

UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL

ESCUELA DE NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL



GUARDERIA MI ARBOLITO LINDO COMUNA LA FLORIDA

AUTORES SERGIO CAVIEDES CORNEJO.

PROYECTO DE TITULO PARA OPTAR A INGENIERO COMERCIAL/ LICENCIADO

PROFESOR GUIA: SERGIO TORREALBA TRIVIÑO

MARZO-2025

SANTIAGO-CHILE

Contenido

Tablas	5
1. Introducción.....	8
2. CAPITULO I: DESCRIPCION GENERAL DEL PROYECTO.....	8
2.1. Descripción del Proyecto.....	8
2.2. Descripción del problema.....	8
2.3. Descripción de la Necesidad y la oportunidad.....	9
2.4. Descripción de la propuesta de solución innovadora.....	9
2.5. justificación del Proyecto.....	10
2.6. Objetivos.....	10
2.7. Alcances y Limitaciones.....	10
2.8. Descripción del Negocio.....	11
3. CAPITULO II: ANALISIS DEL PROYECTO.....	12
3.1. Análisis del Macroentorno.....	12
3.2. Análisis del Microentorno.....	13
3.3 Análisis Interno.....	18
3.4. Herramienta de planeación estratégica FODA.....	21
3.5. Ventajas competitivas.....	22



3.6. Propuestas del modelo CANVAS para el modelo de negocio.	23
4. CAPITULO III. INVESTIGACION DE MERCADO	23
4.2 Objetivos específicos del estudio de mercado.....	23
4.3 Tipo de metodología	24
4.4 Tipo de muestreo	24
4.5 Tamaño de la muestra	24
4.6 Estimación de la demanda.....	25
4.7 Instrumentos.....	26
5. CAPITULO IV: ESTRATEGIA DE MARKETING	33
5.1 Objetivos General de la Estrategia de Marketing	33
5.3 Definición de las Metas de la Estrategia.....	37
5.4 Plan de Marketing con Indicadores	39
5.5 Presupuesto de Marketing.....	42
6. CAPITULO V: PLAN DE OPERACIONES.	45
6.1 Mapa de Procesos.....	45
6.2 Actividades de Implementación.....	46
6.3 Presupuesto de Operaciones.....	48
7. CAPITULO VI: PLAN DE RECURSOS HUMANOS	70



7.1 Estructura Organizacional de la Empresa.....	70
7.2 Estructura Legal de la Empresa.....	71
7.3 Perfiles de Cargo.....	73
7.4 Políticas de la Empresa.....	83
7.5 Presupuesto de Recursos Humanos	83
8. CAPITULO VII: PLAN FINANCIERO.....	85
8.1 Objetivos Financieros	85
8.2 Proyección Financiera.....	85
8.3 Costos Fijos.....	88
8.4 Capital de Trabajo	89
8.5 Depreciación de activos.....	90
8.6 Estructura Patrimonial con Apalancamiento	91
8.8 Flujo Proyecto Puro, Van, TIR y Payback	93
8.9 Análisis de Sensibilidad.....	94
9. Conclusión Financiera.....	95
10. Conclusión del Proyecto.....	96
Referencias	97

Tablas

<i>Elaboración Propia. Tabla I</i>	12
<i>Elaboración propia Tabla II</i>	13
<i>Elaboración propia Tabla III</i>	14
<i>Elaboración propia Tabla IV</i>	15
<i>Elaboración propia Tabla V</i>	16
<i>Elaboración propia Tabla VI</i>	17
<i>Elaboración propia Tabla VII</i>	18
<i>Elaboración propia Tabla VIII</i>	19
<i>Elaboración propia Tabla IX</i>	20
<i>Elaboración propia Tabla X</i>	21
<i>Elaboración propia Tabla XI</i>	22
<i>Elaboración propia Tabla XII</i>	23
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XIII</i>	28
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XIV</i>	29
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XV</i>	29
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XVI</i>	29
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XVII</i>	30
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XVIII</i>	30
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XIX</i>	31
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XX</i>	31
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XXI</i>	32
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XXII</i>	32
<i>Elaboración Google Forms. Tabla XXIII</i>	33
<i>Elaboración propia para estimar la participación en el mercado. Tabla XXIV</i>	34
<i>Elaboración propia Tabla XXV</i>	35



<i>Elaboración Google Forms Tabla XXVI</i>	35
<i>Elaboración propia Tabla XXVII</i>	37
<i>Elaboración propia Tabla XXVIII</i>	38
<i>Elaboración propia Tabla XXIX</i>	39
<i>Elaboración propia Tabla XXX</i>	42
<i>Elaboración propia Tabla XXXI</i>	44
<i>Elaboración propia Tabla XXXII</i>	47
<i>Elaboración Propia Tabla XXXIII</i>	48
<i>Elaboración propia Tabla XXXIV</i>	52
<i>Elaboración propia Tabla XXXV</i>	52
<i>Elaboración propia Tabla XXXVI</i>	53
<i>Elaboración propia Tabla XXXVII</i>	53
<i>Elaboración propia Tabla XXXVIII</i>	54
<i>Elaboración propia Tabla XXXIX</i>	55
<i>Elaboración propia Tabla XL</i>	67
<i>Elaboración propia Tabla XLI</i>	68
<i>Elaboración propia Tabla XLII</i>	68
<i>Elaboración propia Tabla XLIII</i>	69
<i>Elaboración propia Tabla XLIV</i>	69
<i>Elaboración propia Tabla XLV</i>	69
<i>Elaboración propia Tabla XLVI</i>	76
<i>Elaboración propia Tabla XLVII</i>	79
<i>Elaboración propia Tabla XLVIII</i>	82
<i>Elaboración Propia Tabla XLIX</i>	83
<i>Elaboración propia Tabla L</i>	84
<i>Elaboración propia Tabla LI</i>	84

<i>Elaboración propia Tabla LII</i>	85
<i>Elaboración propia Tabla LIII</i>	86
<i>Elaboración propia Tabla LIV</i>	87
<i>Elaboración Propia Tabla LV</i>	89
<i>Elaboración propia Tabla LVI</i>	90
<i>Elaboración propia Tabla LVII</i>	91
<i>Elaboración propia Tabla LVIII</i>	92
<i>Elaboración propia Tabla LIX</i>	93
<i>Elaboración propia Tabla LX</i>	93
<i>Elaboración propia Tabla LXI</i>	94
<i>Elaboración propia Tabla LXII</i>	94
<i>Elaboración propia Ilustración 1</i>	39
<i>Elaboración Facebook.com Ilustración 2</i>	43
<i>Elaboración Facebook.com Ilustración 3</i>	43
<i>Elaboración propia Ilustración 4</i>	45
<i>Fuente: Elaboración Mineduc Ilustración 5</i>	52
<i>Fuente Elaboración Chile propiedades Ilustración 6</i>	52
<i>Fuente: Te pille correo electrónico Ilustración 7</i>	67
<i>Elaboración propia Ilustración 8</i>	70
<i>Elaboración propia Ilustración 9</i>	73

1. Introducción.

El presente proyecto se centra en el desarrollo de un modelo de negocio para una nueva empresa dentro del holding Vigilius Group. Este modelo busca abordar una problemática específica en la comuna de La Florida, Santiago, relacionada con la necesidad de cuidado infantil para un segmento de la población compuesto por profesionales que trabajan en turnos rotativos, como médicos y enfermeras. La propuesta incluye un análisis exhaustivo del macro y microentorno, así como una investigación de mercado en una industria existente, con el objetivo de diferenciarse mediante la creatividad y el valor agregado. Además, se realizarán cálculos y proyecciones financieras para evaluar la rentabilidad a corto, mediano y largo plazo, con el fin de presentar este proyecto a los dueños del holding como potenciales socios.

2. CAPITULO I: DESCRIPCION GENERAL DEL PROYECTO.

2.1. Descripción del Proyecto.

Este es un proyecto de un modelo de negocio para una empresa nueva dentro de un Holding En la que en base a una problemática de una necesidad de un segmento dentro de una población de la comuna de La Florida se realizara su factibilidad y viabilidad con análisis del macro y microentorno y una exhaustiva investigación y búsqueda del mercado en una industria existente darle el valor y creatividad de su diferenciación para luego con cálculos y cifras financieras realizar su predicción del presente, medio y largo plazo de su rentabilidad dentro de un mercado competitivo y llegar a las conclusiones que deriven de sus resultados para vender este proyecto, buscando como socio a los dueños de este Holding. De Vigilius Group.

2.2. Descripción del problema.

En Chile el problema del cuidado de los niños esta dado a las familias en que un gran porcentaje de esta responsabilidad cae en las mujeres que en gran medida han ingresado al mercado laboral y enfocarnos en el segmento de profesionales en turnos como médicos y enfermeras universitarias que en su mayoría pagan sueldos a nanas que no estan certificadas o a empresas que les envían a su domicilio este servicio que al no contar con la preparación integral de atender a un niño de 0 a 2 años los pone en un potencial riesgo de su cuidado y las salas cunas o guarderías no cuentan con

horarios flexibles de turnos de 24 horas para padres en turno y la alta rotación de personal más sumado a que los espacios e infraestructura no responde a la alta demanda de comunas que en el presente son verdaderas ciudades.

(Ministerio de Desarrollo Social y Familia, 2021)

2.3. Descripción de la Necesidad y la oportunidad.

Como base de un mercado en su mayoría irregular de guarderías y de nanas no acreditadas en el cuidado de niños y niñas infantes y a padres profesionales que trabajan en turnos rotativos de lunes a domingo (doctores y enfermeras universitarias), es que se nos presenta la oportunidad de dar cobertura y responder con un proyecto con un estudio de mercado que vaya y use el enfoque a un segmento importante de la población la Florida y que el Estado no es capaz de dar solución solo lo regula y que a través de este proyecto en su realización darle solución y nos podamos diversificar a un mercado más amplio en licitaciones públicas en los diferentes hospitales públicos y clínicas privadas.

(Ministerio de Desarrollo Social y Familia, 2021)

2.4. Descripción de la propuesta de solución innovadora.

Dar solución integral con seguridad en el cuidado de niños de 0 a 5 años de padres profesionales que trabajen en turno personal de la salud y de otras áreas que trabajen en turno rotativos de lunes a domingo con un estudio especializado y personalizado en sus pautas de jornada laboral para darle cobertura y flexibilidad horaria a sus demandas de tiempo con altos estándares de aulas y espacio para sus niños desde una ubicación dentro de la comuna que su acceso sea fácil de ubicar y contar con una excelente conectividad para el retiro y llegada de sus hijos con un personal desde profesionales hasta auxiliares certificados de instituciones del estado o acreditadas por ellos con todos los permisos al día que permitan su marcha y operación con la fluidez necesaria para que cada infante pueda estar en el mejor ambiente y puedan desarrollar su aprendizaje cognitivo, emocional y afectivo según el normal desarrollo de sus edades y que puedan egresar de la mejor forma a la etapa preescolar.

(Subsecretaria de Educacion Parvularia, 2023)

2.5. justificación del Proyecto.

Realizar este proyecto para resolver el que debe ser una de la mayor problemática para las familias de la comuna La Florida que es el cuidado de sus hijos para un sector en que el estado no intervenga más que para regular el mercado y que solo el privado puede dar solución y es brindar el cuidado integral con seguridad para infantes de 0 a 5 años (lactantes muchos de ellos).

2.6. Objetivos.

Objetivo general.

Dar solución a un segmento de la población de ingresos altos de la comuna La Florida de padres profesionales en turnos con hijos infantes.

Con una planificación individual de familias por sus horarios de jornada de turnos con una flexibilidad de su atención de lunes a domingo las 24 horas con una guardería para sus hijos que responda en lo integral de su desarrollo físico y mental y velar por la seguridad de lo más preciado en sus vidas que son sus hijos.

Objetivos específicos.

Dotar a la comuna de Florida con una guardería para infantes de 0 a 2 años que se enfoca en un segmento de su población con el permiso municipal, del Mineduc y la JUNJI aportando a la comunidad con el cuidado físico y mental de sus hijos y en la plusvalía del sector.

Rentar con el negocio con una proyección del mediano y largo plazo.

Diversificar el servicio a otras comunas y ampliar el segmento de la población a industrias públicas y privadas por concursos en licitaciones.

(UGM, 2024)

2.7. Alcances y Limitaciones.

Llegar a un segmento de la población ABC 1 de la comuna La Florida que trabaje en jornada de turnos y también en jornada normal con el límite de sus ingresos de salario y que estén dentro del perímetro de 5 km del recinto.

2.8. Descripción del Negocio.

Este modelo de negocios de la guardería Mi Arbolito Lindo está ubicado en Santiago en la comuna La Florida en Vicuña Mackenna poniente N°6323 metro el Mirador a 10 minutos de 36 comisaria de La Florida y a 5 minutos de la urgencia de Clínica Vespuccio y Hospital la Florida.

Pertenece a un Holding de empresas de Vigilius Group y será una de sus empresas quien nos proporcione colaboradores de excelencia Vigilius Spa. Una filial que se dedica a outsourcing, es decir colocación de personal en empresas públicas y privadas. Quienes nos dotaran con un personal certificado desde profesionales a auxiliares con altos estándares de calidad de instituciones acreditadas para brindar seguridad con una meticulosa certificación en sus procesos de reclutamiento y selección.

Visión.

Promover en forma integral y con seguridad el desarrollo de infantes de un sector de ingreso medio alto de la población de La Florida como una opción real y eficiente superando a la competencia regulada o no regulada con altos estándares de calidad acreditados según normativa para su función y poder diversificar sus servicios a otras comunas y sectores de la población.

Misión.

Brindar el mejor cuidado de infantes con un desarrollo integral de las necesidades de cada niño física y mentalmente con la seguridad que solo puede ser acreditada con estándares de alta calidad de su local con colaboradores certificados en las mejores instituciones educativas del país.

Valores.

Seguridad en el resguardo de sus hijos en un local provisto de todo el confort de sus necesidades con políticas de puertas abiertas a sus tutores.

Confianza mediante la acreditación con las entidades que le regulan y normativa vigente tanto del recinto y sus colaboradores,

Formación integral tanto en su desarrollo físico y mental de sus hijos.

Sustentabilidad con el medio entorno y el ahorro de energía contaminante.

Descripción del servicio.

Cuidar y formar integralmente en su desarrollo a infantes de 0 a 2 años de familias de altos ingresos de la comuna de La Florida con un recinto con las mejores condiciones que brinden seguridad y confort con colaboradores certificados de instituciones del estado o acreditadas por este para garantizar la mejor estadía posible de su recinto con un feedback con canales de encuestas y de atención al cliente, dispuesta de lunes a domingos y una política de puertas abiertas para sus tutores.

(Ministerio de Desarrollo Social y Familia, 2021)

(Subsecretaria de Educacion Parvularia, 2023)

3. CAPITULO II: ANALISIS DEL PROYECTO.

3.1. Análisis del Macroentorno.

Análisis estratégico, basado en el modelo PESTEL



Elaboración Propia. Tabla I

(UGM, 2024)

Conclusión

En la mayoría de estos factores son más las oportunidades que las amenazas e igualmente las amenazas pueden transformarse en un punto de oportunidad bien aprovechado.

(Banco Mundial, 2024).

(XTB Tasa de Desempleo en Chile: Julio - Septiembre 2024, 2024).

(INE, 2024).

3.2. Análisis del Microentorno.

Análisis industrial y competitivo, basado en las cinco fuerzas de Porter.

Amenazas de nuevos competidores ALTO

Amenazas de Nuevos Competidores	Peso	Valor	Alta
La existencia de barrera de entrada	Baja	Media	X
Los costes de cambio			X
Los requisitos de entrada			X
El acceso a la distribución			X
Total			ALTO

Elaboración propia Tabla II

En conclusión, nuestra diferenciación horario flexible a un segmento alto de la población tiene barreras altas, se necesita un capital físico y humano con buenos canales y cumpliendo todas las normas y leyes del país.

Poder de Negociación Clientes ALTO

Poder de Negociación de los Compradores	Peso bajo	Valor Medio	Alto
Volumen de compra			X
Información acerca del proveedor			X
Identificación de la marca			X
diferenciación			X
Concentración de la marca			X
Total			ALTO

Elaboración propia Tabla III

En síntesis, los clientes tienen toda la razón por conocimiento de la industria y del servicio que buscan por lo cual tienen barreras altas de ingreso para un segmento con poder adquisitivo.

Poder de Negociación Proveedores Media

Poder de Negociación de los Proveedores	Peso	Valor	Alto
	Bajo	Medio	
Costo de cambio de proveedor		X	
Tamaño y variedad de los proveedores		X	
Facilidad de productos alternativo		X	
Importancia del volumen para los proveedores			X
Impacto de los insumos		X	
Total			

Elaboración propia Tabla IV

Es bastante saturado el mercado con buena tecnología y activos fijos más la construcción y ampliación es una inversión, la parte más compleja pero que igual existe es ser provisto de la alimentación para los niños y lactantes, pero existe una variedad de casinos concesionados y que también ofrecen la mantención del aseo.

Amenaza de Productos Sustitutos ALTO

Amenaza de Producto			
Sustituto	Bajo	Medio	Alto
Los costos de cambio de comprador			X
Percepción del nivel de diferenciación entre productos			X
Tendencia del comprador hacia productos alternativos		X	
Total			ALTO

Elaboración propia Tabla V

Por el servicio ofrecido más cumpliendo con las normas del estado y su regulación y la exigencia del cliente la barrera es alta por lo cual existen sustitutos, pero carecen de ofrecer el mismo servicio.

Rivalidad de competidores Media

Rivalidad entre Competidores	BAJO	MEDIO	ALTO
Cantidad de competidores			X
Tasa de crecimiento de la industria		X	
Las barreras de salida		X	
valor de la marca		X	
Posicionamiento de competidores	X		
Total			MEDIO

Elaboración propia Tabla VI

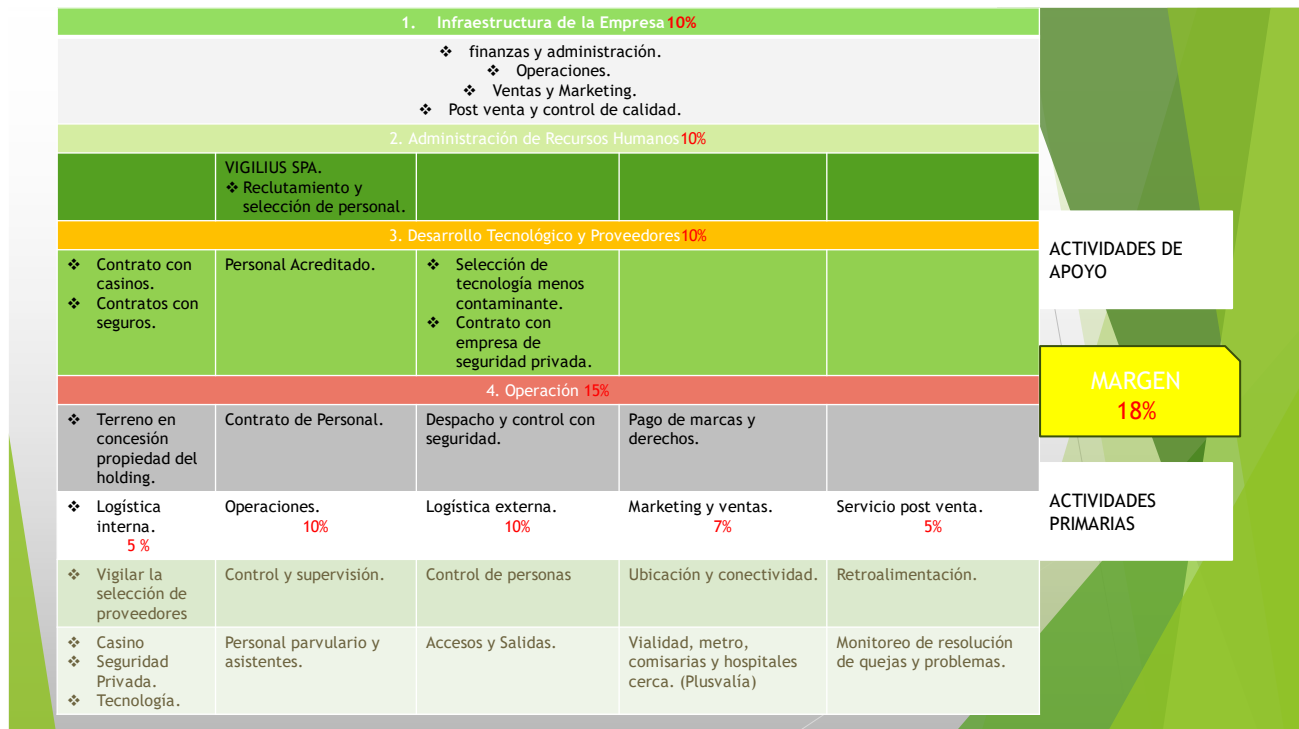
La demanda hace que existan una gran cantidad de servicios de guarderías en la comuna de La Florida, pero son contadas las que cumplan con la normativa y regulación más los costos que implica sumado al servicio rotativo de jornada 24 X 7 son pocos los que quieran rivalidad.

