desconoce este punto por la razón que la empresa aún no está en marcha dentro del mercado.

- Proceso de atención del servicio al cliente

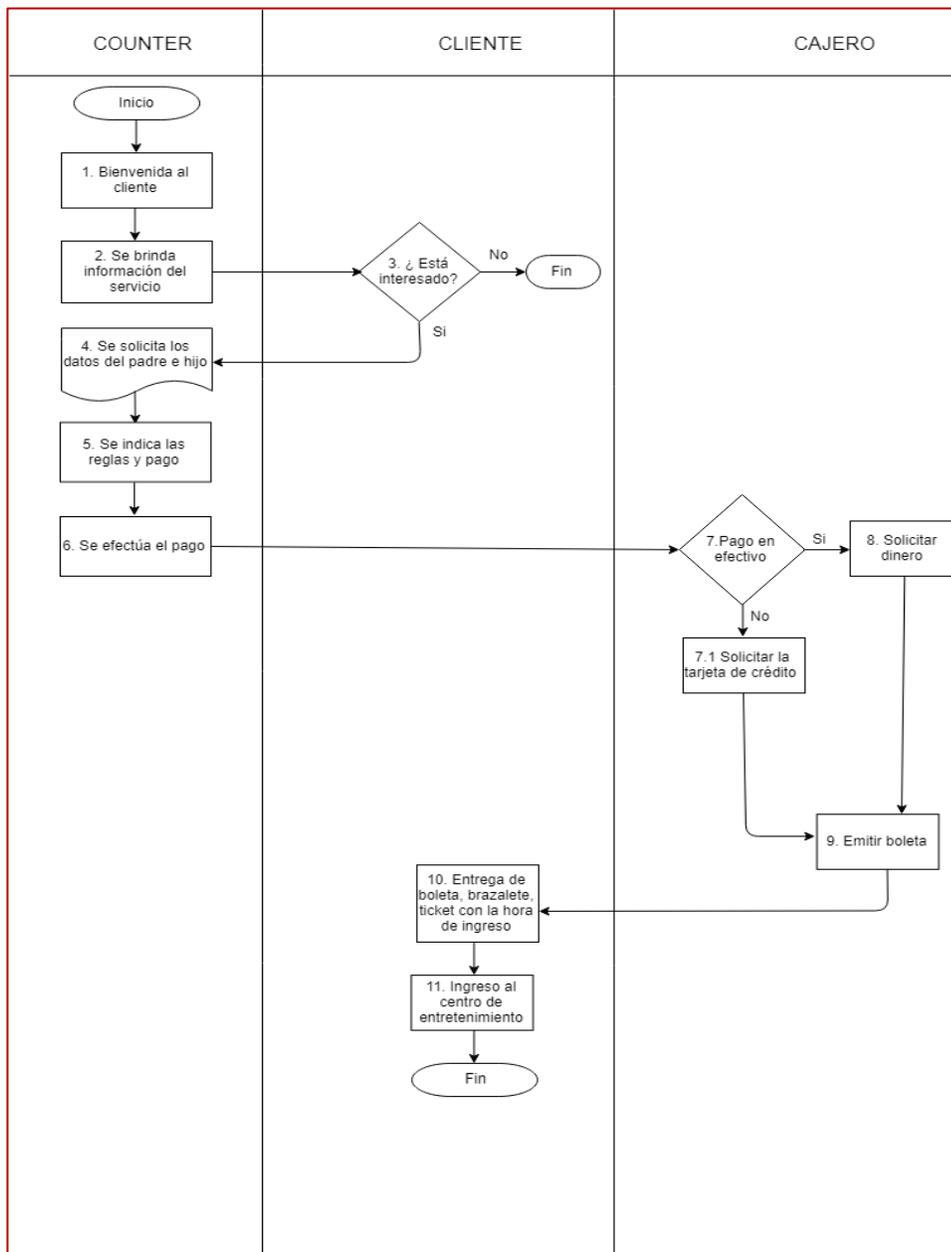
Si bien la empresa se dedicara al servicio de atención debe seguir un orden de proceso en el cual se detallará a continuación:

- ✚ Los clientes son recibidos por un personal que estará ubicado en la puerta de ingreso para darles la respectivas Bienvenidas.
- ✚ Al cliente se le hablará sobre el servicio y paquetes que ofrecemos para su menor hijo.

- ✚ Se toma los datos del padre y de su menor hijo para que luego se realice el respectivo pago.
- ✚ Se le informa las reglas básicas, duración y dinámica del paquete tomado.
- ✚ El cliente tiene dos opciones de forma de pago por efectivo o tarjeta de débito y/o crédito.
- ✚ Se genera el comprobante de pago por boleta.
- ✚ Se entrega la boleta, a la misma vez se coloca los brazaletes con el nombre y apellido del padre y de su menor hijo y el ticket de entrada en donde indicara la hora y salida del paquete tomado por el cliente.
- ✚ El cliente y su menor hijo es llevado por un personal al área de entretenimiento.

5.2.1 Diagrama de flujo de atención al cliente.

Gráfico N°40 flujograma del proceso servicio de HUANCA KIDS



Elaboración: Propia

5.3 Especificaciones y requerimientos

La definición de nuestro servicio y los procesos nos ha permitido identificar las especificaciones y requerimientos de orden LOCATIVO, MATERIAL, LOGÍSTICO Y TÉCNICO del negocio, con el fin de realizar un recuento exhaustivo de las mismas, a continuación, se realizará las especificaciones del LAYOUT y la distribución de este:

5.3.1. LAYOUT – Primer Nivel

Área Total: 250 mts²

INDECOPI – Básico (0 – 500 mts)

Certificado de Defensa Civil

Plano de Distribución

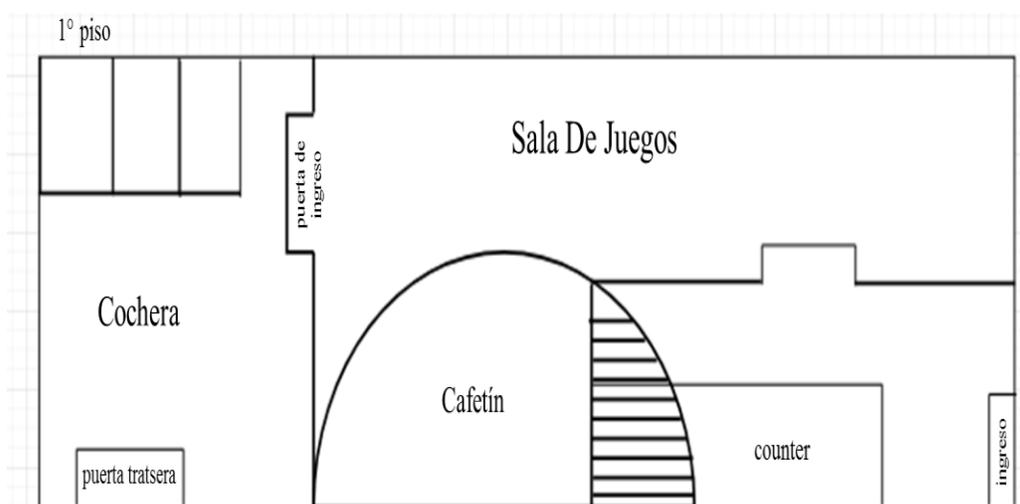
Especificaciones técnicas

Edades: 3 – 12 años

Capacidad de Aforo: 60 niños

Horario: 10:30 am – 9:00 pm

LAYOUT Primer Nivel



Elaboración: Propia

5.3.1.1. Recepción

Gráfico N°41 Ilustración de la recepción.



Tabla N°33 Descrip. Recepción

DESCRIPCIÓN	CANT
Espacio físico	20 m2
Módulo de la recepción (tipo oficina)	1
Silla giratoria	1
Computadora	1
Cámara digital	1
Multifuncional (impresora, etc.)	1
Televisor	1
Teléfono	1
Tiketera	1
Botiquín	1
Equipo contra incendio	1

Elaboración: Propia

5.3.1.2. Cafetín

Gráfico N°42 Ilustración del cafetín



Tabla N°34 Descripción del Cafetín

DESCRIPCIÓN	CANT
Espacio físico	50 m2
Instalación de agua potable	3
Instalación de tomacorrientes	6
Servicios higiénicos	2
Router Wifi	1

Elaboración: Propia

5.3.1.3. Sala de juegos

Gráfico N°43 Ilustración de la sala de juegos Playground



Fuente: familyplay

Tabla N°35 Descripción de la sala de juegos Playground

DESCRIPCIÓN	CANT
Espacio físico	100 m2
Juegos Playground	1
Cama elástica	2
Resbaladora Infantil	2
Piscina elástica de pelotas	1
Carruaje Princesa	2
balancín	3
Porta zapatos	2
Juguetes Varios	30
Carritos de Plástico	4
Silla Banqueta	1

Elaboración: Propia

5.3.2. LAYOUT – Segundo Nivel

Área Total: 250 mts²

INDECOPI – Básico (0 – 500 mts)

