

## Tabla de Contenido

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1	ANTECEDENTES GENERALES.....	1
1.2	DESCRIPCIÓN DEL TEMA.....	1
1.3	OBJETIVOS.....	2
1.3.1	<i>Objetivos específicos</i> .....	2
1.4	MARCO CONCEPTUAL.....	2
1.4.1	<i>Plan de negocio</i> .....	2
1.4.2	<i>Educación alternativa</i> .....	3
1.4.3	<i>Metodología Montessori</i> .....	3
1.4.4	<i>Metodología Waldorf</i> .....	3
1.4.5	<i>Metodología Pikler</i> .....	3
1.4.6	<i>Metodología Reggio Emilia</i> .....	4
1.5	METODOLOGÍA DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	4
<b>2</b>	<b>ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA</b> .....	<b>5</b>
2.1	DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA.....	5
2.2	DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....	5
2.2.1	<i>Competidores</i> .....	5
2.2.2	<i>Mercado sustituto</i> .....	6
2.3	MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	8
<b>3</b>	<b>ANÁLISIS DEL MERCADO</b> .....	<b>12</b>
3.1	DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE “METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA ALTERNATIVA”.....	12
3.2	MERCADO BUSINESS TO CONSUMER (B2C).....	15
3.2.1	<i>Mercado Total</i> .....	15
3.2.2	<i>Mercado Potencial</i> .....	18
3.2.3	<i>Mercado Objetivo</i> .....	20
3.2.4	<i>Conclusiones del Estudio de Mercado B2C</i> .....	22

3.3	MERCADO BUSINESS TO BUSINESS B2B.....	22
3.3.1	<i>Centros de Educación Parvularia</i> .....	22
3.3.2	<i>Centros de Educación Parvularia en base a Metodologías Alternativas</i> .....	24
3.3.3	<i>Presupuesto destinado a Materiales Didácticos Infantiles</i> .....	24
3.3.4	<i>Entrevistas</i> .....	27
3.3.5	<i>Conclusiones al Análisis del Mercado B2B</i> .....	27
<b>4</b>	<b>ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO .....</b>	<b>28</b>
4.1	MODELO DE NEGOCIO CANVAS.....	28
4.2	FODA .....	29
	<i>ANÁLISIS EXTERNO</i> .....	29
4.2.1	<i>OPORTUNIDADES</i> .....	30
4.2.2	<i>AMENAZAS</i> .....	30
4.2.3	<i>FORTALEZAS</i> .....	30
4.2.4	<i>DEBILIDADES</i> .....	31
4.3	ANÁLISIS PESTL .....	31
4.3.1	<i>Políticos (Estable)</i> .....	32
4.3.2	<i>Económicos (Estable)</i> .....	32
4.3.3	<i>Sociales (Atractivo)</i> .....	32
4.3.4	<i>Tecnológicos (Tendencia Adaptación)</i> .....	32
4.3.5	<i>Legales (Estable)</i> .....	33
4.3.6	<i>Ambientales y/o ecológicos (Estable)</i> .....	33
4.4	CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	33
<b>5</b>	<b>PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>33</b>
5.1	OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING .....	34
5.2	FUENTE DE INFORMACIÓN .....	34
5.2.1	<i>Cálculo de la muestra</i> .....	34
5.2.2	<i>Resultados de la Encuesta</i> .....	35
5.3	ESTRATEGIA DE MERCADO.....	42
5.4	PROPUESTA DE VALOR PARA EL CLIENTE.....	43
5.5	THE CONSUMER JOURNEY .....	44
5.5.1	<i>Componentes del Consumer Journey</i> .....	44

5.5.2	<i>Consumer Journey aplicados a juguetes de educación alternativa.....</i>	46
5.5.3	<i>Desarrollo del mapa de compra de un juguete de educación alternativa</i>	46
5.6	SEGMENTO OBJETIVO.....	48
5.7	IDENTIDAD DE LA MARCA .....	49
5.8	MARKETING MIX .....	50
5.8.1	<i>Producto.....</i>	50
5.8.2	<i>Precio.....</i>	51
5.8.3	<i>Distribución .....</i>	52
5.8.4	<i>Promoción.....</i>	52
<b>6</b>	<b>PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>57</b>
6.1	PROCESOS .....	57
6.1.1	<i>Desarrollo de Productos.....</i>	57
6.1.2	<i>Elaboración del Producto.....</i>	57
6.1.3	<i>Proveedores .....</i>	63
6.1.4	<i>Layout Planta de Producción .....</i>	65
6.1.5	<i>Canal de Distribución de Ventas .....</i>	65
6.1.6	<i>Layout .....</i>	66
6.2	CONTRATACIÓN EXTERNA .....	67
<b>7</b>	<b>PLAN DE RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>67</b>
7.1	ORGANIGRAMA .....	68
7.1.1	<i>Área Especialista .....</i>	68
7.1.2	<i>Marketing.....</i>	69
7.2	DESCRIPCIÓN DE CARGOS .....	69
7.3	ESTRUCTURA DE REMUNERACIONES .....	75
<b>8</b>	<b>PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....</b>	<b>76</b>
8.1	INVERSIÓN INICIAL.....	76
8.2	INGRESOS .....	77
8.3	COSTOS .....	77
8.3.1	<i>Producción Propia.....</i>	78
8.3.2	<i>Producción Subcontratada .....</i>	79
8.3.3	<i>Comparación de Costos Medios .....</i>	80

8.4	FLUJO DE CAJA.....	81
8.4.1	<i>Cuadro de depreciaciones para la planta de producción .....</i>	<i>81</i>
8.4.2	<i>Calculo de la Tasa de Descuento mediante el CAPM.....</i>	<i>81</i>
8.4.3	<i>Producción Propia.....</i>	<i>82</i>
8.4.4	<i>Producción Subcontratada .....</i>	<i>85</i>
8.4.5	<i>Propuesta viabilidad del proyecto.....</i>	<i>89</i>
<b>9</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>91</b>
<b>10</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>93</b>
<b>11</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>96</b>