Conclusión Entre más alta las barreras más nos diferencia y nos fortalece de nuestros competidores, otorgando nuestra distinción.

(UGM, 2024)

3.3 Análisis Interno.

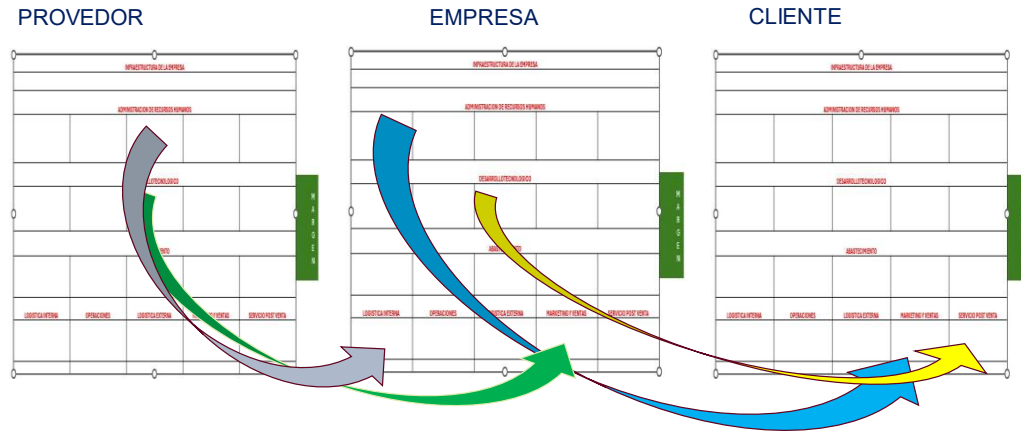
Aplicación de la cadena de valor.



Elaboración propia Tabla VII

En gran medida vemos que esta cadena de valor en su insumo en la actividad primaria es para surtir a nuestra logística interna para que operaciones tenga personal capacitado para nuestra operación y nosotros impactar a nuestros clientes con tecnología y seguridad.

CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA



Elaboración propia Tabla VIII

Así este modelo de cadena de valor en la industria nos garantiza llegar a nuestro cliente para que les llegue a ventas con marketing y también como servicio post venta.

En síntesis, todo los insumos y servicios que nos provean suman dentro de nuestra cadena de valor para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

(UGM, 2024)

Análisis Situacional Estratégico.

Factores críticos de éxito de la industria y de la empresa

Industria

Mi Arbolito Lindo

- Adaptabilidad en el mercado.
- La calidad del personal.
- seguridad.
- Ubicación Estratégica
- Tiempo con flexibilidad horaria ajustada a la necesidad.
- Costes de proveedores con poca variabilidad en los costos.
- Estrategia de llegar a un segmento alto manejo de negociación.

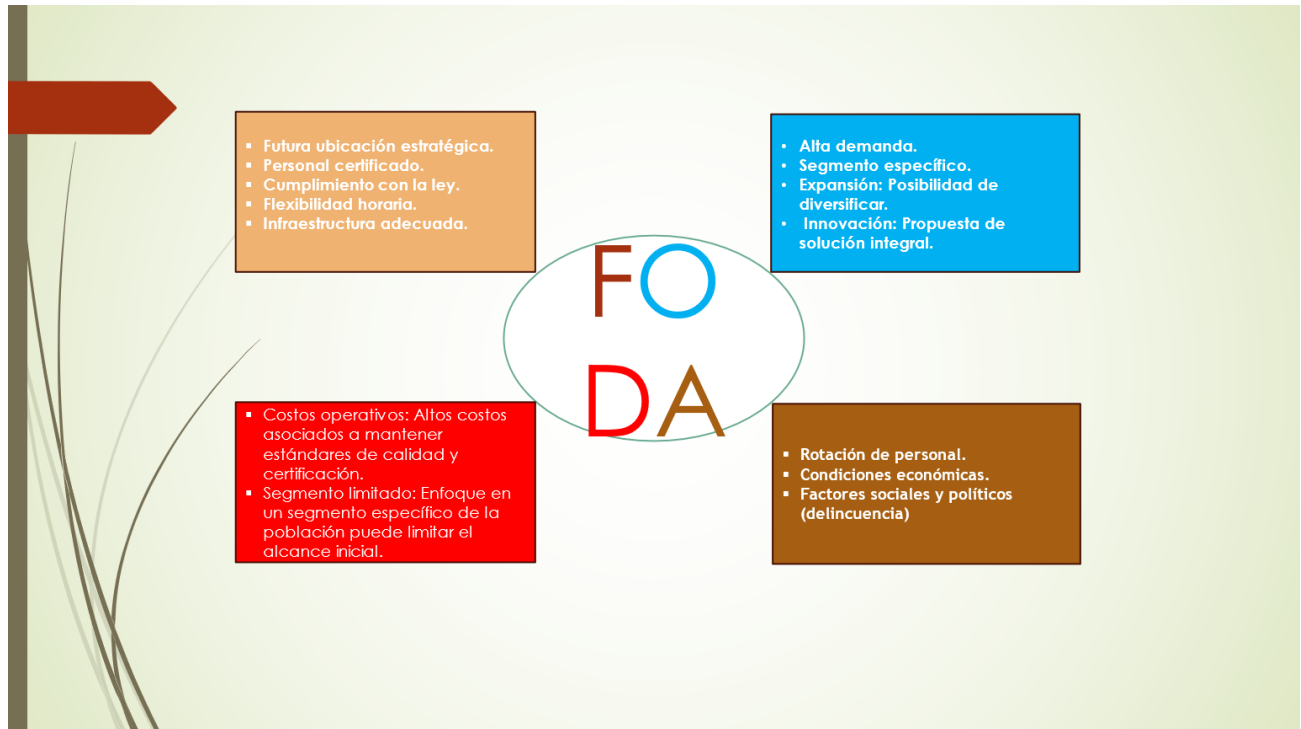




Elaboración propia Tabla IX

Como aparece en esta imagen debemos considerar los factores críticos para conocer donde estamos, la adaptabilidad es esencial para toda empresa responder al entorno y la organización interna por eso la calidad del personal con la ubicación estratégica son fundamental y con los valores distintivos para diferenciarnos de la competencia.

3.4. Herramienta de planeación estratégica FODA,



Elaboración propia Tabla X

3.5. Ventajas competitivas.

Ventaja Competitiva seleccionada para el modelo de Negocio

- ❖ **Diferenciación:**
 - ❑ Administración .
 - ❑ RRHH
 - ❑ Seguridad con calidad en el cuidado de los niños..

- ❖ **Enfoque:**
 - ❑ Flexibilidad .
 - ❑ Brindar confianza.



Elaboración propia Tabla XI

3.6. Propuestas del modelo CANVAS para el modelo de negocio.

<p>Socios Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> HOSPITAL CLINICO DRA. ELOIZA DIAZ DE LA FLORIDA. 36 COMISARIA DE LA FLORIDA. CORPORACION MUCIPAL DE LA FLORIDA. CENTRO DE DESAROOLO DE NEGOCIOS SERCOTEC LA FLORIDA. 	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"> INVESTIGACION CONTRATOS FACTURACION 	<p>Propuesta de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> SEGURIDAD Y CALIDAD 	<p>Relaciones con clientes </p> <p>INTEGRIDAD</p> <p>CONFIANZA</p>	<p>Segmento de los clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> CLIENTES PRIVADOS CLIENTES CORPORATIVOS
<p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> PROVEEDORES REMUNERACIONES GASTOS ADMINISTRATIVOS GASTOS COMERCIALES 	<p>Recursos clave </p> <ul style="list-style-type: none"> RRHH FINANZAS LICITACIONES 	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> SUSTENTABILIDAD CONFIANZA FLEXIBILIDAD 	<p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> PAGINA WEB RRSS MERCADO PUBLICO 	<p>Fuentes de Ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> VENTAS FACTURA O BOLETAS POR ORDEN DE COMPRA

Elaboración propia Tabla XII

(UGM, 2024)

4. CAPITULO III. INVESTIGACION DE MERCADO

Para una guardería de niños de 1 a 5 años de familia de padres trabajadores en jornada de turno ubicado en la comuna la Florida.

4.1 Objetivo general del estudio de mercado

Identificar los factores clave que influyen en la decisión de apertura de una guardería en la comuna de La Florida, así como los elementos determinantes en la toma de decisiones de los clientes al momento de elegir un servicio de cuidado infantil en esta zona.

4.2 Objetivos específicos del estudio de mercado

Objetivo Específico N°1:

Analizar las condiciones del mercado, la competencia, las necesidades demográficas y los aspectos regulatorios en la comuna de La Florida que influyen en la viabilidad y éxito de la apertura de una guardería.

Objetivo Específico N°2

Identificar y evaluar los factores prioritarios para los clientes, tales como calidad educativa, seguridad, ubicación, costos y recomendaciones, que inciden en la elección de un servicio de guardería en la comuna de La Florida.

4.3 Tipo de metodología

Objetivo Específico N°1

Tipo de Investigación: Cualitativa

Diseño: Descriptiva concluyente

Objetivo Específico N°2

Tipo de Investigación: Cuantitativa

Hipótesis:

→Valida: Más del 55% de los Entrevistados muestran intención de cambio de servicio frente a mejores prestaciones.

→Nula: Menos del 55% de los Entrevistados muestran intención de cambio de servicio frente a mejores prestaciones.

→Nula 2: Más del 45% de los Entrevistados rechazan el cambio de servicio frente a mejores prestaciones.

Diseño: exploratorio

4.4 Tipo de muestreo

Objetivo Específico N°1

No Probabilístico por conveniencia

Objetivo Específico N°2

No Probabilístico intencional

4.5 Tamaño de la muestra

Objetivo Específico N°1

3 entrevistados expertos.

Objetivo Específico N°2

149 entrevistados con 8,6% error Muestral de una población de 13.000 familias.

4.6 Estimación de la demanda

1. “Geográfico: Comuna de la Florida

2. Demográfico:

Edad de los Padres: Principalmente entre 25 y 45 años, grupo etario común entre padres de niños pequeños. Edad de los Niños: Entre 1 y 5 años, la edad en que los niños suelen asistir a guarderías. Estado Civil: Padres casados, convivientes o padres solteros que necesitan servicios de cuidado infantil. Nivel Socioeconómico: Nivel medio y medio-alto, considerando que estos segmentos suelen valorar servicios de calidad y seguridad para sus hijos. Ingresos: Familias con ingresos estables que puedan costear un servicio de guardería de calidad.

3. Segmentación psicográfica

Estilo de vida: Padres trabajadores Padres orientados al desarrollo educativo temprano Padres con un enfoque en la salud y el bienestar Personalidad y valores: Padres que valoran la educación temprana y el desarrollo infantil. Padres que buscan seguridad y confianza en el personal que cuidará a sus hijos. Familias con conciencia ecológica y social, aceptadas en guarderías que promuevan prácticas sostenibles y actividades respetuosas con el medio ambiente.

(TRIVIÑO, 2024)

Regi	Nombre Regi	Provincia	Nombre Provinc	Comuna	Nombre Comuna	Sexo	Edad	Poblacion 2024	Poblacion 2025	
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		1	0	2.370	2.337
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		1	1	2.377	2.349
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		1	2	2.385	2.364
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		1	3	2.392	2.388
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		1	4	2.366	2.394
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		1	5	2.310	2.354
								TOTAL MUJERES	14.200	14.186
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		2	0	2.185	2.153
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		2	1	2.196	2.168
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		2	2	2.220	2.198
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		2	3	2.221	2.214
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		2	4	2.200	2.222
13	Metropolitana d	131	Santiago	13110	La Florida		2	5	2.148	2.185
								TOTAL HOMBRE	13.170	13.140
						1 Mujer		TOTAL	27.370	27.326
						2 Hombre				

Elaboración (INE, 2024) Tabla XVIII

(INE, 2024)

Esta tabla muestra una proyección del INE con niños de 0 a 5 años en la comuna la Florida 2024 por hombre 13.170 y mujeres de 14.200 en total 27.370 infantes.

Por lo cual proyectado a este número de niños en familias de la comuna La Florida su segmentación es de unas 13.000 familias y que en un sector de 5 Km², debiera ser una proporción al sector donde queremos ubicarnos cerca de la estación metro el Mirador. “La comuna de La Florida tiene una superficie de 7.020 hectáreas, es decir 70.2 Km², que corresponde al 3,42 % de la superficie total del Gran Santiago (incluidas las comunas de San Bernardo y Puente Alto)”.

Por lo cual 3,51% de estas 13 mil familias en una justa distribución de la densidad demográfica nos dejaría en 456,3 familias, pero aún falta la alta movilidad de este sector, la construcción en altura y el trabajo público de padres y madres trabajadores como de hospitales, clínicas y comisarias cercano a un flujo de 4000 padres o madres de hijos pertenecientes a grupos familiares que viven en este sector en edificios o trabajadores de la comuna que trabajan por el sector por lo cual es notorio su concentración sobre todo en el día.

Esta es una segmentación en base a solo proyección y por otra parte de la segmentación psicográfica por los alcances tecnológicos y la conciencia ambiental como lo veíamos antes la infraestructura y el alcance de este proyecto no debe ser por espacio e inversión para más de 300 niños.

Por lo tanto, según nuestra encuesta segmentada a personal no médico y médico y otros profesionales u trabajadores de la comuna de La Florida de entre 20 a 45 años de una población de 13.000 familias con un Margen de error para un nivel de confianza del 95% en que Z será aproximadamente 1,96, por lo cual el margen de error = $Z (\sigma / \sqrt{n})$

$$ME = 1.96 (0,5 / \sqrt{149}) = 0,0086 = 8,6\%$$

4.7 Instrumentos

Objetivo Específico N°1

Entrevista personal por correo electrónico con Google forms o telefónica.

Objetivo Específico N°2

Encuesta por Google Forms.

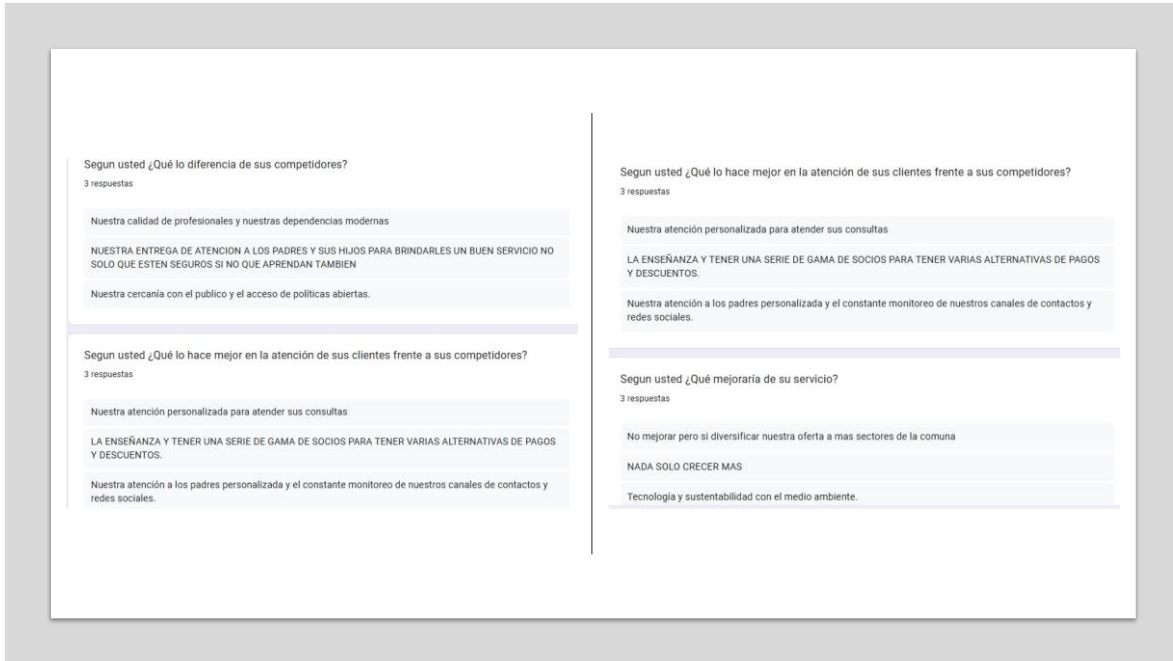
4.8 Resultados.