Certificado de Defensa Civil

Plano de Distribución

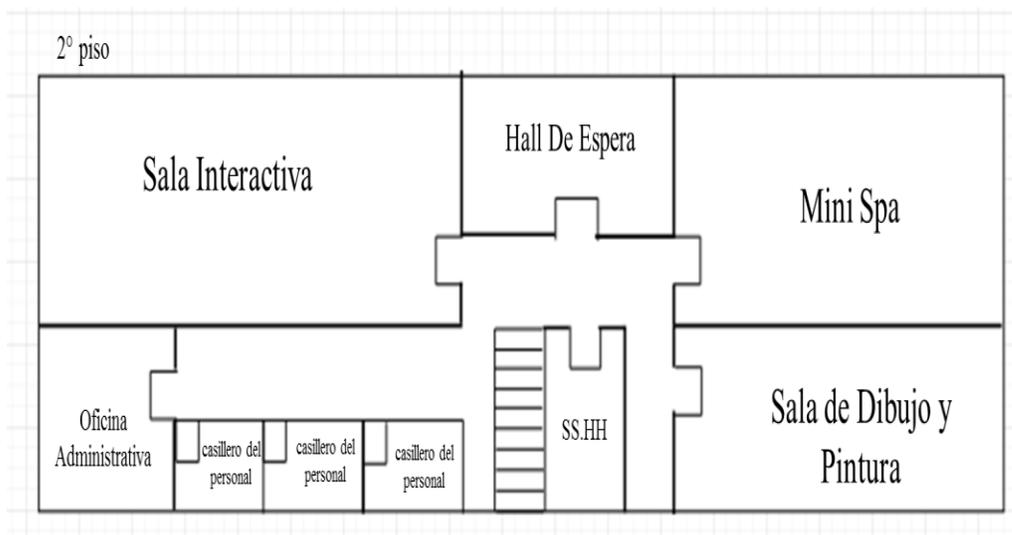
Especificaciones técnicas

Edades: 3 – 12 años

Capacidad de Aforo: 40 niños

Horario: 10:30 am – 9:00 pm

LAYOUT Segundo Nivel



Elaboración: Propia

5.3.2.1. Sala interactiva

Gráfico N°44 Ilustración de la sala interactiva



Tabla N°36 Descripción de la sala Interactiva

DESCRIPCIÓN	CANT
Espacio físico	50 m2
Proyector Interactivo	2
Pizarra interactiva	2
Sillas de plástico	10
Mini Laptops	6

Elaboración: Propia

5.3.2.2. Sala de Dibujo, pintura y Juegos didácticos

Gráfico N°45 Ilustración de la sala Pintura



Tabla N°37 Descripción de la sala de Pintura

DESCRIPCIÓN	CANT
Espacio físico	50 m2
Caballetes de madera para pintar	4
Mesas de madera	2
Sillas de madera (banquetas)	6
Armario	2
Librero	2
Juguetes Varios	20

Elaboración: Propia

5.3.2.3. Mini Spa

Gráfico N° 46 Ilustración del Mini Spa



Tabla N°38 Descrip. Mini Spa

DESCRIPCIÓN	CANT
Espacio físico	40 m2
Espejos	3
Sillas de peluquería	4
Lavamanos	1
Cómodas	2
Lámparas	3
Cortinas	2
Secadoras	3
Tachos	1

Elaboración: Propia

5.4. Plan de calidad

Contaremos con un plan desarrollado de calidad que garantice toda la seguridad que todo padre desea tener en nuestras instalaciones, personal competente y comprometido con el mejoramiento continuo de nuestro servicio en la que se buscará la satisfacción de los clientes, tomando en cuenta nuestro objetivo de calidad.

5.4.1 Objetivos del Plan de Calidad

- Garantizar la prestación de nuestros servicios a través de permanentes evaluaciones de nuestros procesos para la mejor satisfacción del cliente.
- Ofrecer un ambiente seguro y acogedor que satisfaga las necesidades de los niños teniendo en cuenta todas las normas impuestas por defensa civil y la municipalidad provincial de Huancayo.

5.4.2 Principios Fundamentales de Plan de Calidad

- Establecer un clima de atención y afecto para nuestros clientes.
- Aplicar el mantenimiento en el alto nivel de calidad mediante el control respectivo a todos nuestros proveedores que contribuyan a sus prestaciones de servicios.
- Demostrar a nuestros clientes una máxima garantía de prevención, higiene y seguridad por cada área donde se divertirán sus menores hijos.
- Fomentar la conservación del medio ambiente haciendo participes a nuestros niños en este ámbito del reciclaje.

5.5 Plan de seguridad

El plan de seguridad es definido con la secuencia de acciones a desarrollar para el control inicial de la empresa de las emergencias que puedan producirse, dándose una respuesta ante las posibles situaciones que se pudiera dar o producirse en la empresa.

5.5.1 Objetivos del Plan de Seguridad

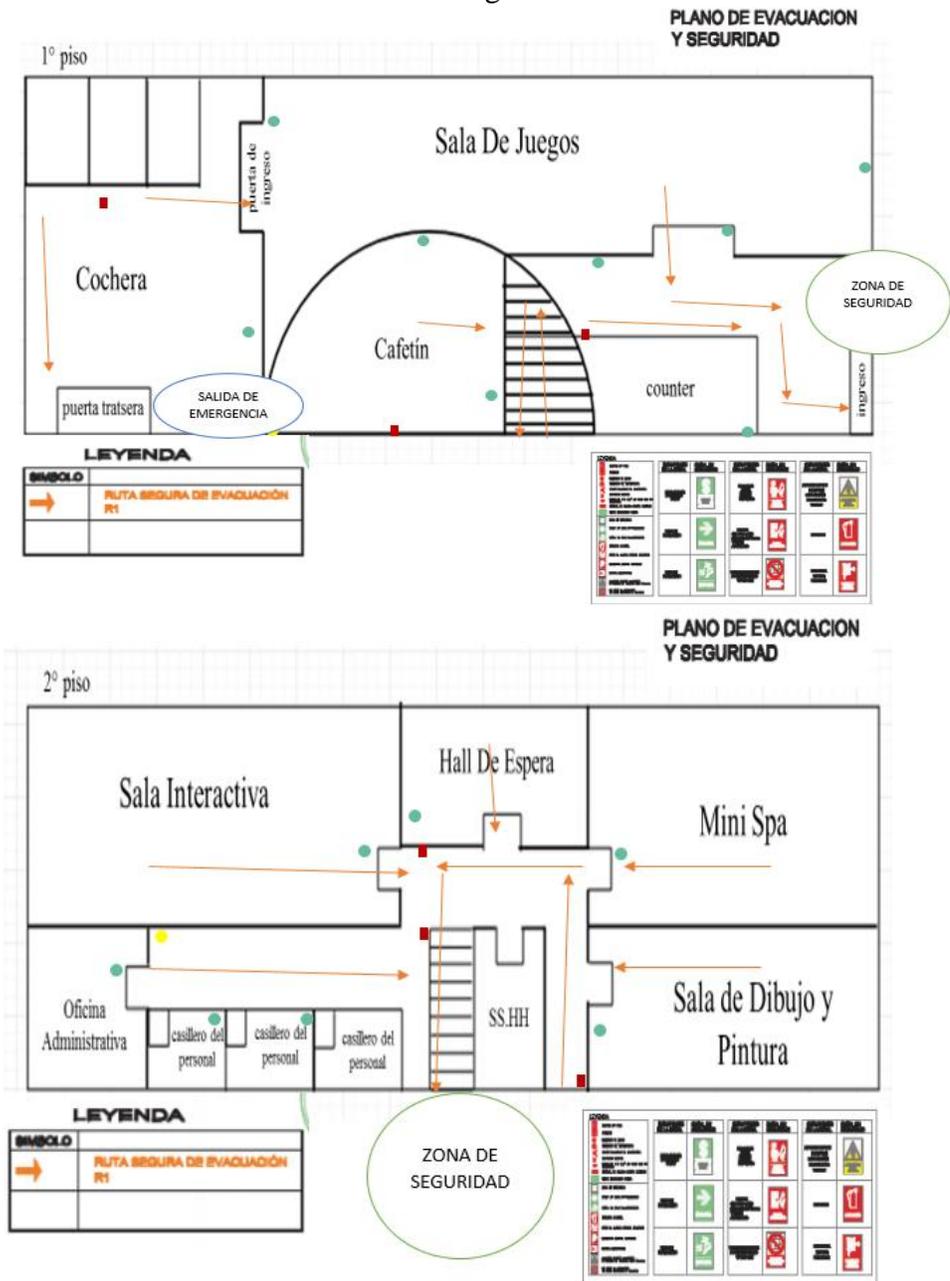
- Salvaguardar la vida del personal y de nuestros clientes dentro de la empresa.
- Conservar de todos los bienes materiales ante posibles riesgos como en el caso de fugo.

5.5.2 Principios Fundamentales del Plan de Seguridad

- Realizar los estudios adecuados de seguridad sobre el personal, equipo, materiales entorno, determinando una serie de resultados de factores geofísicos.
- Establecer normas y políticas de seguridad sobre la prevención de accidente proponiendo en acción el plan de seguridad y control de ejecución de la empresa.
- Participar en las labores de prevención en caso de que se desarrolle una emergencia.
- Conocer los funcionamientos de los medios disponibles por cada área de la empresa.
- Realizar inspecciones de seguridad periódicamente.
- Determinar los actos inseguros y condiciones formulando planes respectivos de protección.
- Los enchufes estarán situados en una altura inalcanzable para los niños.

- Las mesas y el resto de los mobiliarios tendrán esquinas protectoras.
- Los productos de limpieza y nocivos deberán ser guardados en un armario para mayor protección de los niños.

Plano de seguridad del local



CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

6.1. Estructura de la organización

HUANCAKIDS Será una empresa comprometida con los clientes la cual buscara satisfacer las expectativas de la mejor manera posible, por ello se aplicarán los mejores métodos de trabajo en las áreas que tiene la empresa las cuales serán:

- Área administrativa
- Área de ventas
- Área de entretenimiento (producción)

6.2. Plan de Gestión del Talento

En nuestro plan de Gestión del Talento tenemos que tener muy en cuenta la cantidad de servicios que brindaremos, por lo tanto, es necesario contar con los servicios de profesionales que puedan desempeñar su labor con mucha responsabilidad, amabilidad y respeto, ya que nuestro trato directo será con niños.

