

Tabla de contenido

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL TEMA.....	3
III.	PREGUNTAS CLAVES A RESPONDER.....	4
IV.	OBJETIVOS	4
	Objetivo General	4
	Objetivos Específicos.....	4
V.	MARCO CONCEPTUAL	5
VI.	METODOLOGÍA.....	6
VII.	DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	7
VIII.	DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	10
a)	Mercado Global.....	11
b)	Mercado Local	13
IX.	ANÁLISIS PORTER DE LA INDUSTRIA	17
a)	Amenaza de nuevos Competidores.....	17
b)	Poder de negociación de los Clientes.....	19
c)	Poder de negociación de los Proveedores	20
d)	Amenaza de servicios sustitutos	20
	Conclusión análisis de fuerzas competitivas del sector	21
X.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO	22
a)	Estudio de Barrios y Sectores	23
b)	Precio de los Inmuebles	25
c)	Derechos a llaves.....	26
d)	Estudio de competencia y de oferta	27
	Conclusiones análisis de la competencia y oferta.....	31
	Marco Legal Educación Parvularia y Jardines Infantiles.....	32
	Análisis PESTEL de la industria	34
a)	Análisis Político.....	34
b)	Análisis Económico	36
c)	Análisis Social	37
d)	Análisis Tecnológicos.....	38
e)	Análisis Ecológico	39
f)	Análisis Legal	39

Conclusión análisis PESTEL	40
XI. ESTUDIO DE MERCADO	41
a) Determinación del tamaño de la muestra	41
b) Análisis de Resultados	42
Conclusiones del Estudio de Mercado	48
XII. MODELO DE NEGOCIO	50
a) Segmento de Clientes.....	51
b) Propuesta de Valor.....	51
c) Canal de Distribución	54
d) Relación con el cliente.....	54
e) Fuente de Ingresos.....	54
f) Recursos Claves	55
g) Actividades Claves	55
h) Socios Claves	56
i) Estructura de costos.....	56
XIII. PLAN DE MARKETING	58
a) Objetivos de Marketing.....	58
b) Segmentación.....	58
c) Estimación de participación del Mercado.....	59
d) Marketing MIX.....	59
XIV. PLAN DE OPERACIONES.....	63
Plan Pre - Operacional.....	63
Modelo Operativo y Plan Operacional	65
a) PROCESO ADMINISTRATIVO (Ver figura N° 38).....	66
b) PROCESO DE PLANIFICACIÓN (Ver figura N° 39)	67
c) PROCESO DE EVALUACIÓN (Ver figura N° 40).....	68
d) ORGANIZACIÓN	68
e) SISTEMAS DE INFORMACIÓN	68
f) SISTEMA DE GESTIÓN.....	68
XV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	72
XVI. PLAN FINANCIERO	78
CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN	78
a) Línea Base – Caso Sin Proyecto	78
b) Unidad Monetaria y Macroeconómicos.....	79
c) Tasa de impuestos.....	79

d)	Agente	80
e)	Plazo de la evaluación	80
f)	Inversión Inicial	80
g)	Ingresos Proyectados	81
h)	Costos Proyectados	82
i)	Depreciación de Activos.....	83
	PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS.....	84
	EVALUACION FINANCIERA.....	85
a)	PROYECTO PURO	85
b)	PROYECTO FINANCIADO.....	88
	Análisis de Sensibilidad	90
a)	Sensibilidad al número de matriculas	90
b)	Sensibilidad a la variación del precio	91
	Análisis Bidimensional.....	92
a)	Análisis Tasa de descuento Vs Número de Matrículas.....	92
b)	Análisis Tasa de descuento Vs Precio.....	93
c)	Análisis de la variación del Precio Vs Número de Matriculas	94
	XVII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	95
	BIBLIOGRAFÍA.....	99
	ANEXOS	102
	ANEXO A: Venta de inmuebles en comunas bajo estudio	102
	ANEXO B: Detalle ofertas ventas de derecho a llaves en comunas en estudio	104
	ANEXO C: Normativa vigente para educación preescolar.....	106
	ANEXO D: Cuestionario Estudio de Mercado	107
	ANEXO E: Requerimientos SEREMI	114