Objetivo Específico N°1

<p>¿Qué le llevo a elegir para la guardería la comuna de La Florida?</p> <p>3 respuestas</p> <p>Su población de familias en su mayoría de profesionales jóvenes</p> <p>ES UN SECTOR PROPIO DONDE LA GENTE VIVE Y TRABAJA</p> <p>Comuna que conozco y vivo en ella de toda la vida</p>	<p>Cargo</p> <p>3 respuestas</p> <p>Directora</p> <p>DIRECTORA</p> <p>Sostenedora</p> <hr/> <p>Correo electrónico</p> <p>3 respuestas</p> <p>contacto@happytimeafter.cl</p> <p>fabiola.aravena@vitamina.com</p> <p>contacto@jardininfanticolores.cl</p>
---	---

<p>¿Cómo estima los precios y valores de mercado para su guardería?</p> <p>3 respuestas</p> <p>a través de marketing por encuestas a clientes</p> <p>SEGUN EL MERCADO CON OFERTAS QUE EMPIEZAN EN DICIEMBRE PARA CAPTAR CLIENTES.</p> <p>Con precios de mercado y ofertas accesibles durante todo el año.</p> <hr/> <p>¿Cómo contar con un buen ambiente laboral y mejorarlo para su guardería?</p> <p>3 respuestas</p> <p>Con solo personal calificado y certificado</p> <p>CON BUENOS PROFESIONALES Y TECNICOS</p> <p>Con personal bien entrenado y poca rotación, es decir cuidar el atento humano.</p>	<p>¿A que tipo de clientes se segmento su guardería?</p> <p>3 respuestas</p> <p>Profesionales jóvenes</p> <p>A FAMILIAS DE TRABAJADORES DE UN SECTOR PROFESIONAL</p> <p>Familias trabajadoras que vivan en el sector y en lo posible trabajen en la comuna</p> <hr/> <p>¿La Infraestructura de la guardería es optima para cubrir su demanda?</p> <p>3 respuestas</p> <p>Si y siempre tenemos cupos</p> <p>SI COMNTAMOS CON SALAS BASTANTE ESPACIOSAS EN UN CASA ADAPTADA CON GRAN INGENIO DE LA ARQUITECTURA.</p> <p>Si es para 250 niños: Con 240 menores de 2 a 6 años en 10 salas aun con capacidad para aceptar niños en estas fechas de 10 vacantes disponibles.</p>
--	--

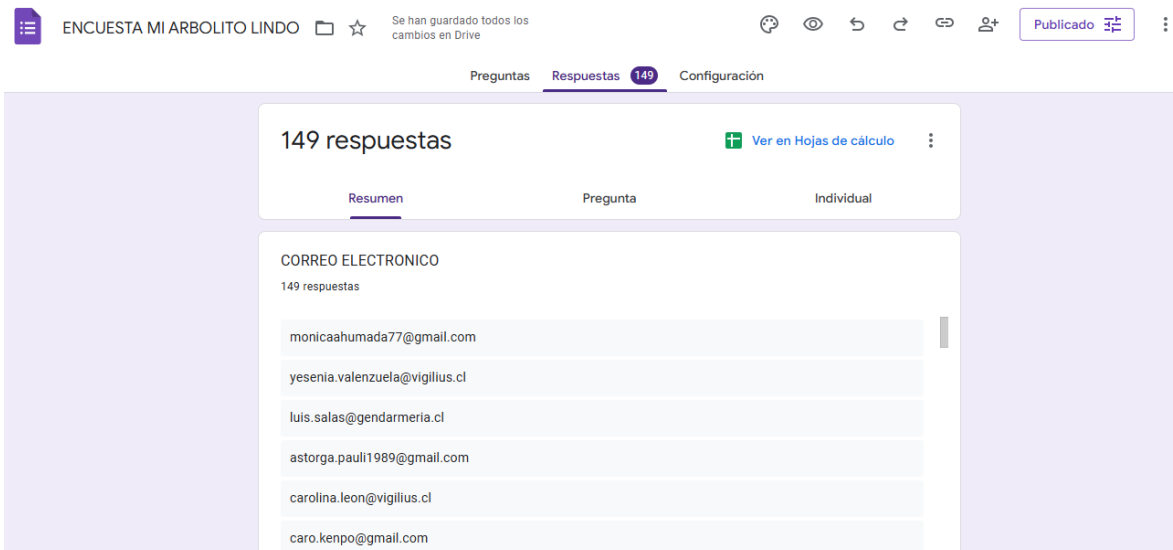


Elaboración Google Forms. Tabla XIII

De estas tres encuestas cualitativas y son descriptivas, pero no concluyentes porque las respuestas son bastantes puntuales o la confección de preguntas, pero se afirma la comuna como una gran ciudadela donde se puede vivir y trabajar, tener instalaciones modernas, pero ninguna habla de madres y padres en jornada de turnos.

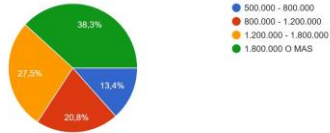
Resultado: Se establece las condiciones de mercado y competencia.

Objetivo Específico N°2

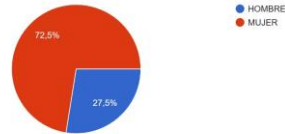


Elaboración Google Forms. Tabla XIV

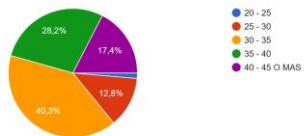
NIVEL ECONOMICO
149 respuestas



SU SEXO
149 respuestas



RANGO DE SU EDAD
149 respuestas



Elaboración Google Forms. Tabla XV

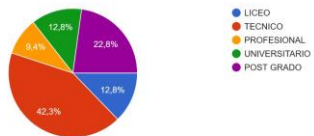
¿EN QUE JORNADA?
148 respuestas



¿USTED TRABAJA?
149 respuestas

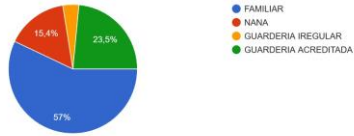


NIVEL EDUCACIONAL
149 respuestas



Elaboración Google Forms. Tabla XVI

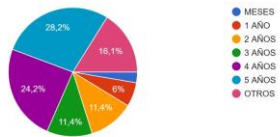
¿QUIEN LOS CUIDA?
149 respuestas



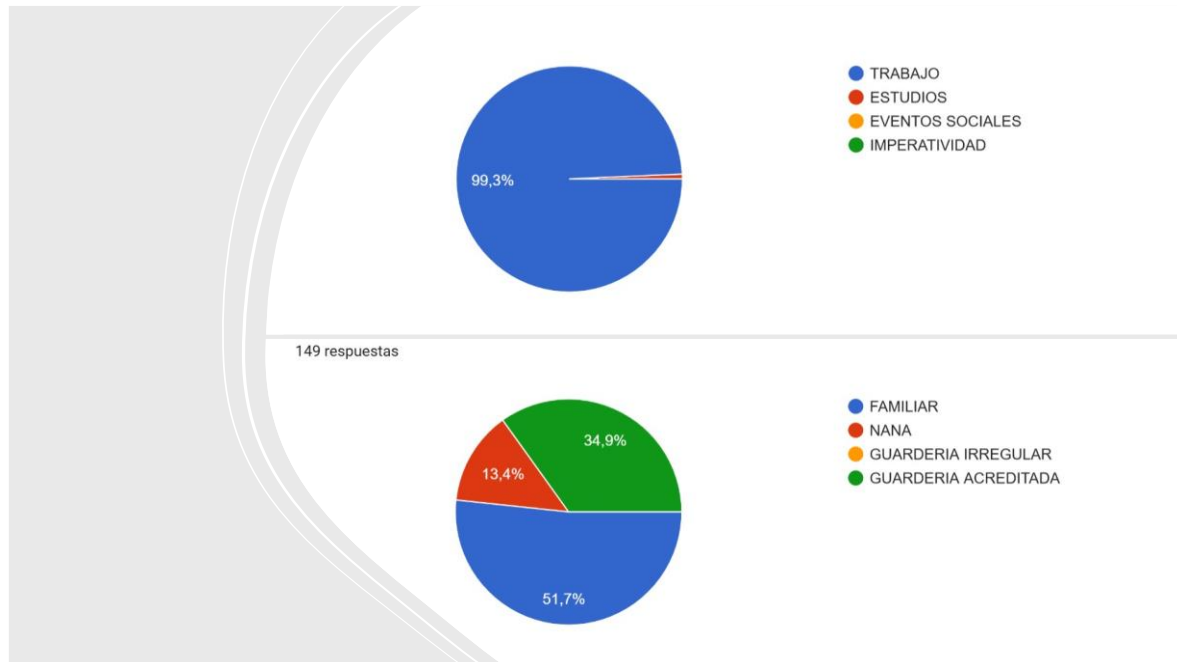
¿TIENE HIJOS O NIÑOS A CARGO?
147 respuestas



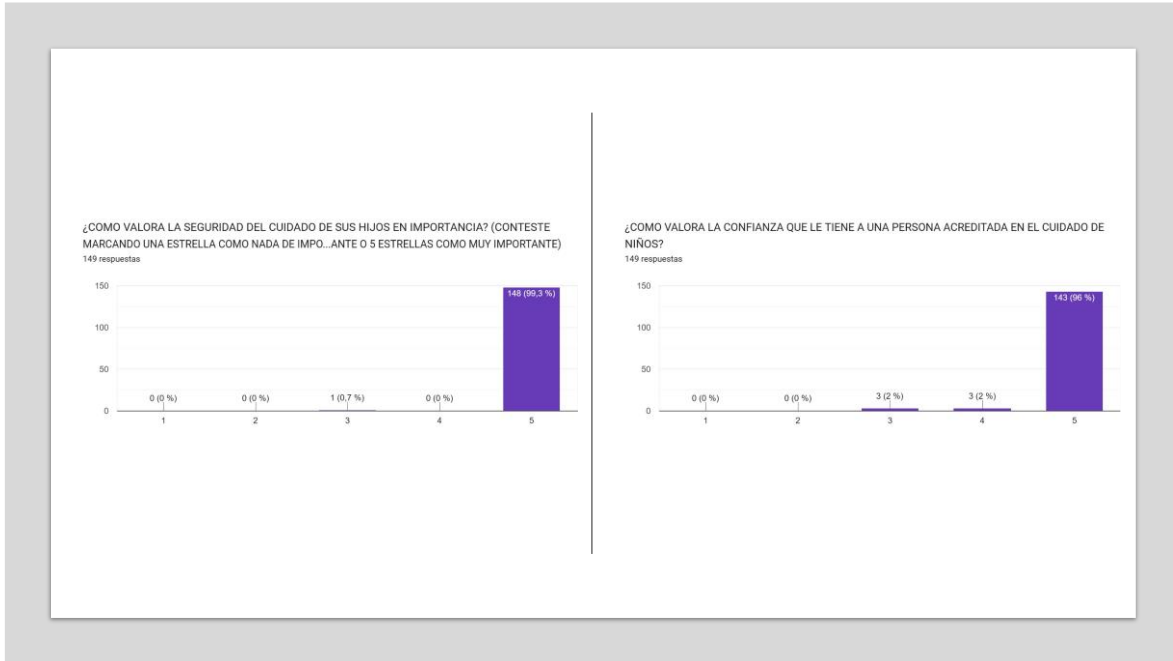
¿DE QUE EDAD?
149 respuestas



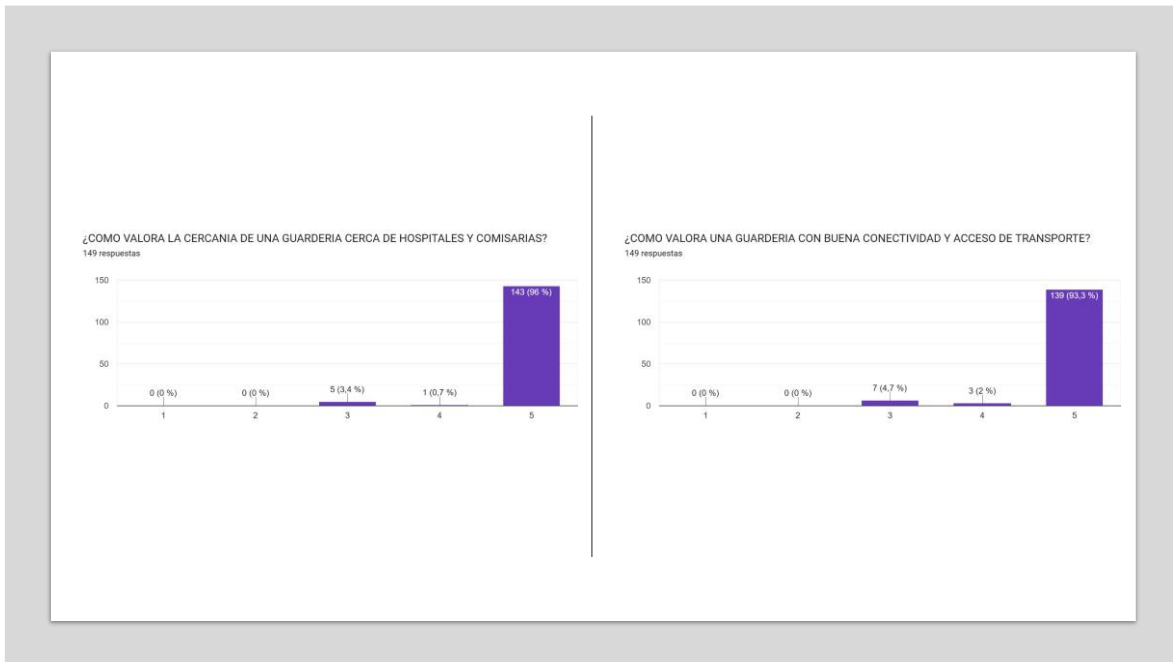
Elaboración Google Forms. Tabla XVII



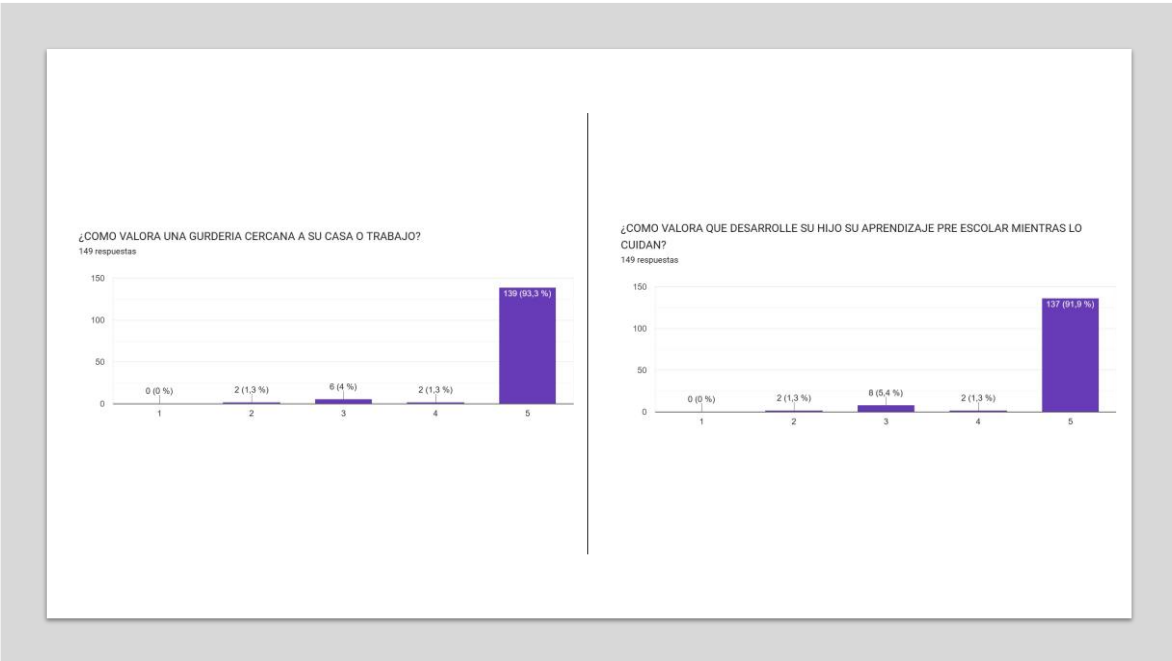
Elaboración Google Forms. Tabla XVIII



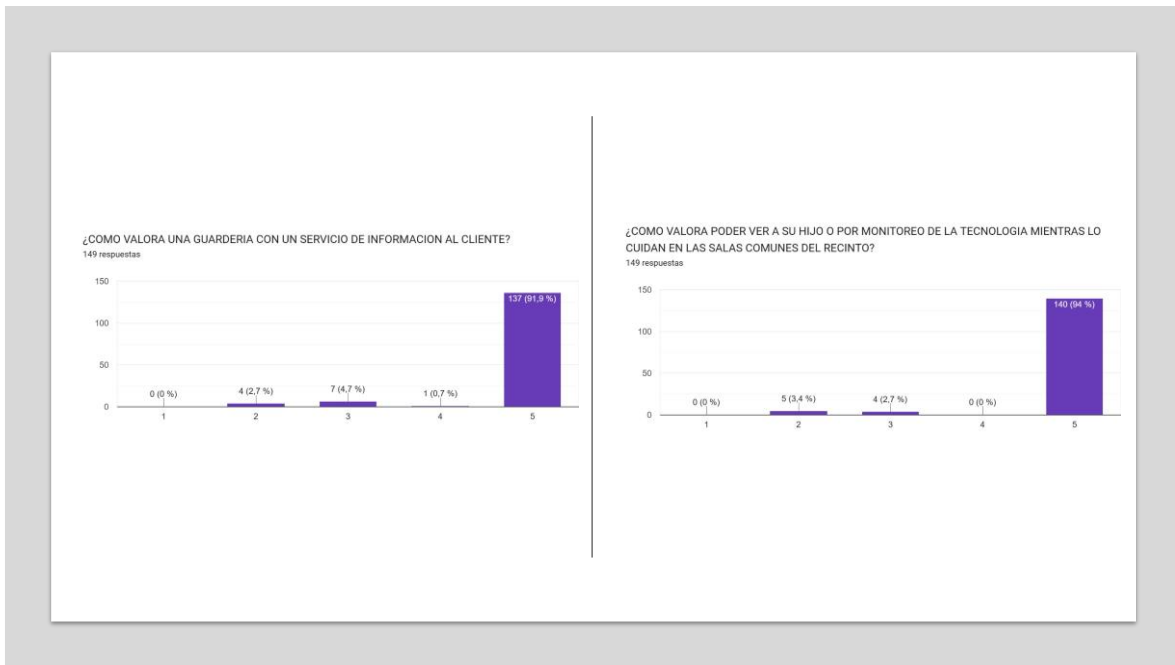
Elaboración Google Forms. Tabla XIX



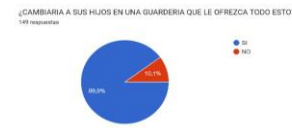
Elaboración Google Forms. Tabla XX



Elaboración Google Forms. Tabla XXI



Elaboración Google Forms. Tabla XXII



Elaboración Google Forms. Tabla XXIII

Conclusión: En el grafico muestra con un 25,5% que pagarían desde \$400.000 a \$450.000 y en segundo lugar con un 17,4% \$500.000 a \$550.000 y que un número importante ratifica nuestra idea en un número superior las mujeres trabajan y estan a cargo de sus hijos en un 72,5% de mujeres que nos contestaron nuestra encuesta de 149 respuestas y la intención de cambio antes un servicio de calidad con certificación con más de un 89,9%.

Hipótesis: Se puede desarrollar una guardería de niños entre 1 a 5 años de madres y padres trabajadores de clase media alta de profesionales que tengan jornadas por turnos o de lunes a viernes que les brinde calidad, seguridad y flexibilidad horaria, dentro de un sector de 5 km cuadrado en la comuna La Florida que colinde con Clínicas, Hospitales y Comisarias.

5. CAPITULO IV: ESTRATEGIA DE MARKETING

5.1 Objetivos General de la Estrategia de Marketing

Identificar y estimar a los competidores en sus fortalezas y debilidades con quienes cumplen con las normas y certificaciones correspondiente para operar con niños y si sus instalaciones cumplen con tal propósito para posicionar a mi arbolito lindo como líder de guardería de niños en el sector y en la

comuna la Florida con todas las exigencias de la Ley para construir alianzas estratégicas para poder fidelizar a nuestros clientes.