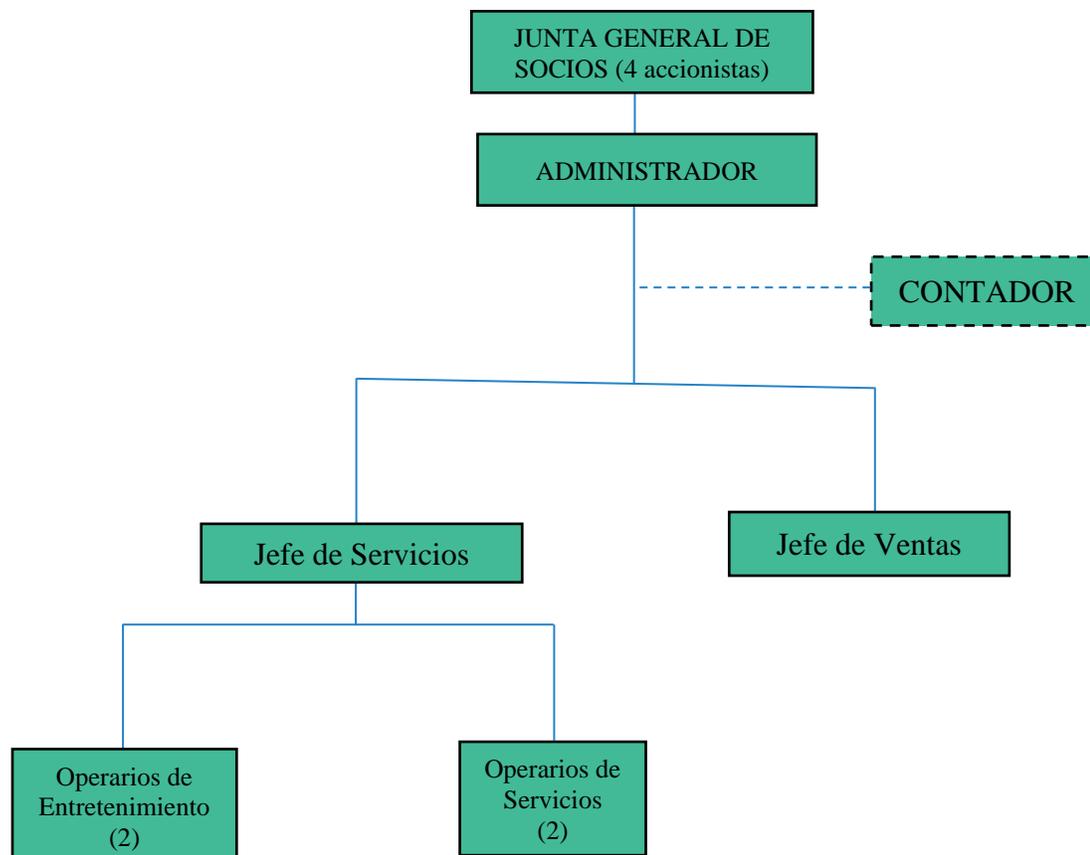
La Remuneración mínima vital por pagar será según lo establece el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo según DECRETO SUPREMO N° 005-2016-TR que rige desde el 1 de mayo del 2016.

La correcta gestión del talento humano es importante para nuestra empresa ya que depende de esto el éxito o fracaso de nuestra organización, se detallará a continuación cómo se gestiona este talento en la empresa.

6.2.1 Organigrama

Nuestra organización utilizará una estructura funcional, puesta que esta estructura permite la comunicación más frecuente con todo el personal y el intercambio de información entre las áreas de trabajo, por lo que permite a la empresa conocer mejor la situación en la que se encuentra:

Gráfico N°47 Organigrama



Elaboración: Propia

6.2.2. Principales funciones que se requieren en el negocio

Tabla N° 39 Funciones del Administrador

Nombre del cargo	Administrador
Perfil	Licenciado o Profesional en Administración de Negocios.
Salario	1800
Prestaciones	Básicas de acuerdo con Ley
Requisitos Laborales	Experiencia laboral en administrar negocios del rubro.
Experiencia Laboral	Mínimo 2 años a mas
Jefe Inmediato	Presidente de la junta de Socios
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Firmar documentos oficiales. • Recibirá clientes o compradores y acompañará visitantes oficiales. • Presidir ciertas reuniones y ceremonias. • Escuchar, entrenar y dar instrucciones al personal • Evaluar el desempeño de los colaboradores • Crear nuevos servicios y/o mejorar los existentes. • Idear nuevas formas de procesar servicios.

Fuente: Diario Gestión (2017)

Elaboración: Propia

Tabla N°40 Funciones del Jefe de Servicio

Nombre del cargo	Jefe de servicio
Perfil	Titulado en Administración de Empresa o Ingeniero.
Salario	1700
Prestaciones	Básicas de acuerdo con Ley
Requisitos Laborales	Experiencia como Gerente Comercial o Marketing.
Experiencia Laboral	3 años
Jefe Inmediato	Jefe de Ventas
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Participar en los procesos de planeación estratégica determinado los factores de éxito. • Evaluar y controlar las actividades comerciales. • Planificar y evaluar las actividades publicitarias y promocionales de la empresa. • Aplicar un sondeo de investigación de mercado con el a fin de conocer el posicionamiento en el mercado.

Fuente: Diario Gestión(2017)

Elaboración: Propia

Tabla N°41 Funciones del Jefe de Ventas

Nombre del cargo	Jefe de Ventas
Perfil	Licenciatura en estudios de Administración.
Salario	1800
Prestaciones	Básicas de acuerdo con Ley
Requisitos Laborales	Experiencia en Planeación de Ventas o Administración de Rutas.
Experiencia Laboral	Mínimo 2 años
Jefe Inmediato	Administrador
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer políticas de ventas. • Generar y desarrollar cartera de clientes nuevos. • Cumplir con el modelo de ventas y prospección diaria. • Reportar las nuevas ventas realizadas para el respectivo pago de comisiones.

Fuente: Diario Gestión (2017)

Elaboración: Propia

Tabla N°42 Funciones del Contador

Nombre del cargo	Contador
Perfil	Contador Público Colegiado
Salario	Por servicios Prestados
Prestaciones	Recibo por Honorarios
Requisitos Laborales	Expresar los resultados de su análisis en informes financieros que sirvan para la toma de decisiones.
Experiencia Laboral	2 años
Jefe Inmediato	Administrador
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenar y clasificar los comprobantes contables. • Operar mensualmente los libros contables de compras y ventas. • Registrar todas las facturas recibidas de los proveedores. • Llevar control de cuentas corrientes. • Llevar control de conciliaciones bancarias. • Llevar los libros contables (diario, mayor e inventarios)

Fuente: Diario Gestión (2017)

Elaboración: Propia

Tabla N°43 Funciones del Operario de Entretenimiento

Nombre del cargo	Operario de Entretenimiento
Perfil	Estudiantes de los primeros ciclos de instituto o universidad.
Salario	930
Prestaciones	De acuerdo con la Ley
Requisitos Laborales	Carrera profesional de Marketing, Administración y otros similares.
Experiencia Laboral	Con o sin experiencia
Jefe Inmediato	Jefe de Servicios
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender a los visitantes en las diferentes áreas. ➤ Elaborar los productos del área de confitería. ➤ Manejo de la caja registradora. ➤ Otras funciones inherentes al puesto y asegurarse de tener el local en excelente estado.

Fuente: Diario Gestión (2017)

Elaboración: Propia

Tabla N°44 Funciones del Operario de Servicios

Nombre del cargo	Operarios de Servicios
Perfil	Analista Programador
Salario	930
Prestaciones	Básicas de acuerdo con Ley
Requisitos Laborales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudios técnicos o universitarios culminados en Computación e informática. ➤ Contar con disponibilidad para trabajar a tiempo completo. ➤ Contar con conocimientos en Microsoft .NET, Java, VB, HTML, XML, CSS, Webservices, Oracle, SQL, MySQL, (Interbase "Deseable").
Experiencia Laboral	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia mínima de 3 años en posiciones similares.
Jefe Inmediato	Jefe de Servicios
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Analizar los requerimientos funcionales y no funcionales. ➤ Construcción de Vistas, Trigger, funciones y procedimientos almacenados empleando Oracle 11g. ➤ Mantenimiento de las aplicaciones existentes. ➤ Levantamiento de información de requerimientos. ➤ Analizar, diagnosticar y comunicar solución tentativa a jefatura inmediata. ➤ Atender y resolver los requerimientos de los usuarios a nivel remoto y presencia

Fuente: Diario Gestión (2017)

Elaboración: Propia

6.2.3. Políticas y estrategias para la administración del talento

6.2.3.1. Políticas remunerativas y de compensación

A continuación, se mostrará las políticas o normas a emplear, se empleará los siguientes elementos para atraer gente a nuestra empresa:

- Igualdad de oportunidades
- Seguridad y salud
- Libertad de expresión
- Buen clima laboral
- No a la discriminación

6.2.3.2. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal.

Reclutamiento

La estrategia de reclutamiento que emplearemos será el reclutamiento externo, para el área administrativa uno de los socios tomará las riendas de la empresa. Para nuestro reclutamiento colgaremos avisos en la bolsa de trabajo de diversas instituciones conocidas, y publicación en un diario de la región, muy aparte de ello se utilizarán los siguientes puntos:

- Recomendación de conocidos
- Publicaremos anuncios en páginas web de anuncios de empleos
- Publicaremos anuncios en redes sociales

Selección

Nuestro objetivo principal es seleccionar los candidatos más adecuados para los roles y puestos que se les dará y estos deberán cumplir con nuestros fines y expectativas como organización. El encargado de la selección de personal será el administrador. Por lo cual usaremos:

- Entrevista personal
- Entrevista grupal
- Examen psicológico

- Test de aptitud vocacional y servicio
- Test de velocidad
- Test de desempeño

Para todas estas entrevistas se harán el mismo día con una duración de 8 horas con su respectivo descanso entre cada entrevista, la cual se les será remunerada puesto que se les será tomada como un día ya laborado para los que sean ya elegidos nuestros colaboradores de la empresa.

