



**Plan de negocio para la formación y desarrollo de niños a través del juego  
y ambientado en un espacio temático en Lima Norte**

Tesis presentada en satisfacción parcial del requerimiento para obtener el grado  
de Maestro en Administración por:

Wilmar Auccacusi Galindo

Diego Enrique Andrade Feijo

Marlly Alberta Bustinza Vásquez

Brenda Portuguese Ledesma

**Programa de Maestría en Administración Tiempo Parcial 60**

**Lima, 05 de abril de 2018**

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis tiene como objetivo general determinar la viabilidad comercial, operativa y económica de un espacio temático en Lima Norte dedicado a la formación y desarrollo a través del juego dirigido a niños.

Lima Norte es una zona que ha demostrado un crecimiento económico en los últimos años, motivo por el cual fue considerada como lugar para la implementación del presente plan de negocios. A esto se suma que en Lima Norte existe una oferta limitada en el rubro de formación y desarrollo infantil, observándose en los padres de familia un interés por lugares donde los niños puedan desarrollarse, se diviertan y aprendan jugando (es un atributo muy valorado por ellos).

El plan de negocios está dirigido a los padres de familia que residen en la zona 2 de Lima Norte (distritos de Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres), pertenecen a los niveles socioeconómicos B/C1 y tengan niños entre los dos (2) a seis (6) años de edad. Por lo tanto se estimó un mercado potencial 16,482 personas, las cuales representan 26.8% del mercado.

El nombre considerado para el plan de negocio será “Pipoca” y se registrará como sociedad anónima cerrada, con la participación de 4 accionistas. Además, consideramos que el personal es un factor clave para el éxito del negocio en este caso tanto el administrador, el asistente administrativo, personal de recepción y los educadores consideramos que son la columna vertebral del negocio ya que guiarán y monitorearán a los niños.

El negocio “Pipoca” está ubicado en un lugar estratégico ubicado cerca de Plaza Norte y Mega plaza, también a colegios y nidos de la zona. Dicho lugar contará con una amplia área de 250 metros distribuido con 5 zonas para el desarrollo del niño: cognoscitiva, física, creativa, sensorial y socioemocional. Cada una de las zonas busca estimular al niño, ayudarlo y acompañarlo en su desarrollo físico como emocional.

En cuanto a las estrategias de marketing se ha definido una estrategia de diferenciación ya que se aplicará el método Montessori en cada una de las zonas.

Por otro lado, el título del plan indica el tema de concepto temático en la propuesta de negocio sin embargo esta pierde relevancia ya que hay otros factores diferenciadores que son más importantes abarcarlos a lo largo de la tesis.

Según el estudio de mercado, en la pregunta de opción múltiple sobre los atributos más valorados por los padres de familia, el 86.1% valoraron más los juegos que estimulan el aprendizaje, seguido de contar con personal calificado (64.1%), la seguridad de los niños (48.1%) y la decoración temática del ambiente (40.7%).

En lo referente al interés de los padres en los servicios ofrecidos, se obtuvo que el 83.7% de los padres están más interesados en juegos, seguido de actividades musicales (65.1%), manualidades (56.3%) y juegos tradicionales (41.4%). Por lo anteriormente mencionado se consideraron cinco (5) zonas con actividades diferentes en el diseño del espacio del local para ajustarse a las expectativas de los padres.

Dicho espacio tendrá un diseño minimalista para estimular la creatividad de los niños, así como contar con material educativo innovador, un personal especializado y con políticas estrictas de seguridad.

Para llevar a cabo dicho plan se requiere con una inversión inicial de 297,115 soles, de acuerdo a una proyección esperada de 20,202 visitas anuales para el primer año hasta llegar a 49,140 visitas al final del quinto año de proyección. Así mismo se pretende alcanzar un 5.4% de participación de mercado, dando como resultado un valor actual neto económico de 178,790.