5.2 Definición del Target/ Segmento Efectivo

De 13.000 se segmento a 4.000 padres o madres de niños de 1 a 5 años delimitado a 5 km cuadrado como punto la estación del metro mirador de la comuna la Florida como público objetivo para poder distribuir con los competidores de la zona que cumplan con las normas, según la guía de jardines infantiles y salas cuna de

Chile. (Mi Jardin Infantil.cl, 2024)

	Establecimiento	Nº Matriculas	Porcentaje	Precio Matrícula	Mensualidad	Nº de meses	Anual	Total	Promedio
Clausarado	1 Frutillita feliz	75	1,9%	\$ 100.000	\$ 380.000	12	\$ 4.560.000	\$ 4.660.000	
	2 Pequitos	112	2,8%	\$ 80.000	\$ 300.000	12	\$ 3.600.000	\$ 3.680.000	
	3 Nuestra Señora de Covadonga	150	3,8%	\$ 100.000	\$ 350.000	12	\$ 4.200.000	\$ 4.300.000	
	4 Las Florcitas 2	175	4,4%	\$ -	\$ 300.000	12	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	
	5 Las Florcitas 1	200	5,0%	\$ 80.000	\$ 320.000	12	\$ 3.840.000	\$ 3.920.000	
	6 Mateito	112	2,8%	\$ 110.000	\$ 380.000	12	\$ 4.560.000	\$ 4.670.000	
	7 Mateito 2	250	6,3%	\$ 110.000	\$ 380.000	12	\$ 4.560.000	\$ 4.670.000	
	8 Dragoncito	210	5,3%	\$ 95.000	\$ 350.000	12	\$ 4.200.000	\$ 4.295.000	
	9 Andy	175	4,4%	\$ 100.000	\$ 400.000	12	\$ 4.800.000	\$ 4.900.000	
	10 Vitamina Santa Amalia	350	8,8%	\$ 125.000	\$ 466.000	12	\$ 5.592.000	\$ 5.717.000	
	11 Colon	280	7,0%	\$ 110.000	\$ 410.000	12	\$ 4.920.000	\$ 5.030.000	
	12 La Pipiniere	300	7,5%	\$ 120.000	\$ 410.000	12	\$ 4.920.000	\$ 5.040.000	
	13 Caballito Blanco	540	13,5%	\$ 100.000	\$ 420.000	12	\$ 5.040.000	\$ 5.140.000	
	14 Ayekantun	240	6,0%	\$ 120.000	\$ 430.000	12	\$ 5.160.000	\$ 5.280.000	
	15 Cascanueces	200	5,0%	\$ 90.000	\$ 466.000	12	\$ 5.592.000	\$ 5.682.000	
	16 Mi arbolito Lindo	631	15,8%	\$ -	\$ 460.000	12	\$ 5.520.000	\$ 5.520.000	
	Total	4000	100%						\$ 4.705.600

Elaboración propia para estimar la participación en el mercado. Tabla XXIV

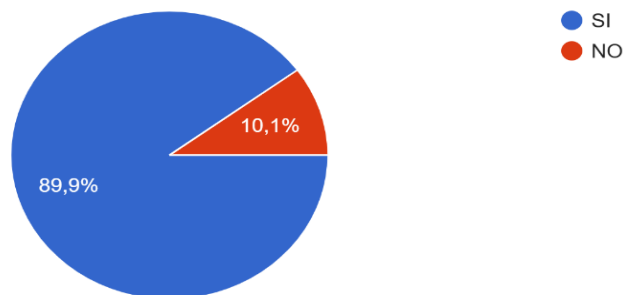


Elaboración propia *Tabla XXV*

De esta tabla podríamos participar del 15,9% pero no enfocaremos en hijos de trabajadores profesionales y que trabajen en turnos de hospitales, clínicas del sector o empresas de otra actividad más personas del sector que vivan y les atraiga nuestro proyecto.

¿CAMBIARIA A SUS HIJOS EN UNA GUARDERIA QUE LE OFREZCA TODO ESTO?

149 respuestas



Elaboración Google Forms *Tabla XXVI*

Entonces de esta proporción de 631 familias bajamos según nuestra información primaria a un 89,9% de 149, es decir 134 familias más nuestros clientes corporativos de esta misma encuesta de 10,1% para completar los primeros años de 149 niños.

TIPO DE SEGMENTACIÓN DETALLE

Geográfica

País: Chile.

Región: Metropolitana

Provincia: Santiago

Comunas: La Florida

Demográfica

Cliente: Padres de familias comuna de la Florida sector delimitado de 5 Km, cuadrado

Genero usuarios: Masculino y femenino.

Edad usuarios: Entre 1 y 5 años.

Estrato socioeconómico: Medio y medio alto.

Ingreso familiar: Desde 1.200.000

Jornada de trabajo de padres: Turnos o jornada normal.

Psicográfica Búsqueda de exclusividad y calidad.

Por comportamiento Búsqueda de servicios adicionales como todo incluido.

Por lo cual, nos centraremos en una proporción más baja de la estimación para tener un centro con buenos espacios y una distribución bien pensada.

5.3 Definición de las Metas de la Estrategia

Estrategia de Marketing

Objetivos General de la Estrategia de Marketing

•**Premium:** Posicionar el servicio como de alta calidad y seguridad, justificando un precio superior.

Producto

Líder en seguridad y enseñanza flexible

Precio de Penetración

•**Paquetes:** Por hijos o según necesidad

•**Descuentos:** Descuentos por inscripción anual

Promoción

Digital: Redes sociales, página web, publicidad online.

Tradicional: Folletos, anuncios en periódicos locales, eventos comunitarios. Mensajes: Enfatizar la seguridad, calidad y flexibilidad del servicio. Testimonios de padres satisfechos.

Plaza

Ubicación: Comuna de La Florida, cerca de hospitales y clínicas, con fácil acceso y buena conectividad. Distribución: Promover la ubicación estratégica y accesibilidad del centro

Procesos

Operativos: Protocolos de seguridad, procesos de selección y certificación del personal, horarios flexibles. **Atención al cliente:** Sistema de encuestas y canales de comunicación para mejorar continuamente el servicio.

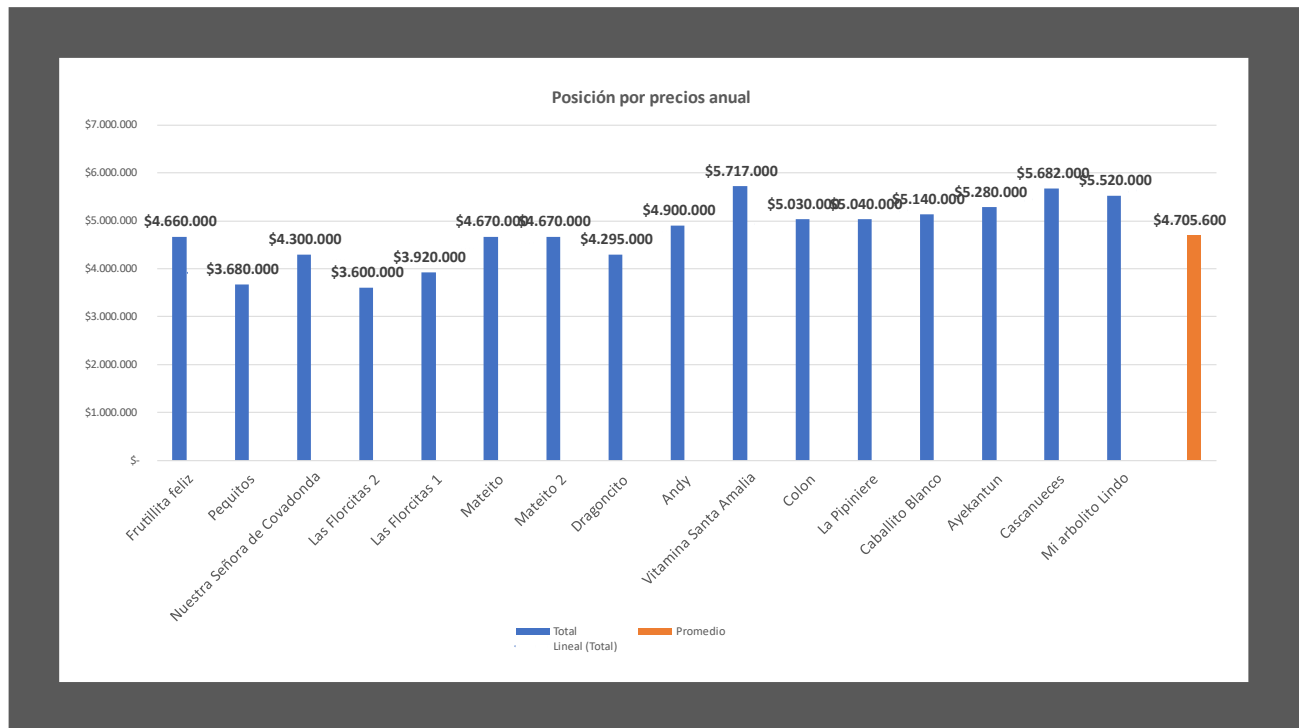
Personas

Profesionales y auxiliares certificados, con formación en cuidado infantil. **Cientes:** Padres profesionales con turnos rotativos, principalmente del sector salud. **Relación:** Crear una relación de confianza y transparencia con los padres, mediante comunicación abierta y feedback constante.

Evidencia Física

Instalaciones: Espacios confortables y seguros, con áreas de juego y aprendizaje. **Materiales:** Equipamiento de alta calidad, uniformes del personal, certificados visibles. **Ambiente:** Crear un ambiente acogedor y estimulante para los niños.

Elaboración propia Tabla XXVII



Elaboración propia Tabla XXVIII

De este grafico podemos ver que el promedio de mercado del sector segmentado en la Florida es de \$4.705.600 y que de 16 empresas del sector 3 tienen el precio más alto, en la posición 14 con el precio de \$5.682.000 esta mi arbolito lindo, superada por vitamina en el 16 con \$5.7717.000 y cascanueces en el 15 con \$5.682.000.



Elaboración propia Ilustración 1

Con Seguridad, aprender en un entorno sano y libre de contaminantes.

5.4 Plan de Marketing con Indicadores

1. Definición Clara de la Propuesta de Valor Única (PVU):

Seguridad Integral: Más allá de la seguridad física, se debe enfatizar un ambiente seguro emocionalmente, con personal capacitado en primeros auxilios y manejo de crisis.

Enseñanza Personalizada: Destacar un enfoque educativo individualizado, basado en las necesidades y ritmos de aprendizaje de cada niño.

Flexibilidad Adaptable: Ofrecer horarios flexibles que se ajusten a las diversas necesidades de las familias, incluyendo opciones de tiempo completo y medio tiempo.

2. Estrategia de Precios:

Estructura de Precios Transparente: Presentar un desglose detallado de los costos, incluyendo los beneficios adicionales que se ofrecen.

Guarderías	Matricula	Arancel	Meses	Anual	Total
Cascanueces	\$ 90.000	\$ 466.000	11	\$ 5.126.000	\$ 5.216.000
Vitamina	\$ 110.000	\$ 466.000	11	\$ 5.126.000	\$ 5.236.000
Mi arbolito Lindo	\$ -	\$ 460.000	11	\$ 5.060.000	\$ 5.060.000

Elaboración propia Tabla XXIX

Según esta tabla como se ve nuestro precio es ligeramente inferior a nuestra competencia directa que lo promediamos de la encuesta y no cobramos matrícula ofreciendo mejores servicios como flexibilidad horaria y alimentación durante su jornada, por lo cual 10,1% sería cliente corporativo de Vigilius Spa.

Programas de Fidelización: Implementar un sistema de descuentos y recompensas para los clientes recurrentes.

Opciones de Pago Flexibles: Ofrecer diferentes modalidades de pago, como mensualidades, pagos trimestrales o anuales.

3. Fortalecimiento de la Ubicación:

Marketing Local: Realizar campañas de marketing dirigidas a las comunidades cercanas a la guardería, utilizando canales como redes sociales, volantes y publicidad en medios locales.

Colaboraciones con Establecimientos Vecinos: Establecer alianzas con otros negocios en la zona para ofrecer descuentos y promociones cruzadas.

4. Ampliación de las Alianzas Estratégicas:

Empresas Locales: Explorar la posibilidad de establecer alianzas con otras empresas locales, como supermercados, gimnasios y centros de entretenimiento infantil.

Organizaciones Comunitarias: Colaborar con organizaciones comunitarias para ofrecer descuentos especiales a sus miembros.

5. Desarrollo del Talento Humano:

Programas de Capacitación Continua: Implementar un plan de capacitación constante para el personal, enfocándose en las últimas tendencias en educación infantil y cuidado de niños.

Reconocimiento y Motivación: Establecer un sistema de reconocimiento y recompensas para motivar al personal y fomentar un ambiente de trabajo positivo.

6. Mejora de los Procesos:

Digitalización de los Procesos: Implementar un sistema de gestión digital para optimizar la comunicación con las familias y agilizar los procesos administrativos.

Evaluación Continua: Realizar evaluaciones periódicas de los procesos para identificar áreas de mejora y garantizar la eficiencia.

7. Comunicación Efectiva:

Imagen de Marca Coherente: Desarrollar una imagen de marca sólida y atractiva, utilizando un lenguaje claro y conciso en toda la comunicación.

Canales de Comunicación Diversos: Utilizar una variedad de canales de comunicación para llegar a diferentes públicos, como redes sociales, sitio web, correo electrónico y eventos presenciales.

Elaboración de un Plan con Indicadores

Para medir el éxito de la guardería, es fundamental establecer un conjunto de indicadores clave de desempeño (KPI). A continuación, se proponen algunos ejemplos:

Tasa de ocupación: Porcentaje de plazas ocupadas.

Tasa de retención de clientes: Porcentaje de familias que renuevan la matrícula.

Nivel de satisfacción de los padres: Medido a través de encuestas y comentarios.

Desarrollo de los niños: Evaluado a través de observaciones y pruebas de desarrollo.

Cumplimiento de los estándares de seguridad: Verificado a través de auditorías internas y externas.

Ejemplo de Indicador: KPI

Indicador	Definición	Meta
Tasa de ocupación	Porcentaje de plazas ocupadas mensualmente	90% en los próximos 3 años
Nivel de satisfacción de los padres	Puntaje promedio obtenido en encuestas de satisfacción	4.5 en una escala de 5
Desarrollo de los niños	Puntaje promedio obtenido en el desarrollo de su aprendizaje acorde a su edad.	4.5 en una escala de 5 estrellas en 6 meses

<p>Cumplimiento de los estándares de seguridad: Verificado a través de auditorías internas y externas.</p>	<p>Porcentaje de cumplimiento de estándares verificados.</p>	<p>90% en dos años.</p>
--	--	-------------------------

Elaboración propia Tabla XXX

5.5 Presupuesto de Marketing

Consideraciones Previas:

Objetivos Específicos: ¿Qué queremos lograr con cada acción de marketing? (Ej: Aumentar la inscripción en un 20% en los próximos 3 meses, mejorar la reputación online en un 15%)

Público Objetivo: ¿A quién queremos llegar? (Padres de niños de cierta edad, familias de ingresos medios-altos, etc.)

Canales Para Utilizar: ¿Dónde vamos a invertir nuestro dinero? (Redes sociales, publicidad online, eventos, material impreso, etc.)

Temporadas Altas y Bajas: ¿Hay momentos del año en los que necesitaremos invertir más? (Inicio de año lectivo, vacaciones escolares)

Disponibilidad Presupuestaria: ¿Cuál es el presupuesto total con el que contamos?

Estructura Básica del Presupuesto

Marketing Digital:

Redes Sociales: Creación de contenido, publicidad pagada (Facebook Ads, Instagram Ads), gestión de comunidades.

Sitio Web: Diseño, mantenimiento, SEO (optimización para motores de búsqueda).

Email Marketing: Campañas de correo electrónico a padres inscritos y potenciales.

Google Ads: Anuncios en Google para palabras clave relevantes.

Marketing Tradicional:

Material Impreso: Volantes, folletos, afiches, tarjetas de presentación.

Eventos: Jornadas de puertas abiertas, talleres para padres, ferias educativas.

Relaciones Públicas: Colaboraciones con medios locales, influencers.

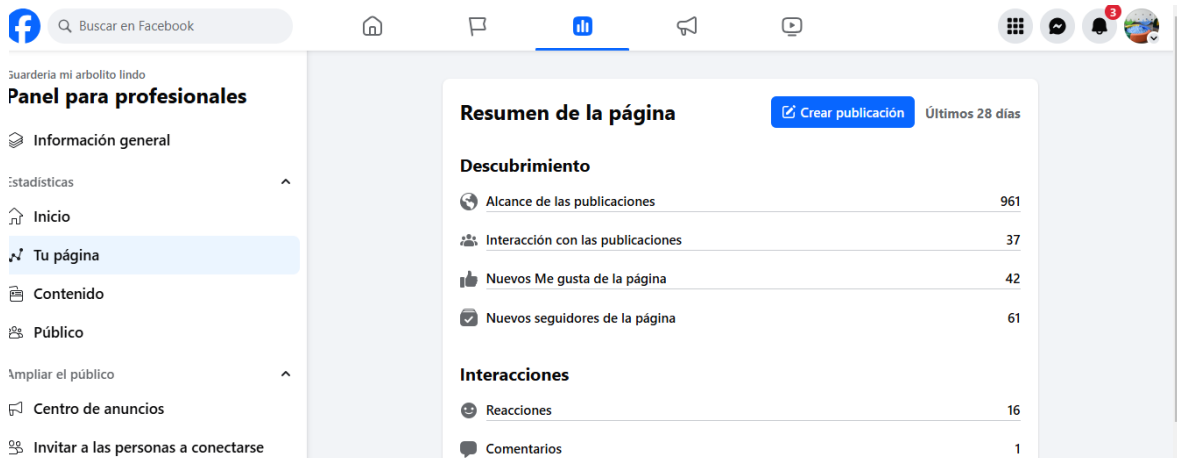
Promociones y Descuentos:

Incentivos de Inscripción: Ofertas especiales, descuentos por referido.

Programas de Fidelización: Descuentos para familias con varios hijos, regalos por cumpleaños.



Elaboración Facebook.com Ilustración 2



Elaboración Facebook.com Ilustración 3

Este es un ejemplo del alcance de las redes sociales en la ilustración 2 y 3.