Contratación:

Siendo ya seleccionado y elegido nuestro colaborador por ser uno de los más aptos para el puesto, se procederá a una etapa de prueba por una semana remunerables, después pasara a un contrato de tres meses y según su rendimiento se les colocará en planilla, en caso de los que trabajen por recibos honorarios se les hará su contrato por el mismo

6.2.4. La planilla de la empresa o presupuesto de las remuneraciones

Tabla N°45 Presupuesto del Pago de Planilla

DATOS DE LA PLANILLA DE LOS TRABAJADORES POR REGÍMENES LABORALES												
				9%			9%					
Micro Empresa	Sueldo	Asignación Familiar	SUB TOTAL	SIS	ESSALUD	SUB TOTAL	Gratificación	Bon Excepcional	CTS	Vacaciones	TOTAL/MES	TOTAL ANUAL
Costo Operativo	S/. 3,720.00	S/. 0.00	S/. 3,720.00	S/. 0.00	S/. 487.80	S/. 5,907.80	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 246.16	S/. 6,153.96	S/. 73,847.50
Jefe de Servicio	S/. 1,700.00	S/. 0.00	S/. 1,700.00	S/. 0.00	S/. 153.00	S/. 1,853.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 77.21	S/. 1,930.21	S/. 23,162.50
Operarios de Servicios(2)	S/. 1,860.00	S/. 0.00	S/. 1,860.00	S/. 0.00	S/. 167.40	S/. 2,027.40	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 84.48	S/. 2,111.88	S/. 25,342.50
Operarios de Entrenamiento (02)	S/. 1,860.00	S/. 0.00	S/. 1,860.00	S/. 0.00	S/. 167.40	S/. 2,027.40	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 84.48	S/. 2,111.88	S/. 25,342.50
Gasto Administrativo	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 162.00	S/. 1,962.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 81.75	S/. 2,043.75	S/. 24,525.00
Administrador	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 1,800.00	S/. 0.00	S/. 162.00	S/. 1,962.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 81.75	S/. 2,043.75	S/. 24,525.00
Gasto de Ventas	S/. 1,700.00	S/. 0.00	S/. 1,700.00	S/. 0.00	S/. 153.00	S/. 1,853.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 84.48	S/. 1,937.48	S/. 23,162.50
Jefe de Ventas	S/. 1,700.00	S/. 0.00	S/. 1,700.00	S/. 0.00	S/. 153.00	S/. 1,853.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 77.21	S/. 1,930.21	S/. 23,162.50
		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
		S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
TOTAL PLANILLA	S/. 7,220.00	S/. 0.00	S/. 7,220.00	S/. 0.00	S/. 802.80	S/. 8,022.80	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 412.38	S/. 10,135.18	S/. 121,535.00

Elaboración: Propia

6.2.5 Aspectos legales, tributarios y societarios.

Para constituir la empresa se deberán considerar los siguientes puntos

Tabla N°46 Aspectos Legales, Tributarios y Societarios

Tramite a Realizar	Definición	Institución que lo realiza	Costos	Quien lo realiza
Búsqueda y reserva del nombre que se utilizara para realizar nuestras operaciones.	Corroborar que nuestro nombre no está siendo usado.	Sunarp	Búsqueda del nombre S/. 4 reserva del nombre S/.18	Los socios de empresa constituirse.
Elaboración de la minuta de constitución	Documento de que especifica los aportes dinerarios o no dinerarios de los socios	Notaria	S/.300	El abogado
Elaboración de Escritura Pública	Presentar la constitución de la empresa a los registros públicos	Notaria	S/.650	La notaria
Inscripción de la empresa en el registro de personas jurídicas	Nace el ente jurídico que es la empresa	Sunarp	S/. 84 Aprox	La notaria
Inscripción para obtener el ruc	Es el registro de contribuyente para la empresa	Sunat	Gratuito	Los socios o el representante legal de la empresa
Autorización del libro de planillas	Para llevar el registro contable de la empresa	MTPE		Representante Legal de la empresa
Inscripción de trabajadores a seguro social	Para que los trabajadores cuenten con el servicio de essalud	ESSALUD		Representante Legal de la empresa
Tramite de la licencia de funcionamiento	Autorización que se da a la empresa a iniciar operaciones	Municipalidad	S/612.	Representante Legal de la empresa

Elaboración: Propia

Tabla N°47 Gravámenes

Gravámenes Vigentes	Valor
IGV Impuesto general a la venta	16%
Impuesto de promoción municipal	2%

Elaboración: Propia

6.2.5.1 Razón social:

HUANCAKIDS

6.2.5.2. Tipo de Sociedad:

Ya que será una empresa con 4 socios se elaborará una minuta de constitución.

Pero se adelanta que será una sociedad anónima cerrada que tendrá 3 socias encargadas de la parte operativa, ventas y un representante de la empresa, pero todos tendrán que tomar decisiones en la empresa.

Se constituye una S.A.C para poder tener la confianza de los proveedores así mismo poder adquirir productos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

- SAC (Sociedad Anónima Cerrada)

Se ha elegido este tipo de sociedad debido a la responsabilidad limitada de los socios, ya que la misma se encuentra restringida al capital que aportan cada uno de ellos a la misma. Esto permitirá un clima de confiabilidad en la empresa.

6.2.5.3. Régimen:

El tipo de régimen que tendrá HUANCAKIDS SAC será el RÉGIMEN ESPECIAL DE RENTA.

Por los siguientes argumentos:

- El monto de los ingresos netos no superara los S/. 622,500 en el transcurso de cada año.
- El valor de los activos fijos afectados a la actividad, con excepción de los predios o vehículos, no superaran los S/. 126,000.
- Se deberán desarrollar las actividades generadoras de rentas de tercera categoría con personal afectado a la actividad que no supere las 10 personas por turno de trabajo.
- El monto acumulado de sus adquisiciones afectadas a la actividad no superara los S/. 622,500, en el transcurso de cada año.
- No realizaremos ninguna de las actividades que están prohibidas en el RER.
- IGV: 18 % del valor de venta, con deducción del crédito fiscal.
- Impuesto a la Renta: 1.5% de nuestros ingresos netos mensuales. El pago de esta cuota mensual será de carácter cancelatorio.

6.2.5.4. Nombre Comercial

Gráfico N°48 Ilustración del nombre comercial



Elaboracion: Propia

Tabla N° 48 Datos de La Empresa

RESUMEN DE DATOS DE LA EMPRESA	
Razón social	HUANCAKIDS SAC
Nombre comercial	HUANCA KIDS
Nro. De socios	4
Dirección	Av. Ferrocarril 360 – Huancayo
Departamento	Junín
Provincia	Huancayo
Teléfonos	064- 242356
Dirección electrónica	Serviciosinfantiles@huancakids.com
NSE	A – B
Actividad económica	Servicio de Entretenimiento Infantil

Elaboracion: Propia

CAPITULO VII

PLAN DE INVERSION

7.1 Plan de Inversión

7.1.1 inversion fija Tangible

Tabla N°49 Maquinaria y Equipo

INVERSION FIJA TANGIBLE			
Rubro	Valor Unitario	Unid. Req.	Inversión Total
Terrenos y/o Infraestructura			S/. 0.00
Remodelacion y	S/. 15,000.00	1	S/. 15,000.00
Total			S/. 15,000.00
Maquinaria y Equipos			
Cámara de video	S/. 300.00	5	S/. 1,500.00
Computadora	S/. 2,000.00	3	S/. 6,000.00
Televisores	S/. 800.00	2	S/. 1,600.00
Equipo de sonido	S/. 500.00	1	S/. 500.00
parlantes	S/. 150.00	4	S/. 600.00
Multifuncional	S/. 500.00	1	S/. 500.00
Telefono	S/. 100.00	2	S/. 200.00
Router	S/. 100.00	2	S/. 200.00
Proyector	S/. 7,500.00	2	S/. 15,000.00
Tiketera	S/. 400.00	1	S/. 400.00
Pizarras Dig.	S/. 1,500.00	2	S/. 3,000.00
Mini Laptos	S/. 250.00	6	S/. 1,500.00
Total			S/. 31,000.00
Mercaderia			
varios (toallas,shampo,ganchos, peines,gel,etc)			5000
varios (lapices, papeles, temperas,etc)			8344.10
Herramientas			
Extintores	S/. 150.00	4	S/. 600.00
Botiquin	S/. 150.00	1	S/. 150.00
Brazaletes de pa	S/. 0.30	1000	S/. 300.00
Total			S/. 14,394.10

Elaboracion: Propia

Tabla N°50 Muebles y Enseres

Muebles y enseres			
Modulo de Recepcion	S/. 4,000.00	1	S/. 4,000.00
Juego Playground	S/. 34,500.00	1	S/. 34,500.00
Cama Elastica	S/. 2,500.00	1	S/. 2,500.00
Resbaladora Infantil	S/. 700.00	4	S/. 2,800.00
Piscina de Pelotas	S/. 2,981.63	1	S/. 2,981.63
Carruaje Princesa	S/. 250.00	3	S/. 750.00
Balancin	S/. 300.00	3	S/. 900.00
Carritos de Plastico	S/. 250.00	4	S/. 1,000.00
Porta Zapatos	S/. 300.00	2	S/. 600.00
Escritorio	S/. 800.00	1	S/. 800.00
Mesas	S/. 250.00	3	S/. 750.00
sillas (banqueta)	S/. 130.00	8	S/. 1,040.00
Sillas Individ.	S/. 50.00	10	S/. 500.00
Sillas Giratorias	S/. 150.00	2	S/. 300.00
EVA espuma	S/. 25.00	80	S/. 2,000.00
Caballetes (pintados)	S/. 80.00	4	S/. 320.00
Armario	S/. 250.00	2	S/. 500.00
Libreros	S/. 150.00	2	S/. 300.00
Juguetes varios	S/. 60.00	30	S/. 1,800.00
Especios	S/. 100.00	3	S/. 300.00
Silla de Peluqueria	S/. 150.00	4	S/. 600.00
Comodas	S/. 400.00	2	S/. 800.00
Lamparas	S/. 180.00	6	S/. 1,080.00
Secadora	S/. 200.00	3	S/. 600.00
Tachos	S/. 30.00	2	S/. 60.00
Set de Limpieza	S/. 80.00	2	S/. 160.00
Total			S/. 61,941.63
TOTAL INVERSION FIJA TANGIBLE			S/. 122,335.73

Elaboracion: Propia

- Equipos, muebles, herramientas y mercaderias necesarios para el buen funcionamiento de nuestro local comercial.
- Nota: el INMUEBLE donde se desarrollará los servicios de HUANCAKIDS se considerará como parte del PATRIMONIO de la empresa, ya que dicho precio sera entregado por parte de uno de los socios, por tal motivo es considerado en costo cero dentro de la inversión del negocio.

