

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	1
2. DESCRIPCIÓN DEL TEMA A ABORDAR Y PREGUNTAS CLAVE A RESPONDER	2
3. ALCANCE DEL TEMA A ABORDAR	4
4. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADO	5
4.1 Objetivo General	5
4.2 Objetivos Específicos	5
4.3 Resultados Esperados	5
5. MARCO CONCEPTUAL	6
5.1 Evolución de los Cafés en Chile	6
5.2 Ludoteca	7
6. DESCRIPCION DEL MERCADO	7
6.1 Mercado Potencial	9
6.1.1 Método de cuantificación	9
6.1.2 Estimación del número de vivienda y habitantes de las comunas de Sector Oriente	11
6.1.3 Estimación del número de hogares ABC1 por comuna en el sector oriente	12
6.1.4 Estimación del gasto por GSE en restaurantes, recreación y cultura	13
7. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	14
7.1 Localización	14
7.2 Competidores Directos	15
7.3 Comparación entre competidores	16
7.4 Fortalezas y debilidades de los competidores	20
8. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES	21
8.1 Análisis de la Densidad Poblacional por Comunas	21
8.2 Preferencias de los Clientes Potenciales	22
8.2.1 Caracterización Demográfica	22
8.2.2 Hábitos conductuales	22
8.2.3 Ticket promedio de consumo	23
8.2.4 Familiaridad con el concepto de Cafeterías kid friendly	23
8.2.5 Recordación de marca	24
8.2.6 Valoración de atributos	24
8.3 Identificación y caracterización de los distintos segmentos de clientes potenciales	25
8.4 Atractivo de los segmentos	28
9. ANÁLISIS PEST	28

9.1 Entorno Político -----	28
9.2 Entorno Económico -----	29
9.3 Entorno Socio cultural -----	30
9.3.1 Aumento GSE ABC1 -----	30
9.3.2 Participación laboral femenina -----	30
9.3.3 Padres consentidores -----	31
9.3.4 Reducción de la natalidad -----	31
9.4 Entorno Tecnológico -----	32
10. RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO APLICANDO MATRIZ FODA -----	32
10.1 FODA por segmentos -----	33
10.1.1 FODA Segmento Los Sociables (SS) -----	33
10.1.2 FODA Segmento Preocupados por Estimulación Temprana (PET) -----	34
10.1.3 FODA Segmento Exploradores de Espacios (EE) -----	34
10.1.4 FODA Segmento Multitask (MT) -----	34
10.1.5 FODA Segmento Salvavidas (SOS) -----	35
10.1.6 FODA Segmento All- Inclusive Happy Birthday (AIHB) -----	35
11. ESTRATEGIA DE NEGOCIO -----	36
11.1 Segmento objetivo -----	36
11.2 Ventaja competitiva y posicionamiento -----	36
11.3 Modelo de negocio CANVAS -----	37
11.4 Estrategia de marketing -----	39
11.4.1 Objetivos -----	39
11.4.2 Marketing Mix -----	39
12. EVALUACIÓN ECONÓMICA: -----	43
12.1 Inversión inicial -----	43
12.2 Gastos -----	44
12.3 Remuneraciones -----	44
12.4 Costos variables -----	45
12.5 Estimación de los Ingresos -----	45
12.6 Capital de trabajo -----	46
12.7 Financiamiento bancario -----	46
12.8 Tasa de Descuento – Modelo CAPM -----	47
12.9 Flujo Proyectado a 2 años -----	48
12.10 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) -----	48
12.11 Análisis de Sensibilidad -----	49
13. CONCLUSIÓN -----	50
14. BIBLIOGRAFIA -----	51