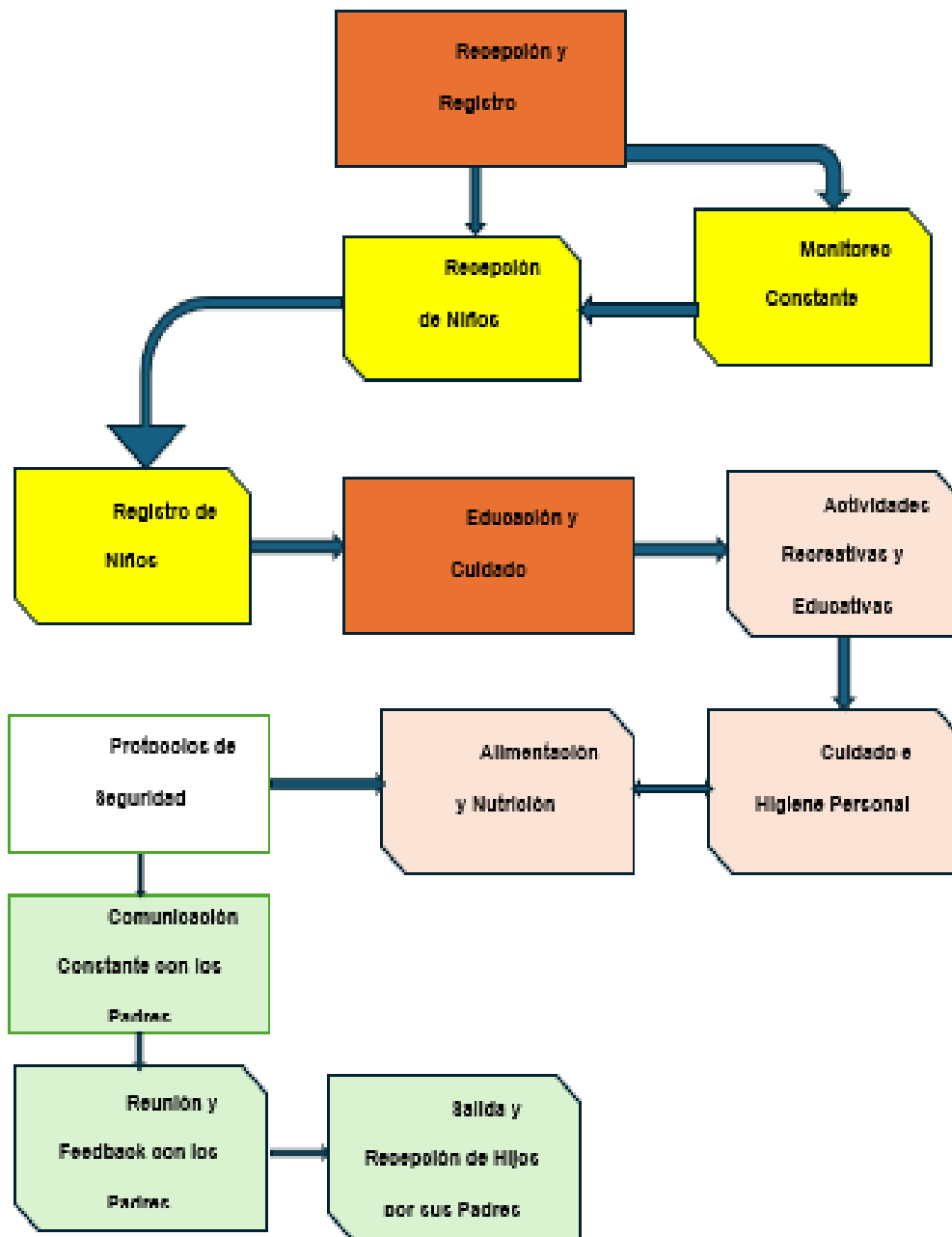
Presupuestarios y Cálculo

Ítem	Descripción	Costo Estimado
Diseño de un nuevo sitio web y su mantención C/ mes	Diseño web, desarrollo, contenido	\$ 150.000 + IVA
Campaña de Facebook Ads mensual	Alcance de 10.000 personas, 2 semanas	\$ 1.500 / día
Material impreso (1.000 volantes)	Diseño, impresión C/mes	\$ 1.200.000 impresión y \$ 1.300.000 por distribución
Organización de una jornada de puertas abiertas	Alquiler de espacio, catering, regalos c/ mes	\$ 300.000 organizado por los directivos.

Elaboración propia Tabla XXXI

6. CAPITULO V: PLAN DE OPERACIONES.

6.1 Mapa de Procesos



Elaboración propia Ilustración 4

6.2 Actividades de Implementación

Planificación Inicial

Objetivos Generales:

Optimizar la eficiencia operativa: Asegurar que todos los procesos se realicen de manera eficiente y sin contratiempos.

Garantizar la seguridad y bienestar de los niños: Implementar y mantener altos estándares de seguridad y bienestar.

Mejorar la satisfacción de los padres: Aumentar la satisfacción de los padres mediante una comunicación efectiva y servicios de alta calidad.

Metas Específicas:

Reducción de tiempos de espera: Disminuir los tiempos de espera en la recepción y entrega de los niños en un 20% en los próximos 6 meses.

Capacitación del personal: Asegurar que el 100% del personal reciba capacitación en primeros auxilios y manejo de crisis dentro del primer año.

Implementación de tecnología: Digitalizar el 80% de los procesos administrativos en los próximos 12 meses.

Roles y responsabilidades

Director de Operaciones: Carolina León Soto.

Supervisar todas las actividades operativas.

Asegurar el cumplimiento de los objetivos y metas.

Coordinar con otros departamentos para mejorar la eficiencia.

Coordinador de Seguridad: Carolina León.

Implementar y supervisar las políticas de seguridad.

Realizar auditorías de seguridad periódicas.

Capacitar al personal en procedimientos de emergencia.

Encargado de Tecnología: Carolina León.

Gestionar la digitalización de los procesos.

Mantener y actualizar los sistemas tecnológicos.

Proveer soporte técnico al personal.

Responsable de Atención al Cliente: Roberto Diaz Reyes

Gestionar la comunicación con los padres.

Recoger y analizar feedback de los padres.

Implementar mejoras basadas en las sugerencias de los padres.

Cronograma

1. Adquisición de Recursos (1 trimestre desde Enero a marzo año 0)	Responsable
Enero ü Selección y contratación de personal certificado	Vigilius Spa. Gerencia Operaciones
Febrero ü Compra de equipos y materiales	
Marzo ü Adecuación de las instalaciones	
2. Capacitación y Formación: VIGILIUS SPA. (2 trimestre desde Abril a Junio año 0)	Vigilius Spa. Gerencia Operaciones
Abril ü Capacitación del personal en protocolos de seguridad y cuidado infantil	
Mayo ü Formación en primeros auxilios y emergencias	
Junio ü Talleres de desarrollo profesional	
3. Marketing y Promoción: (Durante todo el periodo desde el año 0 a último año del proyecto)	Gerencia Marketing y Ventas
Periódica ü Desarrollo de una estrategia de marketing	
Periódica ü Campañas publicitarias en medios locales	
Periódica ü Eventos de lanzamiento y jornadas de puertas abiertas	
4. Operación Piloto (Desde el cuarto trimestre del año 0 hasta el primer semestre del año 1)	Gerencia Operaciones
Octubre a Marzo ü Iniciar operaciones en una fase piloto	
Octubre a Marzo ü Evaluar y ajustar procesos	
Octubre a Marzo ü Recoger feedback de los padres y el personal	
5. Lanzamiento Completo (Desde el primer trimestre del año 1)	Gerencias
Desde Enero ü Iniciar operaciones a plena capacidad	
Periódico ü Monitorear y evaluar el desempeño	
Periódico ü Implementar mejoras continuas	

Elaboración propia Tabla XXXII

6.3 Presupuesto de Operaciones

El presupuesto de operaciones debe incluir todos los costos asociados con la puesta en marcha y el funcionamiento de la guardería de un 90% en operación de 360 niños en un 100% de su funcionamiento en el primer y segundo año.

Costos de Personal: VIGILIUS SPA

Proyectado al último periodo de 5 años.

		Asistentes	Educadora
Párvulos	377	31	31
		\$	\$
Asistente	12	650.000	7.904.839
		\$	\$
Educadora	12	1.085.000	13.195.000
			\$
Total	24		21.099.839

Elaboración Propia Tabla XXXIII

Costos de Instalaciones

Alquiler o compra del local



RECINTOS	FASE 1: sistema modular para 20 alumnos básica en un aula + un aula para 10 párvulos	FASE 2: sistema modular para 60 alumnos E. básica (3 aulas de 20 aL.) + 1 aula para 20 párvulos	FASE 3: Sistema modular para 240 alumnos (6 aulas de 40 aL.) + 80 párvulos (2 aulas de 40 párvulos)
ADMINISTRATIVOS EDUCACIÓN BÁSICA			
Oficina (común con párvulos)	-	-	Un recinto de superficie sugerida 12 m2, que cuente con un espacio para depósito de material didáctico, y otro para archivo.
Sala de Profesores	Un recinto de 12 m2.	Un recinto de 24 m2.	Un recinto de 32 m2.
DOCENTES EDUCACIÓN BÁSICA			
Aula	Un aula según estándar de 3,2 m2/alumno, de 64m2.	3 aulas, con capacidad para 20 alumnos c/u, estándar de 3,2 m2/alumno, de 64 m2 cada una.	6 aulas, con capacidad para 40 alumnos c/u, estándar de 2 m2/alumno, de 80 m2 cada una.
Biblioteca o CRA	-	-	Un recinto de 90 m2
Taller o Multitaller	-	-	Un recinto de 80 m2 (2 m2/nº alumno aula)
Sala Unidad Técnico Pedagógico	-	-	Un recinto con superficie mínima de 16 m2
Patio (cubierto o cerrado según zona). Estándar de 2,5m2/al,	Patio cubierto o cerrado (según zona climática indicada en punto 2.4 de este anexo) calculado sobre 90 m2 totales de patio. Que pueda utilizarse también como comedor*.	Patio cubierto o cerrado (según zona climática indicada en punto 2.4 de este anexo) calculado sobre 150 m2 totales de patio. Que pueda utilizarse también como comedor*.	Patio cubierto y/o cerrado (según zona climática indicada en punto 2.4 de este anexo), calculado sobre 600m2 totales de patio. Que pueda utilizarse también como comedor*.
SERVICIOS EDUCACIÓN BÁSICA			
SSH alumnas	Un recinto con 2 inodoros, 2 lavamanos, 1 ducha; de 10 m2.	Un recinto con 2 inodoros, 2 lavamanos y 1 ducha; de 10 m2.	Un recinto con 5 inodoros, 5 lavamanos y 2 duchas, de 23 m2, de 23 m2.



SSHH alumnos	Un recinto con 2 inodoros, 2 lavamanos, 1 ducha y 1 urinario; de 10 m ² .	Un recinto con 2 inodoros, 2 lavamanos, 1 ducha y 1 urinarios; de 10 m ² .	Un recinto con 4 inodoros, 5 lavamanos, 2 duchas y 2 urinarios, de 23 m ² .
SSHH Personal Docente, Administrativo y de servicio.	Un recinto para hombres y uno para mujeres cada cual con 1 lavamanos y un inodoro, de 4 m ² c/u.	Un recinto para hombres y uno para mujeres cada cual con 1 lavamanos y un inodoro, de 4 m ² c/u.	Un recinto para hombres y uno para mujeres cada cual con 1 lavamanos y un inodoro, de 4 m ² c/u.
SSHH manipuladoras	Considerado en cocina, de 4 m ²	Considerado en cocina, de 4 m ²	Considerado en cocina, de 4 m ²
Cocina	Un recinto con superficie mínima de 20 m ² , con espacio para dos despensas** (que funcionara como recepción de alimentos traídos de servicios externos), mesa para comedor de funcionarios y sshh para manipuladoras que no deberá estar comunicado directamente con la zona de manipulación de alimentos.	Un recinto con superficie mínima de 30 m ² , con espacio para dos despensas** (que funcionara como recepción de alimentos traídos de servicios externos), mesa para comedor de funcionarios y sshh para manipuladoras que no deberá estar comunicado directamente con la zona de manipulación de alimentos.	Un recinto con superficie mínima de 80 m ² , con espacio para dos despensas** (que funcionara como recepción de alimentos traídos de servicios externos), mesa para comedor de funcionarios y sshh para manipuladoras que no deberá estar comunicado directamente con la zona de manipulación de alimentos.
Comedor	Se considera uso compartido en patio cubierto/cerrado.	Se considera uso compartido en patio cubierto/cerrado.	Se considera uso compartido en patio cubierto/cerrado.
Despensa	Se considera en cocina	Se considera en cocina	Se considera en cocina
Bodega	Un recinto por local de 6 m ² .	Un recinto por local de 8 m ² .	Un recinto por local de 12 m ² .
Patio de servicio (recinto cubierto)	Se sugiere una superficie mínima de 12 m ² , con nicho para basurero cerrado o con puerta, con nicho para cilindros de gas o acumulación de leña.	Se sugiere una superficie mínima de 12 m ² , con nicho para basurero cerrado o con puerta, con nicho para cilindros de gas o acumulación de leña.	Se sugiere una superficie mínima de 12 m ² , con nicho para basurero cerrado o con puerta, con nicho para cilindros de gas o acumulación de leña.
Sala de primeros auxilios	Un recinto con superficie sugerida de 9 m ² con lavamanos con agua caliente, camilla y casillero o gabinete.	Un recinto con superficie sugerida de 9 m ² con lavamanos con agua caliente, camilla y casillero o gabinete.	Un recinto con superficie sugerida de 9 m ² con lavamanos con agua caliente, camilla y casillero o gabinete.



ADMINISTRATIVOS EDUCACIÓN PARVULARIA			
Sala Multiuso y primeros auxilios	Un recinto, superficie sugerida de 12m2.	Un recinto, superficie sugerida de 12m2.	Un recinto, superficie sugerida de 12m2.
DOCENTES EDUCACIÓN PARVULARIA			
Sala actividades párvulos.	1 sala con estándar 3,3 m2/alumnos de 33 m ² con capacidad para 10 párvulos, con un ancho máximo de 3,49m y 6m de largo.	1 sala con estándar 3,3 m2/alumnos de 66 m ² con capacidad para 20 párvulos.	2 Salas de actividades de 92 m2 c/u + 1 sala anexa de 40 m2: Considerados salas de actividades (2,3m ² por párvulo cada una) que comparten una sala anexa (1m ² por párvulo).
Patio párvulo (cubierto o cerrado según zona). Estándar 4m2/al.	Porcentaje de patio cubierto o cerrado según zona climática, indicada en punto 2.4 de este anexo, calculada sobre 40 m ² totales de patio.	Porcentaje de patio cubierto o cerrado según zona climática indicada en punto 2.4 de este anexo, calculada sobre 80 m ² totales de patio.	Porcentaje de cubierto o cerrado según zona climática indicada en punto 2.4 de este anexo, calculada sobre 320 m ² totales de patio.
SERVICIOS EDUCACIÓN PARVULARIA			
Sala de hábitos higiénicos párvulos.	Un recinto con 2 lavamanos y 2 inodoros; de 8 m2.	Un recinto con 4 lavamanos y 4 inodoros, 1 tineta; de 15 m2.	Un recinto con 8 lavamanos, 6 inodoros, 1 tineta, de 23 m2.
Bodega para material didáctico	Un recinto por local; de 4 m2.	Un recinto por local; de 6 m2.	Un recinto por local; de 8 m2.
Bodega artículos de aseo.	Un recinto por local; de 4 m2.	Un recinto por local; de 6 m2.	Un recinto por local, de 8 m2.

SUBTOTAL			
Superficies cerradas	204 m2	388 m2	1140,5 m2
Superficies cubiertas	64 m2	104 m2	380 m2
CIRCULACIONES 25% de las sup. cerradas			
Circulaciones cerradas o cubiertas dependiendo de la macrozona. Se apuesta por una optimización de estas superficies.	51 m2	97 m2	285 m2
SUPERFICIE TOTAL	319 m2	589 m2	1805,5 m2

Fuente: *Elaboración Mineduc Ilustración 5*

La Florida, Venta Terreno para Constructora (64356)

Valor: UF 36.000,00
 Valor (CLP aprox)*: \$ 1.383.625.080
 Conversión: 1 UF = \$ 38.434
 Amoblado: No
 Superficie Total: 1.504 m²
 Superficie Construida: 1.504 m²

Dirección: La Florida, Venta Terreno para Constructora (64356)
 Código aviso: 66195589
 Código externo aviso: 64356
 Tipo de publicación: Venta
 Tipo de propiedad: Local Comercial
 Fecha Publicación: 28/11/2024



* Valor calculado a partir del valor original, este valor es solo referencial.

Fuente *Elaboración Chile propiedades Ilustración 6*

COMPRA DE	VALOR
CHILE PROPIEDADES (VIGILIUS GROUP)	\$ 1.383.625.080

Elaboración propia Tabla XXXIV

Propiedad cedida por Vigilius Group socio estratégico. REFERENCIA.

1805.5 m2 construido para 500 niños y nuestra Guardería cuenta con 1504 m2 para 337 niños.

AÑOS	PORCENTAJE	SALAS	377 SALAS	CAPACIDAD DE SA B AÑOS POR SA DORMITORIOS			PATIO	COMEDOR	COCINA
1	6%	23							
2	11,40%	43	66	7	9	1	7		
3	11,40%	43							
4	24,20%	91	134	6	21	1	6		
5	47,00%	177	177	6	30	1	3	1	1
TOTAL	100%	377	377						

Elaboración propia Tabla XXXV

Mantenimiento y reparaciones

MANTENCION Y ASEO	VALOR MES
-------------------	-----------

VIGILIUS SPA.	\$	1.000.000
---------------	----	-----------

Elaboración propia Tabla XXXVI

Servicios públicos (agua, electricidad, internet)

SERVICIOS PUBLICOS	VALOR ANUAL	12
	\$	\$
AGUA	2.400.000	55.000
	\$	\$
ELECTRICIDAD	5.400.000	450.000
	\$	\$
INTERNET TRIO ENTEL	540.000	45.000
	\$	\$
KAME ERP POR 3 ADMINISTRADORES	1.150.000	95.833
MICROSOFT OFFICE 365 POR 3 ADMINISTRADORES Y 50 USUARIOS	\$	\$
	1.245.000	103.750
	\$	\$
PATENTE MUNICIPAL	1.500.000	1.500.000
	\$	\$
LOGO CORPORATIVO	80.000	80.000
	\$	\$
GAS CAÑERÍA	2.000.000	166.667
	\$	\$
TOTAL	14.315.000	2.641.250

Elaboración propia Tabla XXXVII

Equipos y Materiales

Mobiliario y equipos educativos

Set de pedidos a padres de sus útiles de educación y aseo.

ARTICULOS	UNIDAD	VALOR	TOTAL
		\$	\$
BOLSA DE ARENA	2	9.990	19.980

TOBOGAN RESBALIN INFLABLE	1	\$ 545.992	\$ 545.992
BALDE PLAYA CON 6 ACCESORIO	20	\$ 1.290	\$ 25.800
PACK DE ROMPECABEZAS	50	\$ 1.990	\$ 99.500
RESBALIN COLUMPIO	4	\$ 89.554	\$ 358.216
CAJA DE LADRILLOS LEGO CLASICO	50	\$ 3.634	\$ 181.700
ESCRITORIO INFANTIL 1 A 2 AÑOS HOBBY MARKET	26	\$ 49.990	\$ 1.299.740
PACK KIDS 1 MESA 2 SILLAS OLIVIA BLANCO 3 A 4 AÑOS FORM	27	\$ 74.900	\$ 1.984.850
PACK KIDS 1 MESA 2 SILLAS OLIVIA BLANCO 5 AÑOS FORM	35	\$ 84.900	\$ 2.971.500
PIZZARRA MOVIL PARA CLASES IG PRO	9	\$ 139.900	\$ 1.259.100
CUNAS PLAYARD STELLA OCEAN COSCO	26	\$ 38.990	\$ 1.013.740
CAMA DE TRANSICION 3 A 4 AÑOS MUNDO INFANTIL	53	\$ 154.990	\$ 8.214.470
CAMA DE TRANSICION 5 AÑOS MUNDO INFANTIL	70	\$ 170.000	\$ 11.900.000
TOTAL			\$ 29.874.588

Elaboración propia Tabla XXXVIII

Materiales de oficina y suministros de aseo.

ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR
Escritorio Andalucía Light Wood	2	\$49.990	\$99.980

Escritorio Moderno Con Cajoneras 140x60x77cm Para Oficina	3	\$119.900	\$359.700
Sillas de escritorio	7	\$49.990	\$349.930
Computadores escritorio Lenovo	6	\$277.100	\$1.662.600
Impresora Multifuncional Smart Tank 520	3	\$124.990	\$374.970
Cajonera Kardex	1	\$89.990	\$89.990
Cajoneras Negra	2	\$89.990	\$179.980
Estantes	3	\$89.990	\$269.970
Velador	3	\$80.990	\$242.970
sillón de dos cuerpos	1	\$260.000	\$260.000
Meza de centro	1	\$85.490	\$85.490
Meza de comedor	1	\$114.000	\$114.000
sillas de comedor	5	\$44.500	\$222.500
microondas	1	\$184.000	\$184.000
Refrigerador	1	\$456.000	\$456.000
Notebook	1	\$264.900	\$264.900
Horno Eléctrico	1	\$106.000	\$106.000
Bajilla y vasos	1	\$118.500	\$118.500
Aire Acondicionado Anwo	9	\$309.990	\$2.789.910
Refrigerador fensa	1	\$569.990	\$569.990
Total			\$8.801.380

Elaboración propia Tabla XXXIX

ARTICULOS DE ESCRITORIO Y ASEO DIMERC	Precio	Stock Cantidad	Subtotal	Código
ACEITE OLIVA EXTRA-VIRGEN CLASSIC 1 LT	\$5.695	3	\$17.085	214489
ADHESIVO BARRA 36 GR	\$3.675	1	\$3.675	214489
ADHESIVO BARRA 40 GR	\$2.325	1	\$2.325	214489
ADHESIVO HENKEL EN BARRA 40 G STICK FIX	\$1.547	2	\$3.094	214489
ANOTADOR CON APRETADOR SIMPLE MADERA OFICIO	\$1.095	1	\$1.095	214489

ANOTADOR CON APRETADOR SIMPLE MADERA OFICIO	\$1.110	1	\$1.110	214489
ARCHIVADOR ANCHO CARTA BURDEO	\$2.052	6	\$12.312	214489
AROMATIZADOR AUTOMATICO MANZANA CANELA	\$967	3	\$2.901	214489
AZUCAR GRANULADA 1 KG	\$6.543	11	\$71.973	214489
BANDEJA ESCRITORIO METAL TRIPLE REJILLA NEGRO	\$422	4	\$1.688	214489
BANDERITAS ADHESIVAS TAPE FLAGS 1.5 CM X 5 CM 5 COLORES NEON 500 UN (100 X COLOR)	\$5.976	1	\$5.976	214489
BOLSA BASURA 50X70 10 UN NEGRA	\$2.200	7	\$15.400	214489
BOLSA BASURA 50X70 10 UN NEGRA	\$1.711	1	\$1.711	214489
BOLSA BASURA 80X110 10 UN BIOROLLO	\$3.615	1	\$3.615	214489
BOLSA BASURA PLANA 70X90 10 UN NEGRA	\$1.738	1	\$1.738	214489
BORRADOR PIZARRA		1	\$0	
CAFE INSTANTANEO 200 GR TRADICIÓN FINA SELECCIÓN	\$6.464	8	\$51.712	250793
CAFE INSTANTANEO DESCAFEINADO 170 GR	\$2.556	2	\$5.112	250793
CAFE INSTANTANEO GRANULADO TARRO 420 GR TRADICION	\$10.019	8	\$80.152	250793
CAJA DE ARCHIVO 5 ARCHIVADORES MEGABOX KRAFT	\$47	1	\$47	250793
CAJA DE ARCHIVO AMERICANA ESTANDAR	\$201	1	\$201	250793
CAJA DE ARCHIVO ESTANDAR KRAFT	\$2.126	1	\$2.126	250793
CAJA DE ARCHIVO REVISTERO CARTA AMARILLO N21 LOMO 10.5 CM	\$1.999	1	\$1.999	250793
CALCULADORA ESCRITORIO 12 DIGITOS MX-12B	\$1.148	1	\$1.148	250793
CALCULADORA ESCRITORIO 12 DIGITOS TECLA CORRECTORA	\$2.613	1	\$2.613	250793
CARPETA CARTULINA CON ELASTICO AZUL	\$904	1	\$904	250793
CARPETA CARTULINA DIMERC CON PESTAÑA PIGMENTADA AZUL OPACO 41 A 80 HOJAS	\$945	1	\$945	250793

CARPETA CARTULINA PIGMENTADA OFICIO ROJO BRILLANTE CON PESTAÑA	\$564	1	\$564	250793
CARPETA COLGANTE COLON FLEJE PLÁSTICO KRAFT	\$967	1	\$967	250793
CARPETA PLASTICA DOBLE BOLSILLO OFICIO COLORES	\$666	1	\$666	250793
CARTUCHO TINTA 662XL CZ105AL NEGRO	\$783	1	\$783	250793
CERA CREMA 360 CC PISO FLOTANTE	\$321	1	\$321	250793
CERA LIQUIDA PISO DE MADERA 5 LT AMARILLA	\$2.692	3	\$8.076	250793
CINTA ADHESIVA ECONOMICA 18MMX30MT RHEIN	\$1.433	1	\$1.433	289435
CINTA ADHESIVA MAGICA 19 MM 25 MT TRANSPARENTE MOD.810	\$2.926	2	\$5.852	289435
CINTA EMBALAJE 48 MM 40 MT TRANSPARENTE SCOTCH	\$6.559	1	\$6.559	289435
CINTA EMBALAJE 48 MM 40 MT TRANSPARENTE SCOTCH	\$284	1	\$284	289435
CLIPS DOBLE 12 UN 19 MM NEGRO 3/4 PULGADA	\$1.492	1	\$1.492	289435
CLIPS DOBLE 12 UN 25 MM NEGRO 1 PULGADA	\$126	1	\$126	289435
CLIPS DOBLE 12 UN 32 MM NEGRO 1 1/4	\$775	0	\$0	289435
COLORO 5% 5 LT	\$290	1	\$290	289435
COLORO CONCENTRADO 1 LT	\$294	1	\$294	289435
COLORO GEL 900 ML DESINFECTANTE LAVANDA	\$328	1	\$328	289435
COLORO GEL 900 ML MENTA EUCALIPTUS	\$517	1	\$517	289435
COLORO GEL 900 ML SANITIZANTE EUCALIPTUS	\$2.603	1	\$2.603	289435
CORCHETE ESTANDAR 26/06 PULGADAS 1000 UN	\$705	2	\$1.410	289435
CORCHETERA CORTA METAL 20 HOJAS NEGRO	\$246	1	\$246	289435
CORCHETERA MEDIANA METÁLICA B515 COLORES SURTIDOS 25 A 30 HOJAS BOSTITCH	\$6.715	1	\$6.715	289435
CORRECTOR EN CINTA RETRACTIL 5 MM X 6 MT COLORES SURTIDOS	\$1.438	1	\$1.438	289435
CORRECTOR LIQUIDO 7 ML LAPIZ CL-02	\$790	1	\$790	289435

CORRECTOR LIQUIDO 7 ML LAPIZ PUNTA METALICA	\$1.289	4	\$5.156	289435
CUADERNO CARTA SCOTLAND 7 MM 150 HOJAS	\$1.096	1	\$1.096	208108
CUADERNO UNIVERSITARIO MATEMATICA 7 MM 100 HOJAS LISO COLORES SURTIDOS	\$1.197	1	\$1.197	208108
CUADERNO UNIVERSITARIO MATEMATICA 7 MM 100 HOJAS LISO TAPA DURA COLORES SURTIDOS	\$2.100	1	\$2.100	208108
DEDO DE GOMA N° 11 CON RESPIRACIÓN ROJO 12 UN	\$606	2	\$1.212	208108
DESINFECTANTE AMBIENTAL AEROSOL 354 ML CRISP LINE	\$907	1	\$907	208108
DESINFECTANTE AMBIENTAL AEROSOL 360 ML AIRE MONTAÑA	\$3.810	2	\$7.620	208108
DESINFECTANTE AMBIENTAL AEROSOL 360 ML ORIGINAL	\$157	1	\$157	208108
DESODORANTE AMBIENTAL ACEITE NATURAL 26 CC VAINILLA PACK 2 UN RECARGABLE	\$1.990	1	\$1.990	208108
DESODORANTE AMBIENTAL AEROSOL 270 ML AUTOMATICO RECARGA LIMON	\$898	1	\$898	208108
DESODORANTE AMBIENTAL AUTOMATICO RECARGA 175 GR LAVANDA VAINILLA	\$1.019	1	\$1.019	208108
DESODORANTE AMBIENTAL AUTOMATICO RECARGA 175 GR MANZANA CANELA	\$228	1	\$228	208108
DESODORANTE AMBIENTAL ELECTRICO 21 ML CON APARATO VAINILLA	\$3.624	1	\$3.624	208108
DESODORANTE AMBIENTAL ELECTRICO 2x21 CC REPUESTO MANZANA CANELA	\$1.443	1	\$1.443	208108
DESTACADOR BOLSILLO CELESTE PUNTA BISELADA FINA	\$4.217	1	\$4.217	208108
DESTACADOR BOLSILLO NARANJA PUNTA BISELADA	\$4.182	1	\$4.182	208108

DESTACADOR BOLSILLO PUNTA BISELADA FINA AMARILLO	\$8.287	2	\$16.574	59499
DESTACADOR BOLSILLO ROSADO PUNTA BISELADA FINA	\$12.709	2	\$25.418	201918
DESTACADOR BOLSILLO ROSADO PUNTA BISELADA FINA	\$4.316	1	\$4.316	225135
DESTACADOR BOLSILLO VERDE PUNTA BISELADA FINA	\$703	2	\$1.406	225135
DESTACADOR BOLSILLO VERDE PUNTA BISELADA FINA	\$2.828	4	\$11.312	225135
DISPENSADOR CINTA ADHESIVA ESCRITORIO NEGRO F38	\$294	1	\$294	225135
DISPENSADOR MAGIC CLIP 13 MM	\$3.352	1	\$3.352	225135
DOBLE CLIP NEGRO 19 MM 12 UN	\$996	2	\$1.992	225135
ELÁSTICO DIMERC IMPORTADO BLANCO 1 K	\$427	2	\$854	250903
ENDULZANTE LIQUIDO STEVIA 270 ML	\$2.767	2	\$5.534	250903
ESCOBILLA ECONOMICA MANO CLASICA	\$508	2	\$1.016	250903
ESCOBILLON TRADICIONAL	\$2.854	3	\$8.562	250903
ESPONJA ABRASIVA LISA 4 UN	\$2.634	1	\$2.634	250903
ETIQUETA INK JET/LASER ADETEC 101X25 MM 1000 UN50H	\$7.599	1	\$7.599	250903
ETIQUETAS LASER-INKJET 06313 216X279MM BLANCO 25 UNIDADES ADETEC	\$4.491	1	\$4.491	250903
FUNDA POLIPROPILENO OFICIO BLANCO	\$427	2	\$854	243284
GALLETA AGUA 180 GR SIN SAL	\$2.173	1	\$2.173	243284
GALLETA DULCE 100 GR CRIOLLITA	\$1.880	1	\$1.880	243284
GALLETA DULCE 100 GR CRIOLLITA	\$2.943	1	\$2.943	243284
GALLETA DULCE 100 GR CRIOLLITA	\$3.725	1	\$3.725	243284
GALLETA DULCE 100 GR DONUTS CHOCOLATE TRADICIONAL	\$206	1	\$206	243284
GALLETA DULCE 100 GR DONUTS CHOCOLATE TRADICIONAL	\$701	1	\$701	243284

GALLETA DULCE 100 GR DONUTS CHOCOLATE TRADICIONAL	\$313	1	\$313	243284
GALLETA DULCE 100 GR DONUTS ORANGE	\$4.855	1	\$4.855	243284
GALLETA DULCE 100 GR DONUTS ORANGE	\$1.087	1	\$1.087	243284
GALLETA DULCE 120 GR KUKY CLASICA	\$1.468	1	\$1.468	243284
GALLETA DULCE 120 GR KUKY CLASICA	\$1.045	1	\$1.045	243284
GALLETA DULCE 120 GR KUKY CLASICA	\$12.793	1	\$12.793	243284
GALLETA DULCE 120 GR TUAREG	\$2.856	1	\$2.856	243284
GALLETA DULCE 120 GR TUAREG	\$2.634	1	\$2.634	243284
GALLETA DULCE 120 GR TUAREG	\$3.009	1	\$3.009	243284
GALLETA DULCE 125 GR COCO FIESTA	\$1.918	1	\$1.918	243284
GALLETA DULCE 125 GR COCO FIESTA	\$3.543	1	\$3.543	243284
GALLETA DULCE 126 GR TRITON CHOCOLATE	\$5.718	1	\$5.718	243284
GALLETA DULCE 126 GR TRITON CHOCOLATE	\$3.529	1	\$3.529	243284
GALLETA DULCE 126 GR TRITON NARANJA	\$2.716	1	\$2.716	243284
GALLETA DULCE 126 GR TRITON NARANJA	\$8.896	1	\$8.896	243284
GALLETA DULCE 126 GR TRITON VAINILLA	\$2.354	1	\$2.354	243284
GALLETA DULCE 126 GR TRITON VAINILLA	\$2.510	1	\$2.510	395245
GALLETA DULCE 126 GR TRITON VAINILLA	\$6.181	1	\$6.181	395245
GALLETA DULCE 130 GR FRAC CHOCOLATE BI FRUTILLA	\$302	1	\$302	395245
GALLETA DULCE 130 GR FRAC CHOCOLATE BI FRUTILLA	\$4.533	1	\$4.533	395245
GALLETA DULCE 130 GR FRAC CON CREMA DE CHOCOLATE	\$4.032	1	\$4.032	395245
GALLETA DULCE 130 GR FRAC CON CREMA DE CHOCOLATE	\$1.363	1	\$1.363	395245
GALLETA DULCE 135 GR FRAC CHOCOLATE	\$1.514	1	\$1.514	395245
GALLETA DULCE 135 GR FRAC CHOCOLATE	\$3.617	1	\$3.617	395245
GALLETA DULCE 135 GR FRAC CHOCOLATE	\$4.483	1	\$4.483	395245
GALLETA DULCE 135 GR FRAC VAINILLA	\$199	1	\$199	395245
GALLETA DULCE 135 GR FRAC VAINILLA	\$183	1	\$183	395245

GALLETA DULCE 140 GR ALTEZA OBLEA CREMA HELADO	\$226	1	\$226	395245
GALLETA DULCE 140 GR ALTEZA OBLEA CREMA HELADO	\$226	1	\$226	395245
GALLETA DULCE 140 GR ALTEZA OBLEA CREMA HELADO	\$206	1	\$206	395245
GALLETA DULCE 140 GR ALTEZA OBLEA FRUTILLA	\$206	1	\$206	395245
GALLETA DULCE 140 GR ALTEZA OBLEA FRUTILLA	\$769	1	\$769	395245
GALLETA DULCE 140 GR ALTEZA OBLEA FRUTILLA	\$265	1	\$265	395245
GALLETA DULCE 140 GR LIMON FIESTA	\$9.482	1	\$9.482	395245
GALLETA DULCE 140 GR LIMON FIESTA	\$154	1	\$154	395245
GALLETA DULCE 140 GR MANTEQUILLA FIESTA	\$1.231	1	\$1.231	395245
GALLETA DULCE 150 GR NIZA	\$3.547	1	\$3.547	395245
GALLETA DULCE 150 GR NIZA	\$1.986	1	\$1.986	395245
GALLETA DULCE 150 GR NIZA	\$3.529	1	\$3.529	395245
GALLETA DULCE 160 GR VINO	\$8.182	1	\$8.182	395245
GALLETA DULCE 71 GR NIK BOCADO	\$1.020	1	\$1.020	395245
GALLETA DULCE 71 GR NIK BOCADO	\$6.181	1	\$6.181	459545
GALLETA DULCE 85 GR GRETTEL CHOCOLATE	\$2.293	1	\$2.293	459545
GALLETA DULCE 85 GR GRETTEL CHOCOLATE	\$6.728	1	\$6.728	459545
GALLETA DULCE 85 GR GRETTEL CHOCOLATE BLANCO	\$4.536	1	\$4.536	459545
GALLETA DULCE 85 GR GRETTEL CHOCOLATE BLANCO	\$1.560	1	\$1.560	459545
GALLETA DULCE 85 GR OBSESION	\$2.461	1	\$2.461	459545
GALLETA DULCE 85 GR OBSESION	\$4.032	1	\$4.032	459545
GALLETA DULCE 85 GR OBSESION MANI	\$3.563	1	\$3.563	459545
GALLETA DULCE 85 GR OBSESION MANI	\$3.544	1	\$3.544	459545
GOMA DE BORRAR MIGA S20 GRANDE	\$2.833	1	\$2.833	459545
GOMA DE BORRAR MIGA S20 GRANDE	\$1.089	1	\$1.089	459545

GUANTE SUPERIOR PEQUEÑO	\$196	1	\$196	459545
GUANTE SUPERIOR PEQUEÑO	\$196	1	\$196	459545
JABON LIQUIDO 1 LT DERMO CARE AVENA	\$199	1	\$199	459545
JABON LIQUIDO 5LT ALMENDRA	\$196	1	\$196	459545
JABON LIQUIDO 5LT ALMENDRA	\$680	1	\$680	459545
LAPIZ PASTA 0.7 MM PUNTA FINA AZUL KILOMETRICO INKJOY	\$701	1	\$701	459545
LAPIZ PASTA 0.7 MM PUNTA FINA AZUL NEW ORANGE	\$2.983	20	\$59.660	459545
LAPIZ PASTA 0.7 MM PUNTA FINA ROJO NEW ORANGE	\$966	2	\$1.932	459545
LAPIZ PASTA 1.0 MM PUNTA MEDIA AZUL CRISTAL	\$6.284	1	\$6.284	459545
LAPIZ PASTA 1.0 MM PUNTA MEDIA AZUL KILOMETRICO CRISTAL INKJOY	\$1.068	1	\$1.068	459545
LAPIZ PASTA 1.0 MM PUNTA MEDIA NEGRO CRISTAL	\$781	1	\$781	459545
LAPIZ PASTA 1.0 MM PUNTA MEDIA ROJO CRISTAL	\$1.326	1	\$1.326	459545
LAPIZ PASTA PUNTA FINA ROJO TRILUX 035	\$1.058	1	\$1.058	459545
LAVALOZAS LIQUIDO 1 LT DOYPACK	\$758	1	\$758	459545
LAVALOZAS LIQUIDO 1.5 LT	\$424	1	\$424	459545
LAVALOZAS LIQUIDO FRASCO 750 ML	\$3.277	1	\$3.277	459545
LAVALOZAS LIQUIDO RECARGA 1.5 LT	\$2.279	1	\$2.279	459545
LIBRO ADM ACTA FOLIADO 7MM 100 HJ	\$2.266	18	\$40.788	459545
LIBRO ADM REGISTRO ASISTENCIA 100 HJ	\$3.549	4	\$14.196	459545
LIBRO ADMINISTRATIVO ACTA 100 HOJAS N°532-F100 AUCA	\$360	0	\$0	459545
LIMPIADOR CREMA 500 CC MULTIUSO	\$2.716	1	\$2.716	459545
LIMPIADOR PISO 4 LT ESPIRITU JOVEN	\$1.079	1	\$1.079	459545
LIMPIADOR PISO 4 LT PRIMAVERA	\$6.287	1	\$6.287	459545
LIMPIADOR PISO 900 CC PRIMAVERA	\$5.384	1	\$5.384	508908
LIMPIADOR PISO 900 CC PRIMAVERA	\$2.263	2	\$4.526	508908
LIMPIAVIDRIOS 500 CC MULTIUSO GATILLO	\$622	1	\$622	508908