7.1.2 inversion fija Intangible

Tabla N°51 Gastos Preoperativos

INVERSION FIJA INTANGIBLE			
Gastos Pre-operativos			
Constitución de	S/. 800.00	1	S/. 800.00
Licencia de funci	S/. 414.20	1	S/. 414.20
Certificación de	S/. 97.45	1	S/. 97.45
Pagos Sunarp	S/. 64.00	1	S/. 64.00
Estudios de Prei	S/. 3,000.00	1	S/. 3,000.00
Creacion Pagina	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
Otros	S/. 1,000.00	1	S/. 1,000.00
TOTAL INVERSION FIJA INTANGIBLE			S/. 6,875.65

Elaboracion: Propia

- **Detalle de gastos para la constitución de la empresa**

7.1.3 Capital de Trabajo

Tabla N°52 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Garantía del alquiler y pago adelantado		S/. 0.00
COSTOS OPERATIVOS		15775
Personal en planilla		6154
Bienes		225
Útiles de escritorio		90
Materiales de limpieza		35
Materiales de computación		70
Otros		30
Servicios		1052
Luz		300
Agua		192
Teléfono + internet+ cable		70
Mantenimiento y reparación		320
Movilidad		100
Otros		70
Mercaderías		8344
GASTOS ADMINISTRATIVOS		2752.75
Personal en planilla		2043.75
Bienes		125
Útiles de escritorio		40
Materiales de limpieza		30
Materiales de computación		32
Otros		23
Servicios		584
Luz		100
Agua		64
Teléfono + internet		70
Mantenimiento y reparación		210
Movilidad		80
Imprevistos y otros		60

GASTOS DE VENTAS		4994.475
Personal en planilla		1937.475
Bienes		169
Útiles de escritorio		60
Materiales de limpieza		40
Materiales de computación		49
Otros		20
Servicios		2888
Luz		100
Agua		64
Teléfono + internet		210
Publicidad		2194
Mantenimiento y reparación		210
Movilidad		70
Imprevistos y otros		40
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		23522
TOTAL INVERSIONES		S/. 152,733.38

Elaboracion: Propia

7.2 Análisis de Costos

- En esta tabla se detalla los ingresos mensuales del servicio que se brindará.

Tabla N°53 Ingresos por ventas.

Proyección de Ventas AÑO 1														Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL				
Servicios	1192	1200	1049	1047	1020	1046	1344	1090	1011	1025	1400	1880	14304	17165	20598	24717	29661
Valor de venta unitario	S/20.00																
Valor de venta mensual	S/23,840.00	S/24,000.00	S/20,980.00	S/20,940.00	S/20,400.00	S/20,920.00	S/26,880.00	S/21,800.00	S/20,220.00	S/20,500.00	S/28,000.00	S/37,600.00	S/286,080.00	S/343,296.00	S/411,955.20	S/494,346.24	S/593,215.49
IGV	S/4,291.20	S/4,320.00	S/3,776.40	S/3,769.20	S/3,672.00	S/3,765.60	S/4,838.40	S/3,924.00	S/3,639.60	S/3,690.00	S/5,040.00	S/6,768.00	S/51,494.40	S/61,793.28	S/74,151.94	S/88,982.32	S/106,778.79
Precio de Venta mensual	S/28,131.20	S/28,320.00	S/24,756.40	S/24,709.20	S/24,072.00	S/24,685.60	S/31,718.40	S/25,724.00	S/23,859.60	S/24,190.00	S/33,040.00	S/44,368.00	S/337,574.40	S/405,089.28	S/486,107.14	S/583,328.56	S/699,994.28

Elaboracion: Propia

- En esta tabla se muestra las ganancias que se obtienen en los meses

Tabla N°54 Costo de Atención por cada Servicio

Proyección de Ventas AÑO 1														Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL				
Servicios	1192	1200	1049	1047	1020	1046	1344	1090	1011	1025	1400	1880	14304	17165	20598	24717	29661
Valor de venta unitario	S/20.00																
Valor de venta mensual	S/23,840.00	S/24,000.00	S/20,980.00	S/20,940.00	S/20,400.00	S/20,920.00	S/26,880.00	S/21,800.00	S/20,220.00	S/20,500.00	S/28,000.00	S/37,600.00	S/286,080.00	S/343,296.00	S/411,955.20	S/494,346.24	S/593,215.49
IGV	S/4,291.20	S/4,320.00	S/3,776.40	S/3,769.20	S/3,672.00	S/3,765.60	S/4,838.40	S/3,924.00	S/3,639.60	S/3,690.00	S/5,040.00	S/6,768.00	S/51,494.40	S/61,793.28	S/74,151.94	S/88,982.32	S/106,778.79
Precio de Venta mensual	S/28,131.20	S/28,320.00	S/24,756.40	S/24,709.20	S/24,072.00	S/24,685.60	S/31,718.40	S/25,724.00	S/23,859.60	S/24,190.00	S/33,040.00	S/44,368.00	S/337,574.40	S/405,089.28	S/486,107.14	S/583,328.56	S/699,994.28

Elaboración: Propia.

Tabla N°55 Proyección de Costos, Gastos Administrativos y de Ventas

Proyección de costos, gastos administrativos y de ventas. AÑO 1													3.25%	0.0325	1.0325	Incremento: la inflación		
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Costos Operativos	S/1,277.00	S/15,324.00	S/18,388.80	S/22,066.56	S/26,479.87	S/31,775.85	S/98,711.08											
Bienes	S/225.00	S/2,700.00	S/3,240.00	S/3,888.00	S/4,665.60	S/5,598.72	S/20,092.32											
Útiles de escritorio	S/90.00	S/1,080.00	S/1,296.00	S/1,555.20	S/1,866.24	S/2,239.49	S/8,036.93											
Materiales de limpieza	S/35.00	S/420.00	S/504.00	S/604.80	S/725.76	S/870.91	S/3,125.47											
Materiales de computación	S/70.00	S/840.00	S/1,008.00	S/1,209.60	S/1,451.52	S/1,741.82	S/6,250.94											
Otros	S/30.00	S/360.00	S/432.00	S/518.40	S/622.08	S/746.50	S/2,678.98											
Servicios	S/1,052.00	S/12,624.00	S/15,148.80	S/18,178.56	S/21,814.27	S/26,177.13	S/93,942.76											
Luz	S/300.00	S/3,600.00	S/4,320.00	S/5,184.00	S/6,220.80	S/7,464.96	S/26,789.76											
Agua	S/192.00	S/2,304.00	S/2,764.80	S/3,317.76	S/3,981.31	S/4,777.57	S/17,145.45											
Teléfono + internet	S/70.00	S/840.00	S/1,008.00	S/1,209.60	S/1,451.52	S/1,741.82	S/6,250.94											
Alquiler		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00											
Mantenimiento y reparación	S/320.00	S/3,840.00	S/4,608.00	S/5,529.60	S/6,635.52	S/7,962.62	S/28,575.74											
Movilidad	S/100.00	S/1,200.00	S/1,440.00	S/1,728.00	S/2,073.60	S/2,488.32	S/8,929.92											
Imprevistos y otros	S/70.00	S/840.00	S/1,008.00	S/1,209.60	S/1,451.52	S/1,741.82	S/6,250.94											
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/709.00	S/8,508.00	S/8,784.51	S/9,070.01	S/9,364.78	S/9,669.14	S/45,396.44											
Bienes	S/125.00	S/1,500.00	S/1,548.75	S/1,599.08	S/1,651.05	S/1,704.71	S/8,003.60											
Útiles de escritorio	S/40.00	S/480.00	S/495.60	S/511.71	S/528.34	S/545.51	S/2,561.15											
Materiales de limpieza	S/30.00	S/360.00	S/371.70	S/383.78	S/396.25	S/409.13	S/1,920.86											
Materiales de computación	S/32.00	S/384.00	S/396.48	S/409.37	S/422.67	S/436.41	S/2,048.92											
Otros	S/23.00	S/276.00	S/284.97	S/294.23	S/303.79	S/313.67	S/1,472.66											
Servicios	S/584.00	S/7,008.00	S/7,235.76	S/7,470.92	S/7,713.73	S/7,964.42	S/37,392.83											
Luz	S/100.00	S/1,200.00	S/1,239.00	S/1,279.27	S/1,320.84	S/1,363.77	S/6,402.88											
Agua	S/64.00	S/768.00	S/792.96	S/818.73	S/845.34	S/872.81	S/4,097.84											
Teléfono + internet	S/70.00	S/840.00	S/867.30	S/895.49	S/924.59	S/954.64	S/4,482.02											
Alquiler		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00											
Mantenimiento y reparación	S/210.00	S/2,520.00	S/2,601.90	S/2,686.46	S/2,773.77	S/2,863.92	S/13,446.05											
Movilidad	S/80.00	S/960.00	S/991.20	S/1,023.41	S/1,056.67	S/1,091.02	S/5,122.31											
Imprevistos y otros	S/60.00	S/720.00	S/743.40	S/767.56	S/792.51	S/818.26	S/3,841.73											
GASTOS DE VENTAS	S/1,122.60	S/13,471.20	S/15,589.44	S/18,707.33	S/22,448.79	S/26,938.55	S/97,155.31											
Bienes	S/169.00	S/2,028.00	S/2,433.60	S/2,920.32	S/3,504.38	S/4,205.26	S/15,091.56											
Útiles de escritorio	S/60.00	S/720.00	S/864.00	S/1,036.80	S/1,244.16	S/1,492.99	S/5,357.95											
Materiales de limpieza	S/40.00	S/480.00	S/576.00	S/691.20	S/829.44	S/995.33	S/3,571.97											
Materiales de computación	S/49.00	S/588.00	S/705.60	S/846.72	S/1,016.06	S/1,219.28	S/4,375.66											
Otros	S/20.00	S/240.00	S/288.00	S/345.60	S/414.72	S/497.66	S/1,785.98											
Servicios	S/953.60	S/11,443.20	S/13,155.84	S/15,787.01	S/18,944.41	S/22,733.29	S/82,063.75											
Luz	S/100.00	S/1,200.00	S/1,440.00	S/1,728.00	S/2,073.60	S/2,488.32	S/8,929.92											
Agua	S/64.00	S/768.00	S/921.60	S/1,105.92	S/1,327.10	S/1,592.52	S/5,715.15											
Teléfono + internet	S/210.00	S/2,520.00	S/3,024.00	S/3,628.80	S/4,354.56	S/5,225.47	S/18,752.83											
Publicidad	S/259.60	S/3,115.20	S/3,738.24	S/4,485.89	S/5,383.07	S/6,459.68	S/23,182.07											
Alquiler		S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00											
Mantenimiento y reparación	S/210.00	S/2,520.00	S/3,024.00	S/3,628.80	S/4,354.56	S/5,225.47	S/18,752.83											
Movilidad	S/70.00	S/840.00	S/1,008.00	S/1,209.60	S/1,451.52	S/1,741.82	S/6,250.94											
Imprevistos y otros	S/40.00	S/480.00	S/576.00	S/691.20	S/829.44	S/995.33	S/3,571.97											

Elaboración: Propia

Tabla N°56 Resumen de los Costos Variables y Fijos por los Primeros Cinco Años

CUADRO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES	S/.189,300	S/.212,390	S/.240,098	S/.273,349	S/.313,249
GASTOS FIJOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/.33,033	S/.33,310	S/.33,595	S/.33,890	S/.34,194
GASTOS DE VENTAS	S/. 36,634	S/. 38,752	S/. 41,870	S/. 45,611	S/. 50,101
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	S/.24,788	S/.24,788	S/.24,788	S/.24,788	S/.15,713
TOTAL GASTOS FIJOS	S/.94,454	S/.96,849	S/.100,252	S/.104,289	S/.100,008

Elaboración: Propia

7.3. Análisis Financiero

A continuación, se analizará cómo se financiará el proyecto.

