

Tabla de Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. PLANTEAMIENTO DE TESIS.....	2
2.1. Idea de Negocio.....	2
2.2. Preguntas Clave y Factores Críticos.....	3
2.3. Alcance del Tema.....	4
2.4. Objetivos.....	4
2.4.1. Objetivo General.....	4
2.4.2. Objetivos Específicos.....	4
2.5. Resultados Esperados.....	5
2.6. Marco Conceptual.....	5
2.7. Metodología.....	6
3. DIAGNÓSTICO.....	7
3.1. Mercado potencial.....	7
3.1.1. Descripción del mercado.....	7
3.2. Análisis del entorno y de la industria.....	11
3.2.1. Análisis PESTEL.....	11
3.2.1.1. Análisis Político.....	11
3.2.1.1.1. Conclusiones Análisis Político.....	12
3.2.1.2. Análisis Económico.....	13
3.2.1.2.1. Conclusiones Análisis Económico.....	19
3.2.1.3. Análisis Social.....	20
3.2.1.3.1. Conclusiones Análisis Social.....	25
3.2.1.4. Análisis Tecnológico.....	25
3.2.1.4.1. Conclusiones Análisis Tecnológico.....	26
3.2.1.5. Análisis Ecológico.....	27
3.2.1.5.1. Conclusiones Análisis Ecológico.....	27
3.2.1.6. Análisis Legal.....	27
3.2.1.6.1. Conclusiones Análisis Legal.....	28
3.3. Dimensionamiento del mercado meta.....	28
3.4. Caracterización de competidores.....	32
4. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES.....	33
4.1.1. Objetivo del análisis.....	33

4.1.1.1.	Generación de estudio.....	33
4.1.1.1.1.	Definición de la encuesta a realizar.....	33
4.1.1.1.2.	Cálculo de la muestra.	33
4.1.1.1.3.	Presentación de resultados.	34
4.1.1.1.4.	Entrevista juicio experto	39
5.	FORMULACIÓN ESTRATÉGICA.....	40
5.1.	Cinco Fuerzas de Porter y Barreras.....	40
5.1.1.	Rivalidad de la industria	40
5.1.2.	Poder de negociación de los clientes.....	40
5.1.3.	Poder de negociación de los proveedores.	40
5.1.3.1.	Análisis Docentes en Costa Rica.....	40
5.1.3.2.	Otros proveedores.....	42
5.1.4.	Sustitutos en el mercado de la educación privada.....	43
5.1.5.	Nuevos entrantes	44
5.1.6.	Barreras de entrada y salida.....	44
5.1.7.	Resumen de las 5 Fuerzas	45
5.2.	Análisis FODA.....	45
5.2.1.	Mitigación de debilidades y amenazas	46
5.3.	Formulación Estratégica.....	47
5.3.1.	Desarrollo de misión, visión y valores de la empresa.	47
5.3.2.	Estrategia de negocios a desarrollar, recursos y habilidades necesarias.....	47
6.	PLAN DE MARKETING.....	47
6.1.	Segmentación de mercado	47
6.2.	Segmento objetivo.....	48
6.3.	Marca del centro educativo	48
6.4.	Declaración de posicionamiento	49
6.5.	Objetivos de marketing.....	49
6.6.	Propuesta de Valor.....	49
7.	MARKETING MIX.....	49
7.1.	Servicio.....	50
7.2.	Promoción.....	51
7.3.	Plaza.....	52
7.4.	Precio	53

8. PLAN OPERATIVO	54
8.1. Consulta a juicio experto	54
8.1.1. Definición de propuesta pedagógica	57
8.1.2. Definición de personal requerido	58
8.2. Estructura Organizacional	58
8.3. Horarios	61
8.4. Infraestructura	62
8.5. Incentivos	62
8.5.1. Docentes	62
8.5.2. Vendedor	63
8.6. Control de calidad	63
9. ANÁLISIS FINANCIERO	63
9.1. Estimación de ingresos y egresos	63
9.1.1. Ingresos:	63
9.1.2. Egresos:	65
9.2. Calculo de Capital de Trabajo	66
9.3. Inversión inicial requerida	67
9.4. Análisis de escenarios	67
9.4.1. Escenario esperado	67
9.4.2. Escenario pesimista 1: menor % de alumnos que escenario esperado al mismo precio de mensualidad que el escenario esperado, flujo a 5 años plazo menos alumnos	72
9.4.3. Escenario pesimista 2: Partir con una disminución del precio de la mensualidad en 20%, para luego aumentar del año 2 al 5 en un 5%, con la misma cantidad de estudiantes que escenario esperado	72
9.4.4. Escenario pesimista 3: Contemplando la totalidad de las plazas hasta 4to grado con disminución del precio de la mensualidad en un 20% con respecto al precio esperado de la mensualidad	73
9.4.5. Escenario pesimista 4: Partir con una disminución del precio de la mensualidad en 20%, para luego aumentar del año 2 al 5 en un 5%, con menor cantidad de estudiantes que en el escenario esperado.	73
9.4.6. Escenario optimista 1: Partir con una disminución del precio de la mensualidad en 10%, para luego aumentar del año 2 al 5 en un 5% y contar con la totalidad de las plazas hasta 4to grado	73
9.4.7. Escenario optimista 2: contemplando la totalidad de las plazas hasta 4to grado al mismo precio que escenario esperado	74
9.4.8. Escenario optimista 3:	74

10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
11.	BIBLIOGRAFÍA.....	77
12.	ANEXOS.....	80