LIMPIAVIDRIOS 500 CC MULTIUSO GATILLO	\$345	3	\$1.035	508908
LIQUIDACIÓN PAPEL HIGIENICO DOBLE HOJA 120 MT 8 ROLLOS	\$4.536	2	\$9.072	508908
LOMO ARCHIVADOR ANCHO AMARILLO	\$1.552	10	\$15.520	508908
LUSTRAMUEBLE CREMA TRADICIONAL 500 CC	\$40.882	1	\$40.882	508908
MAGIC CLIP REPTO. CAJA 50UN 16MM 1201 FULTONS	\$62.045	1	\$62.045	508908
MAGIC CIIP REPUESTO 13 MM 50 UN	\$3.313	2	\$6.626	508908
MARCADOR PERMANENTE PUNTA FINA COLOR AZUL DESECHABLE	\$3.012	15	\$45.180	508908
MARCADOR PERMANENTE PUNTA FINA COLOR NEGRO DESECHABLE	\$7.024	2	\$14.048	508908
MARCADOR PERMANENTE PUNTA FINA COLOR ROJO DESECHABLE	\$199	2	\$398	508908
MARCADOR PERMANENTE PUNTA REDONDA COLOR NEGRO DESECHABLE	\$232	2	\$464	508908
MARCADOR PIZARRA DESECHABLE PUNTA REDONDA VELLADA AZUL	\$1.580	1	\$1.580	508908
MARCADOR PIZARRA PUNTA REDONDA 500 COLOR AZUL DESECHABLE	\$1.120	2	\$2.240	508908
MARCADOR PIZARRA PUNTA REDONDA COLOR AZUL DESECHABLE	\$7.447	1	\$7.447	508908
MOPA REDONDA COMPLETA SET BALDE ESTRUJA COLOR SURTIDO	\$6.321	2	\$12.642	508908
NOTA ADHESIVA 1 UN X 100 HOJAS 7.3 X 7.3 CM AMARILLO ZR 330	\$1.088	2	\$2.176	508908
NOTA ADHESIVA 1 UN X 100 HOJAS 7.6 X 7.6 CM AMARILLO 654 BLOCK	\$1.131	1	\$1.131	508908
NOTA ADHESIVA 4 UN X 50 HOJAS 3.5 X 4.8 CM SURTIDO NEON T-653	\$1.374	1	\$1.374	508908
NOTA ADHESIVA 5 UN X 100 HOJAS 7.6 X 7.6 CM SURTIDO NEON 654	\$699	1	\$699	508908
NOTA ADHESIVA 653 100 HOJAS X 4 UN NEON	\$798	2	\$1.596	508908

PAÑUELO COCINA 6 UN ESPONJA SPONGI	\$617	2	\$1.234	508908
PAÑUELO COCINA 6 UN ESPONJA SPONGI	\$610	1	\$610	508908
PAÑUELO COCINA ALGODON 40X60 CM	\$832	2	\$1.664	508908
PAÑUELO DESINFECTANTE AROMA FRESH 35 UN	\$3.282	5	\$16.410	508908
PAÑUELO MICROFIBRA COLORES SURTIDOS 40X40 CM 1 UN	\$3.697	4	\$14.788	508908
PAÑUELO PISO 1 UN 50X57 CM GIGANTE	\$2.716	3	\$8.148	508908
PAÑUELO SACUDIR ANARANJADO 30 X 40 CM	\$851	2	\$1.702	508908
PALA CON MANGO Y BANDA	\$2.306	6	\$13.836	599948
PAPEL ALUSA ROLLO 30 M ANCHO 30 CM	\$1.853	1	\$1.853	599948
PAPEL FOTOCOPIA MULTIPROPOSITO A4 75 GR 500 HJ	\$7.393	6	\$44.358	599948
PAPEL FOTOCOPIA MULTIPROPOSITO CARTA 75 GR 500 HJ	\$1.560	10	\$15.600	599948
PAPEL FOTOCOPIA MULTIPROPOSITO OFICIO 75 GR 500 HJ	\$1.112	4	\$4.448	599948
PAPEL HIGIENICO DOBLE HOJA 4 ROLLOS 27 MT	\$1.418	5	\$7.090	599948
PAPEL HIGIENICO DOBLE HOJA 50 MT 4 MEGA ROLLOS	\$1.887	3	\$5.661	599948
PAPEL HIGIENICO ELITE ULTRA DOBLE HOJA 50 MT 4 UN	\$1.701	2	\$3.402	599948
PAPEL HIGIENICO MEGA ROLLO DOBLE HOJA 50 MT 8 ROLLOS	\$6.456	1	\$6.456	599948
PENDRIVE 128 GB USB 3.2 DT EXODIA	\$1.459	1	\$1.459	599948
PERFORADORA GRANDE PLASTICA NEGRA CAJA 25 HOJAS	\$1.026	1	\$1.026	599948
PILA ALCALINA AA 4 UN	\$742	2	\$1.484	599948
PILA ALCALINA AAA 4 UN	\$665	2	\$1.330	599948
PLUMERO FIBRA MULTICOLOR	\$562	1	\$562	599948
PLUMON PERMANENTE PUNTA REDONDA NEGRO	\$529	1	\$529	599948
PORTA CLIPS CUADRADO MAGNETICO TRANSPARENTE COLOR SURTIDO	\$1.288	1	\$1.288	599948

PORTA LAPIZ REJILLA METAL NEGRO CILINDRO 11 X 7 CM	\$746	1	\$746	599948
REGLA ACRILICA BISELADA HUMO EN BOLSA 30 CM	\$859	1	\$859	599948
REGLA HAND PLÁSTICA BISELADA 20 CM	\$839	1	\$839	599948
REGLA PLASTICA COLORES SURTIDOS 30 CM	\$4.366	2	\$8.732	599948
SACACORCHETE PINZA	\$839	1	\$839	599948
SACAPUNTA PLASTICO CON DEPOSITO TRIANGULAR	\$816	1	\$816	599948
SAL MESA BOLSA 1 KG	\$649	1	\$649	599948
SEPARADOR ACCO CARTA CARTULINA 6 POSICIONES COLORES SURTIDOS 1 JUEGO	\$839	2	\$1.678	599948
SEPARADOR CARTA INDICE A-Z CARTULINA	\$859	6	\$5.154	599948
SEPARADOR CARTA INDICE MENSUAL CARTULINA	\$817	1	\$817	599948
SEPARADOR OFICIO 6 POSICIONES	\$650	2	\$1.300	599948
SEPARADOR OFICIO INDICE MENSUAL CARTULINA	\$650	5	\$3.250	599948
SERVILLETA COCTEL HOJA SIMPLE 1 PAQUETE 200 UN UNIVERSAL	\$879	1	\$879	599948
SERVILLETA COCTEL HOJA SIMPLE 1 PAQUETE 50 UN BLANCA	\$1.420	2	\$2.840	599948
SERVILLETA INTERFOLIADA 1 X 250 UN ECOLOGICA	\$650	1	\$650	599948
SET CEPILLO WC + BASE	\$1.668	1	\$1.668	599948
SOBRE SACO OFICIO BLANCO 25 X 35 CM 25 UN	\$3.544	10	\$35.440	599948
SOBRE SACO REVISTA BLANCO 80 GR 25 UN	\$2.389	6	\$14.334	599948
TAMPON CIRCULAR HUELLA DIGITAL NEGRO PVC	\$1.827	1	\$1.827	599948
TE HIERBAS BAILAHUEN 20 BOLSAS	\$1.330	1	\$1.330	599948
TE HIERBAS CEDRON 20 BOLSAS	\$1.393	1	\$1.393	599948
TE HIERBAS MANZANILLA 20 BOLSAS	\$294	1	\$294	599948
TE HIERBAS MATICO 20 BOLSAS	\$1.068	1	\$1.068	599948

TE HIERBAS PAICO 20 BOLSAS	\$10.019	1	\$10.019	599948
TE NEGRO CEYLAN CON SABOR CANELA 20 BOLSAS	\$1.884	1	\$1.884	652400
TE NEGRO CEYLAN CON SABOR NARANJA 20 BOLSAS	\$2.306	1	\$2.306	652400
TE NEGRO CEYLAN PREMIUM 100 BOLSAS	\$3.878	1	\$3.878	652400
TE NEGRO CEYLAN ROYAL 100 BOLSAS	\$496	1	\$496	652400
TIJERA OFICINA 7 PULGADA 18 CM PLASTOMETAL	\$585	1	\$585	652400
TINTA PARA TAMPON 20 CC ROJA	\$742	1	\$742	652400
TINTA PARA TAMPON 30 CC NEGRA AL AGUA	\$690	1	\$690	652400
TINTA TIMBRE 711 25 ML GOMA NEGRO	\$425	1	\$425	652400
TOALLA DE PAPEL JUMBO 2 ROLLOS X 250 MT	\$567	1	\$567	652400
TOALLA DESINFECTANTE LIMON 50 UN	\$1.288	3	\$3.864	652400
TOALLA DESINFECTANTE MULTIUSO LIMON 35 UN	\$1.450	2	\$2.900	652400
TOALLA INTERFOLIADA DOS HOJAS 200 UN	\$1.309	10	\$13.090	652400
TOALLA INTERFOLIADA EN 1a CAJA ADVANCED HOJA SIMPLE 160 TOALLAS	\$859	1	\$859	652400
TOALLA INTERFOLIADA HOJA SIMPLE 250 UN	\$868	8	\$6.944	652400
TOALLA PAPEL DOBLE HOJA 24 MT 2 ROLLOS UNIVERSAL	\$668	1	\$668	652400
TOALLA PAPEL INTERFOLIADO HOJA SIMPLE 250 UN 1 PAQUETE CLINIC	\$4.347	1	\$4.347	652400
TOALLITAS DESINFECTANTES POUCH 60 HOJAS	\$1.542	1	\$1.542	652400
TONER TN2340 NEGRO 1200 PAGINAS	\$40.882	1	\$40.882	652400
TRAPERO DOBLE 1 UN 50 X 70 CM ALGODON CON OJAL	\$1.393	1	\$1.393	652400
TRAPERO HUMEDO 10 UN DESINFECTANTE CON OJAL	\$3.878	1	\$3.878	652400
TRAPERO HUMEDO DESINFECTANTE 10 UN	\$558	1	\$558	652400
TRAPERO SIMPLE 1 UN 50 X 50 CM ALGODON CON OJAL	\$6.405	10	\$64.050	652400

VIRUTILLA PISOS 4 GRUESAS GRANDE 1 UN	\$2.337	1	\$2.337	652400
Total			\$1.430.805	
IVA	19%		\$271.853	
Total, a Pagar			\$1.702.658	

Elaboración propia Tabla XL

Equipos de seguridad y primeros auxilios

Cotización de seguridad perimetral

Servicio Perimetral TePille Guardia Virtual Noche + Parlante Disuasivo Exterior		
Plazo 12 meses	Valor Instalación	Valor Monitoreo Mensual
VALOR REAL	Sujeto a Evaluación Técnica	6.75 UF + IVA
VALOR ESPECIAL	Sujeto a Evaluación Técnica	5.8 UF + IVA

*Valores consideran un contrato a 12 meses.

SEGURIDAD PERIMETRAL NOCHE 02 CAMARAS GUARDIA VIRTUAL + 2 PARLANTE DISUASIVOS EXTERIORES

Fuente: *Te pille correo electrónico Ilustración 7*

SEGURIDAD		EMPRESA
CAMARAS Y MONITORIZACION	\$ 259.446	TE PILLE
NOCHERO X 7	\$ 1.100.000	VIGILIUS SPA
PORTERO DIURNO X 7	\$ 1.055.000	VIGILIUS SPA
TOTAL	\$ 2.414.446	

Elaboración propia Tabla XLI

Botiquín de primeros auxilios	unidad	valor	Total
EQ. curación desechable Sinmedical	2	\$ 2.790	\$ 5.580
vendas de gasa Ortopedia Suiza	10	\$ 980	\$ 9.800
vendas elásticas Ortopedia Suiza	10	\$ 770	\$ 7.700
Tijera Ortopedia Suiza	1	\$ 6.490	\$ 6.490
Parche curita	1 caja de 100	\$ 3.250	\$ 3.250
Ampolla de agua bidestilada de 5 cc.	30	\$ 270	\$ 8.100
Gasa cuadrada Ortopedia Suiza	30	\$ 350	\$ 10.500
Gasa larga Ortopedia Suiza	30	\$ 330	\$ 9.900
Apósito mediano	30	\$ 740	\$ 22.200
Tela adhesiva Ortopedia Suiza	3	\$ 3.030	\$ 9.090
TOTAL			\$ 92.610

Elaboración propia Tabla XLII

Gastos Operativos

Alimentación y nutrición de los niños proyectado al último periodo de 5 años.

Alimentacion Pluxee	Unidad	Valor	Total Dia	Mensual
Desayuno	377	\$ 450	\$ 169.650	30
Colacion	377	\$ 350	\$ 131.950	
Almuerzo	377	\$ 1.500	\$ 565.500	
Colacion	377	\$ 350	\$ 131.950	
Cena	377	\$ 1.500	\$ 565.500	
Total			\$ 1.564.550	\$ 46.936.500

Elaboración propia Tabla XLIII

Seguros y licencias

Seguros catastróficos	Mensual	12
BICE incendio y catástrofes naturales	\$ 19.800	\$ 237.600
Met Life robos y accidentes de socios	\$ 34.500	\$ 414.000
Total	\$ 54.300	\$ 651.600

Elaboración propia Tabla XLIV

Contingencias

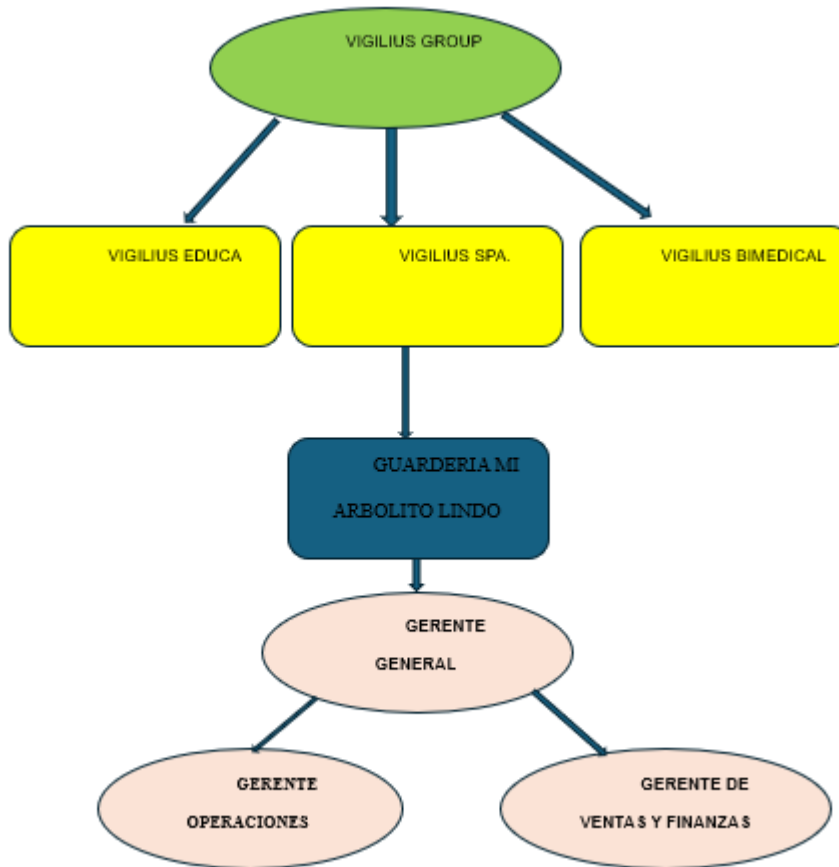
Fondo para imprevistos y emergencias

Caja chica	Mensual	12
Rendir con boleta o factura	\$ 200.000	\$2,400.000

Elaboración propia Tabla XLV

7. CAPITULO VI: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

7.1 Estructura Organizacional de la Empresa



Elaboración propia Ilustración 7

Elaboración propia Ilustración 8

7.2 Estructura Legal de la Empresa

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD POR ACCIONES GUARDERIA MI ARBOLITO LINDO SPA

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD POR ACCIONES MI ARBOLITO LINDO SPA.

D. 4 86 520 042 7

ARTÍCULO SEGUNDO: NOMBRE: El nombre de la Sociedad será Mi Arbolito Lindo SPA.

ARTÍCULO TERCERO: DOMICILIO: El domicilio de la Sociedad será Malaquias

Concha N°0310 depto/local 216, comuna de PROVIDENCIA, Santiago, sin

perjuicio de que pueda establecer agencias, sucursales o establecimientos en el resto del país o en el extranjero.

ARTÍCULO CUARTO: DURACIÓN: La Sociedad comenzará a regir con esta fecha y

tendrá una duración indefinida. ARTÍCULO QUINTO: OBJETO: El objeto de la

sociedad será GURDERIA INFANTIL DE EDUCACION PREESCOLAR.

TITULO SEGUNDO: DEL CAPITAL SOCIAL. -

ARTICULO SEXTO: El capital de la Sociedad es la cantidad de \$105.000.000 de

pesos, dividido en 120 acciones nominativas, de una misma serie, ordinarias y sin valor

nominal. Las acciones cuyo valor no se encuentre totalmente pagado, no gozarán

de derecho alguno.

TITULO TERCERO: DE LA ADMINISTRACIÓN SOCIAL.-

ARTÍCULO SÉPTIMO: La sociedad será administrada por 3 Administradores,

quienes conjuntamente actuarán en nombre de la sociedad y la


representarán.

En caso de renuncia de alguno los miembros de la administración, seguirá en el ejercicio de su cargo hasta que la Junta designe al reemplazante a través de los mismos quórum aludidos en este artículo. El Acta de la Junta en la que se acuerde la designación o revocación de los administradores, deberá reducirse a escritura pública, y subirse al Registro, en forma de "Anotación".

TITULO CUARTO.- DE LOS ACCIONISTAS.-

ARTÍCULO OCTAVO: RESOLUCIÓN DE DIFERENCIAS: Las diferencias que ocurran a la caja social; B) SERGIO FABRICIANO CAVIEDES CORNEJO suscribe: 40 acciones ordinarias de la Serie única, equivalentes a la suma de \$35.000.000 pesos del capital social, que paga en dinero efectivo y al contado, los que en este acto ingresan a la caja social; C) ROBERTO DIAZ REYES suscribe: 40 acciones ordinarias de la Serie única, equivalentes a la suma de \$35.000.000 pesos del capital social, que paga en dinero efectivo y al contado, los que en este acto ingresan a la caja social.

D) ARTÍCULO SEGUNDO TRANSITORIO: Las personas que


administrarán la sociedad serán las siguientes: CAROLINA ANDREA LEON SOTO

, Rut 18.059.824-2 como Gerente Operaciones y Administración

SERGIO FABRICIANO CAVIEDES CORNEJO, Rut 11.339.060-3, Gerente General y Finanzas y

Roberto Diaz Reyes, Rut 9.501.936-3,

Gerente de Marketing y Ventas, quienes durarán en su cometido hasta la disolución de la Sociedad.

Los procesos Operativos y de Logística se iniciarán desde la ciudad de Santiago, Comuna de la Florida.

CAROLINA ANDREA LEON SOTO

RUT 18.059.824-2



SERGIO FABRICIANO CAVIEDES CORNEJO

RUT 11.339.060-3



ROBERTO DIAZ REYES

RUT 9.501.936-3

Firmado electrónicamente por notario Juan Pérez González el 06-08-2023

Final del documento ■

Elaboración propia Ilustración 9

7.3 Perfiles de Cargo

DESCRIPCIÓN DE CARGO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO:

Gerente General – Gerente Finanzas

ÁREA Y/ O SECTOR:

Gerencia.

POSICIÓN EN LA ESTRUCTURA

DEPENDENCIA

Vigilius Group.

LIDERAZGO:

Dirección de Vigilius Goup.

Coordinaciones de Vigilius y Gerencia.

Asistencia de Gerencia.

Área Financiera.

Departamento Jurídico.

Asesorías Externas: Licitaciones, Calidad, otros,

SUPLENCIA:

Gerente de Operaciones – director administrativo.