7.3.1. Estado de la situación financiera de apertura

Tabla N°57 Estructura de Financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO Y EN PORCENTAJE DEL PROYECTO.			
	SOCIOS	BANCO	
RUBROS	APORTE	CAPITALES DE TERCEROS	TOTAL
INVERSION TOTAL	S/.80,000.00	S/.72,714.18	S/.152,714.18
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	52.39%	47.61%	100.00%

Elaboración: Propia

7.3.2. Estado de Resultados.

Tabla N°58 Estado de Ganancias y Pérdidas

G. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas totales	S/.286,080	S/.343,296	S/.411,955	S/.494,346	S/.593,215
(-) Costos totales	S/.189,300	S/.212,390	S/.240,098	S/.273,349	S/.313,249
UTILIDAD BRUTA	S/.96,781	S/.130,906	S/.171,857	S/.220,998	S/.279,967
Gastos administrativos	S/.33,033	S/.33,310	S/.33,595	S/.33,890	S/.34,194
Gastos de ventas	S/.36,634	S/.38,752	S/.41,870	S/.45,611	S/.50,101
Depreciación y Amortización acumulada	S/.24,788	S/.24,788	S/.24,788	S/.24,788	S/.15,713
UTILIDAD OPERATIVA	S/.27,114	S/.58,845	S/.96,392	S/.141,497	S/.195,672
Intereses de préstamo	S/.18,518	S/.16,139	S/.13,068	S/.9,106	S/.3,993
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/.8,596	S/.42,706	S/.83,324	S/.132,390	S/.191,679
Impuesto a la Renta (Régimen Mype Tributario)	S/.860	S/.4,271	S/.12,442	S/.26,916	S/.44,406
UTILIDAD NETA	S/.7,736	S/.38,435	S/.70,882	S/.105,474	S/.147,272

Elaboración: Propia

- En este cuadro se puede ver el estado de ganancias y pérdidas proyectado para los años 1 hasta el 5 en donde se ve las ganancias que se tendrán desde el año 1 al 5 y se puede ver en el año 1,2,3,4 y 5 el pago de los intereses por el préstamo obtenido.

7.3.3. Punto de Equilibrio

Tabla N°59 Punto de Equilibrio en unidades del primer año

PUNTO DE EQUILIBRIO	S/.94,454	S/.96,849	S/.100,252	S/.104,289	S/.100,008
	S/. 13.00				
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	7,265.71	7,449.92	7,711.72	8,022.20	7,692.90

Elaboración: Propia

Tabla N°60 Punto de Equilibrio en soles del primer año

PUNTO DE EQUILIBRIO EN SOLES	S/.94,454	S/.96,849	S/.100,252	S/.104,289	S/.100,008
	0.338299	0.338299	0.338299	0.338299	0.338299
PUNTO DE EQUILIBRIO EN SOLES	S/. 279,203.65	S/. 286,282.45	S/. 296,342.75	S/. 308,273.74	S/. 295,619.59

Elaboración: Propia

7.3.4. Ratios e Indicadores Financieros

Tabla N°61 Indicadores Financieros

RUBROS	AÑO 1
Ventas totales	S/.286,080
(-) Costos totales	S/.189,300
UTILIDAD BRUTA	S/.96,781
Gastos administrativos	S/.33,033
Gastos de ventas	S/.36,634
Depreciación y Amortización acumulada	S/.24,788
UTILIDAD OPERATIVA	S/.27,114
Intereses de préstamo	S/.18,518
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/.8,596
Impuesto a la Renta (Régimen Mype Tributario)	S/.860
UTILIDAD NETA	S/.7,736

Elaboración: Propia

Índice de Rentabilidad Bruta

Se dará a conocer la relación entre utilidad y las ventas netas.

Tabla N°62 Índice de Rentabilidad Bruta

Utilidad bruta	S/96,781	34%
Ventas netas	S/286,080	

Elaboración : Propia

Se obtendrá una rentabilidad equivalente a 34% por las ventas netas.

Índice de Renta Neta

Utilidad obtenida en relación con las ventas netas

Tabla N°63 Índice de Renta Neta

Utilidad Neta	S/7,736	3%
Ventas Netas	S/286,080	

Elaboración: Propia

7.4. Plan Financiero

7.4.1. Presupuesto financiero

Tabla N°64 Aporte de Dinero

	SOCIOS	BANCO	
RUBROS	APORTE	CAPITALES DE TERCEROS	TOTAL
INVERSIÓN TOTAL	S/.80,000.00	S/.72,714.18	S/.152,714.18
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	52.39%	47.61%	100.00%

Elaboración: Propia

➤ **Aporte de Socios:**

Socio	%	S/.
María del Carmen chungu	17	25,959.15
Kelly Aguilar Tacsu	15	22,905.13
Lina Tananta Gonzales	20.39	31,135.72
Total	52.39	80,000.00

- **El préstamo de Capital de Terceros** (entidad bancaria BCP), será realizado a través de un préstamo de carácter personal, por nuestro socio **JOEL FELIX MENDOZA CALDERON**, ya que nuestro socio es cliente de confianza de dicha institución, por percibir altas utilidades de su actual centro de labor ELECTROPERU S.A.

Socio	%	S/.
Joel Félix Mendoza Calderón	47.61	72,714.18

Tabla N°65 Estructura de pagos de cuotas del préstamo

FINANCIAMIENTO PARA CAPITAL DE TRABAJO										
DATOS	Préstamo	S/.	72,714.18							
	n		5	año		12	60			
	Pagos		mensuales				meses			
	TEA		29.05%	0.2905						
	Seguro Desgravamen		0.08%							
Cronograma de pago de la deuda TEA										
Periodo	Amortización		Interés		Seguro Desgravamen	CUOTA	SALDO			
1	S/.	605.57	S/.	1,561.89	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	72,714.18
2	S/.	618.57	S/.	1,548.89	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	72,108.62
3	S/.	631.86	S/.	1,535.60	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	71,490.04
4	S/.	645.43	S/.	1,522.03	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	70,858.18
5	S/.	659.30	S/.	1,508.16	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	70,212.75
6	S/.	673.46	S/.	1,494.00	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	69,553.46
7	S/.	687.92	S/.	1,479.54	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	68,880.00
8	S/.	702.70	S/.	1,464.76	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	68,192.08
9	S/.	717.79	S/.	1,449.67	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	67,489.38
10	S/.	733.21	S/.	1,434.25	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	66,771.58
11	S/.	748.96	S/.	1,418.50	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	66,038.37
12	S/.	765.05	S/.	1,402.41	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	65,289.41
13	S/.	781.48	S/.	1,385.98	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	64,524.36
14	S/.	798.27	S/.	1,369.19	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	63,742.88
15	S/.	815.42	S/.	1,352.05	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	62,944.61
16	S/.	832.93	S/.	1,334.53	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	62,129.19
17	S/.	850.82	S/.	1,316.64	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	61,296.26
18	S/.	869.10	S/.	1,298.36	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	60,445.44
19	S/.	887.77	S/.	1,279.70	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	59,576.34
20	S/.	906.83	S/.	1,260.63	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	58,688.58
21	S/.	926.31	S/.	1,241.15	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	57,781.74
22	S/.	946.21	S/.	1,221.25	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	56,855.43
23	S/.	966.53	S/.	1,200.93	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	55,909.22
24	S/.	987.30	S/.	1,180.16	S/.	58.17	S/.	2,225.63	S/.	54,942.69

Elaboración: Propia

Tabla N°66 Resumen del préstamo por Años

CUADRO RESUMEN POR AÑOS									
Periodo	Amortización		Interés		Seguro Desgravamen				
1	S/.	8,189.82	S/.	17,819.70	S/.	698.06	AÑO 1	S/.	18,517.76
2	S/.	10,568.97	S/.	15,440.56	S/.	698.06	AÑO 2	S/.	16,138.61
3	S/.	13,639.25	S/.	12,370.27	S/.	698.06	AÑO 3	S/.	13,068.33
4	S/.	40,316.14	S/.	8,408.07	S/.	698.06	AÑO 4	S/.	9,106.12
5	S/.	22,714.68	S/.	3,294.84	S/.	698.06	AÑO 5	S/.	3,992.90
TOTAL	S/.	72,714.18	S/.	54,038.60	S/.	2,792.22	S/.	129,545.00	

Elaboración: Propia

Este cuadro el detalle de los pagos o amortizaciones e intereses por el préstamo obtenido del BCP cual se pagará en el periodo de 5 años.

✓ Cálculo de la tasa de descuento WACC

ECONÓMICO

Tabla N°67 WACC Económico

Concepto	% Aporte	X	Costo Oport	+	% Ptmo	X	Tasa Interés
Tasa desc econ	52.39%	X	20%	+	47.61%	X	29.13%
Tasa desc econ	0.10702346			+	0.13870121		
Tasa desc econ	0.24572467		24.57%				

Elaboración: Propia.

FINANCIERO

Tabla N°68 WACC Financiero

Concepto	% Aporte	X	Costo Oport	+	% Ptmo	X	Tasa Interés	X	(1 - I Rta)
Tasa desc financ	52.39%	X	20%	+	47.61%	X	29.13%	X	70.50%
Tasa desc financ	0.10702346			+	0.09778435				
Tasa desc financ	0.20480781		20.48%						

Elaboración: Propia.

Para obtener el WACC hay que tener presente el costo oportunidad Cok el cual se calcula teniendo en cuenta los siguientes datos:

$$Cok = rf + b * (rm - rf) + \text{riesgo país}$$

- Rf: tasa libre de riesgo
- B: beta

7.5. Evaluación Financiera

7.5.1. Flujo de caja Proyectada

Tabla N°69 Flujo de caja

H. FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos totales		S/. 286,080	S/. 343,296	S/. 411,955	S/. 494,346	S/. 593,215
(-) Inversión total	-S/. 152,714					
(-) Costos totales		S/. 189,300	S/. 212,390	S/. 240,098	S/. 273,349	S/. 313,249
(-)Gastos administrativos		S/. 33,033	S/. 33,310	S/. 33,595	S/. 33,890	S/. 34,194
(-)Impuesto a la Renta		S/. 860	S/. 4,271	S/. 12,442	S/. 26,916	S/. 44,406
FLUJO NETO ECONOMICO	-S/. 152,714	S/. 62,888	S/. 93,326	S/. 125,820	S/. 160,191	S/. 201,366
(+) Préstamo	S/. 72,714					
(-) Intereses de préstamo		S/. 18,518	S/. 16,139	S/. 13,068	S/. 9,106	S/. 3,993
(-) Amortización del préstamo		S/. 8,190	S/. 10,569	S/. 13,639	S/. 40,316	S/. 22,715
FLUJO NETO FINANCIERO	-S/. 80,000	S/. 36,180	S/. 66,618	S/. 99,113	S/. 110,769	S/. 174,659
(+) Aporte propio	S/. 80,000					
FLUJO NETO	S/. 0					

Elaboración: Propia.

7.5.2 Análisis de la Sensibilidad

7.5.2.1 Valor Actual Neto

Tabla N°70 Cálculo del VAN

ANÁLISIS DEL VANE y VANF							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
FLUJO NETO ECONOMICO	0.245724665	S/.62,887.90	S/.93,325.99	S/.125,820.08	S/.160,191.46	S/.201,366.14	
		1.2457	1.5518	1.9332	2.4082	2.9999	
FLUJO NETO ECONOMICO	-S/.152,714	S/.50,482.98	S/.60,139.31	S/.65,085.43	S/.66,519.83	S/.67,123.74	S/.156,637
FLUJO NETO FINANCIERO		S/.36,180.31	S/.66,618.41	S/.99,112.50	S/.110,769.20	S/.174,658.56	
		S/.1,2048	S/.1,4516	S/.1,7489	S/.2,1070	S/.2,5386	
FLUJO NETO FINANCIERO	-S/.80,000	S/.30,029.95	S/.45,894.29	S/.56,672.86	S/.52,571.20	S/.68,801.99	S/.173,970

Elaboración: Propia

7.5.2.2. Tasa Interna de Retorno

Tabla N°71 Cálculo del TIR

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO Y FINANCIERO Y TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO Y FINANCIERO			
VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO	S/.156,637.10	TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	58.97%
Es la actualización de cada uno de los flujos económicos que permitan determinar la gan: A que tasa de descuento el VANE es cero o pérdida del proyecto.			24.57%
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	S/.173,970.29	TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	77.77%
Es la actualización de cada uno de los flujos financieros que permitan determinar la gana A que tasa de descuento el VANF es cero			20.48%

Elaboración: Propia

Tabla N°72 Demostración del VANF

WACC FINANCIERO	77.77%						
		S/.36,180	S/.66,618	S/.99,113	S/.110,769	S/.174,659	
DEMOSTRACIÓN DEL VANF = 0		1.7777	3.1603	5.6182	9.9877	17.7555	
							VANF
	-S/.80,000	S/.20,351.93	S/.21,079.52	S/.17,641.20	S/.11,090.52	S/.9,836.85	S/.0

Elaboración: Propia

7.5.2.3. Beneficio Costo

Tabla N°73 Beneficio Costo

COSTO/BENEFICIO			
COSTO	S/. 152,714		
BENEFICIO	S/. 173,970		
RELACION BENEFICIO/COSTO	1.14		

Elaboración: Propia

- Podemos notar en relación a esta ratio costo -beneficio que el proyecto es viable ya que nos genera una ganancia de 0.14 céntimos por cada sol invertido.

7.5.2.4. Escenarios de Análisis de Sensibilidad.

Tabla N°74 Escenarios de Análisis

ESCENARIOS DE ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA EL PROYECTO HUANCA KIDS			
	PESIMISTA	MODERADO	OPTIMISTA
CRECIMIENTO SECTOR	15%	20%	25%
RENTABILIDAD AÑO 1	3%	3%	3%
RENTABILIDAD AÑO 2	9%	11%	13%
RENTABILIDAD AÑO 3	15%	17%	19%
RENTABILIDAD AÑO 4	18%	21%	24%
RENTABILIDAD AÑO 5	21%	25%	28%
TIR ECONÓMICO	53%	59%	65%
TIR FINANCIERO	68%	78%	87%
VAN ECONOMICO	S/.117,816	S/.156,637	S/.178,665
VAN FINANCIERO	S/.129,748	S/.173,970	S/.221,919
B/C	0.9	1.14	1.5
TIEMPO DE RECUPERACION	-	3.3 AÑOS	3.1 AÑOS

Elaboración: Propia

CONCLUSIONES

Conclusión 1

En este estudio de plan de negocio se puede notar que nuestro servicio tiene un mercado el cual está creciendo ya que las familias están dándole mucha importancia a la diversión de sus hijos que involucre educación y aprendizaje.

Conclusión 2

Los ingresos de HUANCAKIDS están conformados por concepto de tickets para niños, padres, colegios y alquiler del espacio de la cafetería, generando utilidades desde el primer año.

Conclusión 3

Para el primer año las ventas suman S/286,076.80 soles, las cuales crecerán en 20% anualmente acorde al porcentaje de crecimiento del sector servicios de entretenimiento a nivel Macroeconómico.

Conclusión 4

La inversión necesaria asciende a S/152 714.18 soles, lo cual será totalmente financiado por el capital social de la empresa. Siendo el socio JOEL FELIX MENDOZA CALDERON quien aporte de forma mayoritaria con el 47.61% de la inversión total.

Conclusión 5

El punto de equilibrio asciende a 7 265.71 de tickets al primer año, lo cual se alcanzará durante el séptimo mes del primer año. Además, el Periodo de Recuperación es de 3 años con tres meses.

Conclusión 6

El negocio es económicamente viable porque arroja una TIRE de 58.97%, TIRF de 77.77%, con un VANE de 24.57% y VANF 20.48, con un costo de oportunidad de S/1.14 soles.

RECOMENDACIONES

Recomendación 1

Se recomienda la ejecución de HUANCAKIDS por ser una propuesta de valor innovadora en el país, por razones de mercado y la rentabilidad del negocio.

Recomendación 2

Si bien el sector elegido está en crecimiento, se deberá crear un formato que sea franquicia con el propósito de llegar a nuevos mercados.

Recomendación 3

Se recomienda el desarrollo de futuros proyectos de negocios similares dentro de las provincias crecientes que profundicen en otros nichos de mercado.

Recomendación 4

Finalmente se recomienda la ejecución de una cadena extendida que involucre al proveedor del proveedor y cliente del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arellano marketing. (diciembre, 2017). *Huancayo 33% de la población es nueva clase media*. <http://www.mivivienda.com.pe/PortalCMS/archivos/documentos/EstudiodeMercadodelaViviendaSocialenHuancayo.pdf>
- Asociación peruana de Empresas de Investigación Peruana, (octubre, 2017). *Niveles Socioeconomicos*. <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf>
- Crecer Jugando (noviembre, 2017). *Precios de Juguetes*. <http://www.crecerjugando.pe/>
- Diario el comercio. (junio, 2016). *Demanda de juegos infantiles*. http://archivo.elcomercio.pe/economia/peru/demanda-juegos-ninos-crece-ritmo-20-anual-noticia-1737507?ref=flujo_tags_565251&ft=nota_2&e=imagen
- Economía (julio, 2015). *Crecimiento del PBI en la región de Junín*. <http://www.pqs.pe/economia/junin-region-con-mayor-crecimiento-del-pbi>
- El Comercio (abril, 2009). *Cuando el niño es el cliente*. <http://www.elcomercio.pe/autor/julio-Escalante-rojas/2>
- El Comercio (octubre, 2017). *Los retos que debe superar Perú para erradicar la pobreza*. <https://elcomercio.pe/economia/peru/retos-debe-superar-peru-erradicar-pobreza-noticia-466264>
- El Peruano – Normas Legales, Trabajo y Promoción del Empleo (octubre, 2017). *DECRETO SUPREMO N.º 005-2016-TR que incrementa la Remuneración Mínima Vital de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada*. <http://www.elperuano.com.pe/normaselperuano/2016/03/31/1361982-1.html>
- Gestiopolis. (noviembre, 2017). *Funciones de un administrador*. <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-administrador-que-hace-su-perfil-y-habilidades/>
- INEI (octubre, 2013). *Producto Bruto Interno por Departamentos*. https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1104/cap01.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (marzo, 2016). *Sector Sociales, 2016*. Recuperado de: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1368/junin.htm

Instituto Peruano de Economía. (diciembre, 2016). *Resultados del ICAE, 2016*.
<http://www.ipe.org.pe/documentos/resultados-del-icae-3er-trimestre-del-2016>

Instituto Peruano de Economía. (noviembre, 2017). *Variación de gastos hogar, 2014*.
<http://www.ipe.org.pe/graficos/que-regiones-padecen-de-mayor-pobreza>

Leader Summaries, Biblioteca de Libros Empresariales resumidos (2003) *Ser Competitivo*.
<https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/ser-competitivo>

PERU21 (mayo, 2017). *Pobreza extrema en el Perú cayó 0.3% en 2016, según el INEI*.
<https://peru21.pe/economia/pobreza-extrema-peru-cayo-0-3-2016-inei-75910>

Portal DEMI (septiembre, 2017). *Consumo Per cápita de Junín*.
http://demi.produce.gob.pe/Content/files/doc_03/Regionales/Jun%C3%ADn.pdf

ANEXOS

➤ **Registro de Marca**

Requisitos para la solicitud de registro de marcas de productos y/o servicios:

Completar y presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente (dos para la Autoridad y uno para el administrado).

Indicar los datos de identificación del(s) solicitante(s):

Para el caso de personas naturales: consignar el número del Documento Nacional de Identidad (DNI), Carné de Extranjería (CE) o Pasaporte e indicar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.

Para el caso de personas jurídicas: consignar el número del Registro Único de Contribuyente (RUC), de ser el caso.

En caso de contar con un representante, se deberá de indicar sus datos de identificación y será obligado presentar el documento de poder. *

Señalar el domicilio para el envío de notificaciones en el Perú (incluyendo referencias, de ser el caso).

Indicar cuál es el signo que se pretende registrar (denominativo, mixto, tridimensional, figurativo u otros).

Si la marca es mixta, figurativa o tridimensional se deberá adjuntar su reproducción (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).

De ser posible, se sugiere enviar una copia fiel del mismo logotipo al correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe (*Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles*).

Consignar expresamente los productos y/o servicios que se desea distinguir con el signo solicitado, así como la clase y/o clases a la que pertenecen. Para saber las clases a las cuáles pertenecen los productos o servicios a distinguir, se sugiere entrar al buscador PERUANIZADO.

En caso de una solicitud multiclase, los productos y/o servicios se deben indicar agrupados por la clase, precedidos por el número de clase correspondiente y en el orden estipulado por la Clasificación Internacional de Niza.

De reivindicarse prioridad extranjera sobre la base de una solicitud de registro presentada en otro país, deberá indicarse el número de solicitud cuya prioridad se reivindica, así como el país de presentación de esta. En esta situación particular, se deberá adjuntar copia certificada emitida por la autoridad competente de la primera solicitud de registro, o bien certificado de la fecha de presentación de esa solicitud, y traducción al español, de ser el caso.

Firmar la solicitud por el solicitante o su representante.

Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 13.90% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) por una clase solicitada, esto es S/. 534.99 Nuevos Soles. Este importe deberá pagarse en la sucursal del Banco de la Nación ubicado en el Indecopi-Sede Sur, Calle De La Prosa N° 104-San Borja, o bien realizar el pago a través de una de las modalidades que se ofrecen.

➤ **Inspeccion de defensa civil**

Calculadora de Costos de ITSDC

Motivo de la Inspección:

Detalle:

Tipo de Informe

Área:

Altura:

Tipo de Inspección:	BASICA
Monto a pagar (S/.):	97.455
Monto UIT(S/.):	3650.00

➤ **Licencia de funcionamiento**

2º. PROCEDIMIENTO 2 - ESTABLECIMIENTOS CON UN ÁREA DE MÁS DE 100 m² HASTA los 500 m² - CON ITSE BÁSICA EX – ANTE

– **REQUISITOS:**

- a) Solicitud para Licencia de Funcionamiento y/o Anuncio Adosado a la Fachada – con Carácter de Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad – Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil.
 - i. Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
 - ii. D.N.I. o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
- b) Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- c) Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones Básica EX – ANTE, emitido por la Oficina de Defensa Civil de la Municipalidad Provincial de Huancayo.
- d) Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:
 - i. Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
 - ii. Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada.
 - iii. Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.
 - iv. Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.
- f) Pago por derecho de la tasa administrativa de Licencia de Funcionamiento – **S/. 414.20**

➤ COTIZACIONES



FAMILY PLAY INDUSTRIAS RECREATIVAS SAC

RUC - 20546294782

Lima, Miércoles 10 de Enero del 2018

Proforma N° : 001-1974
 Cliente : lima tananta gonzales
 Dirección : unidad vecinal numero 3 block 49 dpto A 4
 Email : lilitananta@gmail.com
 Teléfonos : 921163659

Mediante el presente le hacemos llegar nuestra cotización, según el detalle siguiente:

Item	Producto	Precio	Cant.	Total
1	 <p>Playground Laberinto Juegos para Pollerías Leña y Carbon Chosica MEDIDAS: 8m x 4.00m x 2.80m. Aprox. Elaborado en tubo negro estructural de 1 1/4 Y 1 1/2 x 2mm de espesor pintado con pintura al horno anticorrosivo color aluminio totalmente acobinado con espuma cebra 400 y recubrimiento de micro poroso y forado en lana Concord de alegres colores, malla alquitranada de 271/2 N°36, fibra de vidrio de 4mm de espesor pintado al horno para mayor durabilidad. Correas de nylon cocidas y sostenidas con refuerzos de fibra de vidrio. Incluye: -01 Placina de pelotas. De 2.60m x2.00m de fibra de vidrio forado con micro poroso - Tobogán tubular, codos y tubo con cúpulas. Espesor de 4mm. -01 tobogán concol confección de fibra de vidrio de 4mm de espesor. -01 torre con pasos de fibra de vidrio. Pisos de fibra conosa placados. -6 rodillos. Confección en espuma cebra 400. -04 pelotas foradas. -04 rodillos verticales. Confección en espuma cebra 400. -01 esfera de fibra de vidrio de 4mm de espesor. -01 cubera de Dragóncito bebe de fibra. De vidrio. -01 armazón de fibra tenes de castillo. -01 porta zapatos. -01 sillero. -01 reglas del juego.</p>	S/. 34500.00	1	S/ 34,500.00
2	 <p>CAMA ELASTICA CUADRADA DE 2m X 2m Elaborado en tubo negro estructural de 1" y 1 1/4 x 2mm de espesor pintado en base y acabado final con pintura al horno anticorrosivo color aluminio. Lana impregnada americana, malla alquitranada con pega pega, resortes acorados. Protector, capta, puentes y faldas son en lana concord color blanco resistente a la intemperie. Desmontable. Con escalera. MEDIDAS: 2m x 2m</p>	S/. 2500.00	1	S/ 2,500.00
3	 <p>resbaladera infantil Elaborado en fibra de vidrio de 4mm de espesor, pintado al horno. Modelo ondul. Escalera en tubo redondo de 7/8" x 1.5mm de espesor pintado en base y acabado final con pintura al horno con agaraderas de metal y pasos de plástico reforzado. Tiene pitorros para poder fijarlo en el piso por seguridad de los niños. MEDIDAS: 0.60m altura x 1.40m largo aprox.</p>	S/. 700.00	2	S/ 1,400.00

4		Piscina de Pelotas *01 PISCINA DE PELOTAS CON TECHO: Elaborado en tubo negro estructural de 1"1/2, 1 1/4 y 3/4" x 2.5mm. De espesor pintado en base y acabado final con pintura al horno. Acolchado con espuma zebra de 2" de calidad y forrado en lona concertad con protección a los rayos UV. Canastilla de cintas de nylon totalmente cocidas y reforzadas con hilo nylon. Resortes acerados para amortiguación. Malla alquitranada de color verde de 2 1/2 Nro 36. Entrada de fibra de vidrio de 4mm de espesor Incluye: 500 pelotas grandes de colores, escalera y zapatera. MEDIDAS: 1.60m x 2.10m CAPACIDAD: 06 niños.	S/. 2950.00	1	S/2,950.00	
TOTAL					S/41,350.00	

Condiciones de Venta:

- Validez de la oferta 30 días.
- Forma de pago 50% al contrato y saldo 50% contra entrega en oficina Lima o mediante depósito a la cta. etc.
- Garantía 12 meses.
- Incluye IGV
- Tiempo de entrega del laberinto: de 20 a 25 días, según coordinación con el cliente.
- Tiempo de entrega de los juegos pequeños: 05 días, según coordinación con el cliente.

CUENTA CORRIENTE EN SOLES BCP

Nº 193-2088505-0-08

Agradeciendo de antemano la atención a la presente esperamos su pronta respuesta, cualquier consulta comuníquese a los teléfonos 373 2060 o email: juegosfamilyplay1@hotmail.com, visítanos en nuestra web -> www.juegosfamilyplay.com

Sin otro particular, me despido de usted

Atte.

ERICKA ALCÁNTARA
Vendedor



Balancín Ballena

~~S/. 390~~
S/. 339



Balancín Caballito Azul

~~S/. 220~~
S/. 189



Casa Feber-House

~~S/. 1200~~
S/. 999



Cocina custom lila

~~S/. 750~~
S/. 699



Carrito Whisper Pink

~~S/. 440.00~~
S/. 379



Carruaje Princesa

~~S/. 580.00~~
S/. 459

➤ Formato de Registro

FICHA DE REGISTRO

Nº de Registro: _____



DATOS DEL NIÑO (A):



1	Nombre del niño(a):		
2	Apellido del niño(a):		
3	Edad	4	Sexo
5	DNI	6	Fecha de Nacimiento / /
7	Colegio	8	Grado

DATOS DEL PADRE O APODERADO:

1	Nombres:		
2	Apellidos:		
3	Sexo:	4	Fecha de Nacimiento / /
5	DNI:	6	Teléfono
6	Dirección:	7	Distrito
8	Correo Electrónico:		
9	Le gustaría recibir información de la empresa por su correo electrónico	SI	NO

➤ Diseño de Volante



➤ Carta de Intención de Mi Farma



CARTA DE INTENCION

El que suscribe en representación de Mifarma S.A.C., con RUC 20512002090 confirma:

La disposición de realizar una alianza estratégica con los representantes de la empresa HUANCAKIDS S.A.C.: Kelly Aguilar, Maria Chunga y Lina Tananta, mediante la cual nos comprometemos a que nuestra clientes tengan acceso a las propagandas e invitaciones de la empresa mencionada nos otorgue.

Quedo de ustedes

Lima, 18 de febrero del 2018

Mifarma S.A.C.
Jose Fernandez Castillo
Gerente General

Mifarma S.A.C
Calle Real #526 Junín - Huancayo
Telf. 5697823 / 5982301

➤ Fotos encuestas en Huancayo