RELACIONES PERSONALES PROVEEDOR / CLIENTE

PROVEEDOR INTERNO

Director administrativo y operaciones
Jefatura Departamento Jurídico
Relacionador Público.

CLIENTES INTERNOS

• funcionarios empresa Vigilius SpA.

PROVEEDOR EXTERNO

Proveedores.
Asesorías Externas: Licitaciones y Calidad.

CLIENTES EXTERNOS

• Contraparte administrativa y/o financiera de licitación o contrato.

RESPONSABILIDADES ASOCIADAS Y NO ASOCIADAS AL CARGO

Liderar procesos de mejora constante de la organización.
 Velar por el correcto cumplimiento de normas relacionadas a remuneraciones, obligaciones contractuales en general y obligaciones estatales y/o municipales (pago de impuestos, patente, permisos, otros)
 Velar por la correcta ejecución de prestaciones en la guardería.
 Colaborar con los procesos de licitación.

RESPONSABILIDADES ASOCIADAS A DOCUMENTOS DEL SGC

Promover el cumplimiento cabal del SGC en los funcionarios y/o funcionarias que lidera.
 Conocer cabalmente el SGC.
 Participar en reuniones de Auditoría Interna y Externa.
 Promover una cultura de calidad dentro de la organización.

NIVEL EDUCACIONAL

Sin Requerimientos	Técnico Profesional
Enseñanza Básica	Universitario
Enseñanza Media	Post – Grado

TÍTULO:	ESPECIALIDAD:	POST GRADO:
• Profesional de al menos 10 semestres,	• Deseable, Ingeniero Comercial o civil industrial.	• Deseable, diplomado o magister en administración y finanzas.

EXPERIENCIA REQUERIDA

A lo menos dos años de experiencia en administración en servicios de educación o salud.
 A lo menos dos años de experiencia en coordinación de servicios educativos.
 Conocer el funcionamiento de empresas de outsourcing, manejo de RRH, otros.

COMPETENCIAS REQUERIDAS

Proactividad. Comunicación Efectiva y Asertividad. • Manejo de los conflictos Trabajo en equipo.	Planificación y organización. Flexibilidad para promover una cultura de calidad. Responsabilidad.
--	---

CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS

• A lo menos dos años de experiencia en administración en servicios de salud o educación • A lo menos dos años de experiencia en coordinación de servicios educativos

PERSONALIDAD Y HABILIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
Compromiso Organizacional			X
Liderazgo			X
Trabajo en Equipo			X
Comunicación Efectiva			X
Capacidad de Planificación y Organización			X
Capacidad de Adaptación y/o Flexibilidad.			X
Tolerancia al trabajo bajo presión y/o frustración.			X
Manejo de equipos, instrumentos y suministro de insumos asociado al desempeño del cargo.			X

Elaboración propia Tabla XLVI

DESCRIPCIÓN DE CARGO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO:

Gerente Operaciones – Gerente Administración

ÁREA Y/ O SECTOR:

Gerencia.

POSICIÓN EN LA ESTRUCTURA

DEPENDENCIA

Gerencia General.

LIDERAZGO:

Coordinaciones de Gerencia general y operaciones.

Asistencia de Administración.

Asesorías Externas: Seguridad, Calidad, Tecnología y otros,

SUPLENCIA:

Gerente General – director administrativo.

RELACIONES PERSONALES PROVEEDOR / CLIENTE

PROVEEDOR INTERNO

Director administrativo y operaciones
Coordinador de Seguridad
Coordinación RRHH y Bienestar.

CLIENTES INTERNOS

• funcionarios empresa Vigilius SpA.

PROVEEDOR EXTERNO

Proveedores.
Asesorías Externas: Seguridad y tecnología.

CLIENTES EXTERNOS

• Contraparte operaciones y/o administrativa de licitación o contrato.

RESPONSABILIDADES ASOCIADAS Y NO ASOCIADAS AL CARGO

Liderar procesos de mejora constante de la organización.
 Velar por la correcta ejecución de las operaciones.
 Colaborar con los procesos de administración.
 Colaborar con los procesos de búsqueda, contratación y gestión de profesionales / técnicos.
 Analizar eventos adversos, situaciones complejas de accidentes o incidentes prevenirlos.

RESPONSABILIDADES ASOCIADAS A DOCUMENTOS DEL SGC

Promover el cumplimiento cabal del SGC en los funcionarios y/o funcionarias que lidera.
 Conocer cabalmente el SGC.
 Participar en reuniones de Auditoría Interna y Externa.
 Promover una cultura de calidad dentro de la organización.

NIVEL EDUCACIONAL

	Sin Requerimientos	Técnico Profesional
	Enseñanza Básica	Universitario
	Enseñanza Media	Post – Grado

TÍTULO:	ESPECIALIDAD:	POST GRADO:
• Profesional de al menos 10 semestres,	• Deseable, Psicóloga	• Deseable, diplomado o magister pedagogía preescolar.

EXPERIENCIA REQUERIDA

A lo menos dos años de experiencia en administración en servicios de educación o salud.
 A lo menos dos años de experiencia en coordinación de servicios educativos.
 Conocer el funcionamiento de empresas de outsourcing, manejo de RRH, otros.

COMPETENCIAS REQUERIDAS

Proactividad. Comunicación Efectiva y Asertividad. • Manejo de los conflictos Trabajo en equipo.	Planificación y organización. Flexibilidad para promover una cultura de calidad. Responsabilidad.
--	---

CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS

- A lo menos dos años de experiencia en administración en servicios de salud o educación
- A lo menos dos años de experiencia en coordinación de servicios educativos

PERSONALIDAD Y HABILIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
Compromiso Organizacional			X
Liderazgo			X
Trabajo en Equipo			X
Comunicación Efectiva			X
Capacidad de Planificación y Organización			X
Capacidad de Adaptación y/o Flexibilidad.			X
Tolerancia al trabajo bajo presión y/o frustración.			X
Manejo de equipos, instrumentos y suministro de insumos asociado al desempeño del cargo.			X

Elaboración propia Tabla XLVII

DESCRIPCIÓN DE CARGO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO:

Gerente Ventas – Marketing

ÁREA Y/ O SECTOR:

Gerencia.

POSICIÓN EN LA ESTRUCTURA

DEPENDENCIA

Gerencia General.

LIDERAZGO:

Coordinaciones Comercial.

Asistencia de Ventas y Marketing.

Campañas Publicitarias.

Asesorías Externas: Marketing, Ventas, otros,

SUPLENCIA:

Gerente de Operaciones – director administrativo.

RELACIONES PERSONALES PROVEEDOR / CLIENTE

PROVEEDOR INTERNO

Director de Ventas

Tesorero

Coordinador de post venta.

Relacionador Público.

Coordinación de publicidad y eventos.

CLIENTES INTERNOS

• funcionarios empresa Vigilius SpA.

PROVEEDOR EXTERNO

Proveedores.

Asesorías Externas: Licitaciones y Calidad.

CLIENTES EXTERNOS

• Contraparte administrativa y/o financiera de licitación o contrato.

--	--

RESPONSABILIDADES ASOCIADAS Y NO ASOCIADAS AL CARGO

Liderar procesos de mejora constante de la organización.
 Velar por la correcta ejecución de campañas publicitaria y de las RRSS como la página web.
 Colaborar con los procesos de licitación.
 Colaborar con los procesos de búsqueda de clientes.
 Analizar eventos adversos, fuga de clientes, mala evaluación.

RESPONSABILIDADES ASOCIADAS A DOCUMENTOS DEL SGC

Promover el cumplimiento cabal del SGC en los funcionarios y/o funcionarias que lidera.
 Conocer cabalmente el SGC.
 Participar en reuniones de Auditoría Interna y Externa.
 Promover una cultura de calidad dentro de la organización.

NIVEL EDUCACIONAL

	Sin Requerimientos		Técnico Profesional
	Enseñanza Básica		Universitario
	Enseñanza Media		Post – Grado

TÍTULO: <ul style="list-style-type: none"> • Profesional de al menos 10 semestres, 	ESPECIALIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Deseable, Licenciado en Marketing o Ingeniero comercial 	POST GRADO: <ul style="list-style-type: none"> • Deseable, diplomado o magister en Marketing y Ventas.
---	---	---

EXPERIENCIA REQUERIDA			
<p>A lo menos dos años de experiencia en administración en servicios de educación o salud.</p> <p>A lo menos dos años de experiencia en coordinación de servicios educativos.</p> <p>Conocer el funcionamiento de empresas de outsourcing, manejo de RRH, otros.</p>			
COMPETENCIAS REQUERIDAS			
<p>Proactividad.</p> <p>Comunicación Efectiva y Asertividad. • Manejo de los conflictos</p> <p>Trabajo en equipo.</p>	<p>Planificación y organización.</p> <p>Flexibilidad para promover una cultura de calidad.</p> <p>Responsabilidad.</p>		
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS			
<p>• A lo menos dos años de experiencia en administración en servicios de salud o educación • A lo menos dos años de experiencia en coordinación de servicios educativos</p>			
PERSONALIDAD Y HABILIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
Compromiso Organizacional			X
Liderazgo			X
Trabajo en Equipo			X
Comunicación Efectiva			X
Capacidad de Planificación y Organización			X
Capacidad de Adaptación y/o Flexibilidad.			X
Tolerancia al trabajo bajo presión y/o frustración.			X
Manejo de equipos, instrumentos y suministro de insumos asociado al desempeño del cargo.			X

Elaboración propia Tabla XLVIII

7.4 Políticas de la Empresa

Política de Seguridad:

Implementar y mantener altos estándares de seguridad.

Realizar auditorías de seguridad periódicas.

Política de Capacitación: Vigilius Spa.

Ofrecer programas de capacitación continua para el personal.

Fomentar el desarrollo profesional.

Política de Inclusión:

Promover un ambiente inclusivo y respetuoso.

Asegurar la igualdad de oportunidades para todos los empleados.

Política de Comunicación:

Mantener una comunicación abierta y transparente con los padres.

Utilizar diversos canales de comunicación para mantener informados a los padres.

7.5 Presupuesto de Recursos Humanos

REMUNERACION

CARGO	SUELDO BASE	OTROS IMPONIBLES	11%				7%		3%		0,99%	
			COMIDA Y TRANS	AFP	SALUD	AFP	GRATIFICACIONES	TOTAL INGRESOS	TOTAL TRIBUTABLE	SEGURIDAD	TOTAL COSTO EMPRESA	
socio 1	1.525.494		278.236	198.314	106.785	45.765	182.083	1.270.783	810.464	14.187	2.000.000	
socio 2	1.525.494		278.236	198.314	106.785	45.765	182.083	1.270.783	810.464	14.187	2.000.000	
socio 3	1.525.494		278.236	198.314	106.785	45.765	182.083	1.270.783	810.464	14.187	2.000.000	

Elaboración Propia Tabla XLIX



REMUNERACIONES	VALOR MES BRUTO
	\$
GERENCIA GENERAL	2.000.000
	\$
GERENCIA OPERACIONES	2.000.000
	\$
GERENCIA COMERCIAL	2.000.000
	\$
TOTAL	6.000.000

Elaboración propia Tabla L

GASTOS NOTARIALES	GESTION	VALOR
	CREA TU EMPRESA EN UN DIA	\$
CONSTITUCION DE EMPRESA EN		124.599
	JUAN PEREZ	\$
Redacción de Escritura	GONZALEZ	300.000
	JUAN PEREZ	\$
Publicación Diario Oficial	GONZALEZ	25.000
	JUAN PEREZ	\$
Gastos Notariales	GONZALEZ	50.000
	JUAN PEREZ	\$
Inscripción en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces	GONZALEZ	28.000
		\$
TOTAL		527.599

Elaboración propia Tabla LI

8. CAPITULO VII: PLAN FINANCIERO

8.1 Objetivos Financieros

Maximizar la rentabilidad: Asegurar que el jardín infantil genere beneficios sostenibles a largo plazo.

Mantener la liquidez: Garantizar que la empresa tenga suficiente efectivo para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Controlar los costos: Implementar medidas para mantener los costos operativos dentro de los presupuestos establecidos.

Aumentar la participación de mercado: Incrementar la cuota de mercado mediante estrategias de marketing efectivas y alianzas estratégicas.

8.2 Proyección Financiera

Punto de equilibrio

TOTAL DE COSTOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERO	10.656.454	15.816.581	16.573.742	17.383.904	18.250.777
FEBRERO	40.108.954	25.816.581	14.073.742	13.383.904	13.250.777
MARZO	12.208.954	12.916.581	13.673.742	14.483.904	15.350.777
ABRIL	13.708.954	14.416.581	15.173.742	15.983.904	16.850.777
MAYO	10.108.954	10.816.581	11.573.742	12.383.904	13.250.777
JUNIO	10.108.954	10.816.581	11.573.742	12.383.904	13.250.777
JULIO	10.108.954	10.816.581	11.573.742	12.383.904	13.250.777
AGOSTO	10.108.954	10.816.581	11.573.742	12.383.904	13.250.777
SEPTIEMBRE	10.108.954	10.816.581	11.573.742	12.383.904	13.250.777
OCTUBRE	10.108.954	10.816.581	11.573.742	12.383.904	13.250.777
NOVIEMBRE	10.108.954	10.816.581	11.573.742	12.383.904	13.250.777
DICIEMBRE	10.108.954	10.816.581	11.573.742	12.383.904	13.250.777
COSTO VTA	157.554.952	155.498.974	152.084.902	160.306.845	169.709.324
PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL					
	MES / AÑO 1	MES / AÑO 2	MES / AÑO 3	MES / AÑO 4	MES / AÑO 5
CF	13.129.579	12.958.248	12.673.742	13.358.904	14.142.444
P	460.000				
CV	9.904				
PTO EQUILIBRIO	AÑO 1	MES / AÑO 2	MES / AÑO 3	MES / AÑO 4	MES / AÑO 5
	29	29	28	30	31
PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CF	157.554.952	155.498.974	152.084.902	160.306.845	169.709.324
P	460.000				
CV	9.904				
PTO EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	350	345	338	356	377

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costos fijos
P Precio unitario
CV Costos variables unit.

Elaboración propia Tabla LII

La proyección financiera incluye estimaciones de ingresos, costos y beneficios para los próximos 5 años. Aquí tienes un ejemplo simplificado:

Ingresos: Basados en la matrícula de los niños y su punto de equilibrio = costos fijos unitarios divididos por el precio unitario del servicio menos los costos variables unitarios.

PROYECCIÓN DE VENTAS

CRECIMIENTO	15%	6%	1%	0,3%	0,10%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERO	13.340.000	65.786.675	132.375.716	156.548.640	171.500.515
FEBRERO	15.341.000	69.733.876	133.699.473	157.018.286	171.672.015
MARZO	17.642.150	73.917.908	135.036.468	157.489.341	171.843.687
ABRIL	20.288.473	78.352.983	136.386.832	157.961.809	172.015.531
MAYO	23.331.743	83.054.162	137.750.701	158.435.694	172.187.546
JUNIO	26.831.505	88.037.412	139.128.208	158.911.001	172.359.734
JULIO	30.856.231	93.319.656	140.519.490	159.387.734	172.532.094
AGOSTO	35.484.665	98.918.836	141.924.685	159.865.897	172.704.626
SEPTIEMBRE	40.807.365	104.853.966	143.343.932	160.345.495	172.877.330
OCTUBRE	46.928.470	111.145.204	144.777.371	160.826.532	173.050.208
NOVIEMBRE	53.967.740	117.813.916	146.225.145	161.309.011	173.223.258
DICIEMBRE	62.062.901	124.882.751	147.687.396	161.792.938	173.396.481

TOTAL	386.882.243	1.109.817.344	1.678.855.416	1.909.892.378	2.069.363.023
-------	-------------	---------------	---------------	---------------	---------------

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		386.882.243	1.109.817.344	1.678.855.416	1.909.892.378	2.069.363.023
COSTOS		-309.505.794	-887.853.875	-1.343.084.333	-1.527.913.902	-1.655.490.419
MARGEN COMERCIAL		77.376.449	221.963.469	335.771.083	381.978.476	413.872.605
COSTOS FIJO		-49.307.452	-52.758.974	-56.452.102	-60.403.749	-64.632.011
RRHH		-72.000.000	-77.040.000	-82.432.800	-88.203.096	-94.377.313
MKT		-36.247.500	-25.700.000	-13.200.000	-11.700.000	-10.700.000
OTROS COSTOS		0	0	0	0	0
COSTO FINANCIERO (INTERESES)		-7.500.000	-6.586.149	-5.443.836	4.015.945	2.231.080
DEPRECIACION		-11.002.287	-11.002.287	-11.002.287	-11.002.287	0
TOTAL COSTOS		-176.057.239	-173.087.410	-168.531.025	-167.293.187	-167.478.244
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		-98.680.791	48.876.058	167.240.058	214.685.288	246.394.361
PERDIDA ARRASTRE			-98.680.791	-49.804.732	0	0
BASE TRIBUTARIA		-98.680.791	-49.804.732	117.435.325	214.685.288	246.394.361
IMPUESTO 25%		0	0	29.358.831	53.671.322	61.598.590
MARGEN DI		-98.680.791	-49.804.732	88.076.494	161.013.966	184.795.771
DEPRECIACION		11.002.287	11.002.287	11.002.287	11.002.287	0
PERDIDA ARTR		0	98.680.791	49.804.732	0	0
INVERSION	- 147.606.225					
CAPITAL DE TRABAJO	- 51.085.890					51.085.890
PRESTAMO (CAPITAL)	30.000.000	-3.655.402	-4.569.253	-5.711.566	-7.139.457	-8.924.322
TOTAL FLUJO	- 168.692.115	-91.333.906	55.309.093	148.883.514	172.016.253	184.795.771
FLUJO ACUMULADO	- 168.692.115	-260.026.020	-204.716.927	-55.833.414	116.182.840	300.978.611

Elaboración propia Tabla LIII

- a. Ingresos de las Ventas desde el año 1 hasta la proyección por cantidad e IPC del 7% año va desde 15%, segundo año de 6%, para ir desacelerando ya en el tercer año para no saturar la operación.

COSTOS DE VENTAS

	COSTO X UNID.
COSTO 1	
COSTO 2	
COSTO 3	
COSTO 4	
COSTO 5	
COSTO 6	
COSTO 7	
COSTO 8	
COSTO 9	
COSTO 10	
COSTO 11	
COSTO 12	
COSTO TOTAL	80%

	COSTO DE VENTA O DE PRODUCCION 5 AÑOS				
80%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERO	10.672.000	52.629.340	105.900.573	125.238.912	137.200.412
FEBRERO	12.272.800	55.787.101	106.959.578	125.614.629	137.337.612
MARZO	14.113.720	59.134.327	108.029.174	125.991.473	137.474.950
ABRIL	16.230.778	62.682.386	109.109.466	126.369.447	137.612.425
MAYO	18.665.395	66.443.329	110.200.561	126.748.555	137.750.037
JUNIO	21.465.204	70.429.929	111.302.566	127.128.801	137.887.787
JULIO	24.684.984	74.655.725	112.415.592	127.510.187	138.025.675
AGOSTO	28.387.732	79.135.068	113.539.748	127.892.718	138.163.701
SEPTIEMBRE	32.645.892	83.883.173	114.675.145	128.276.396	138.301.864
OCTUBRE	37.542.776	88.916.163	115.821.897	128.661.225	138.440.166
NOVIEMBRE	43.174.192	94.251.133	116.980.116	129.047.209	138.578.606
DICIEMBRE	49.650.321	99.906.201	118.149.917	129.434.351	138.717.185
COSTO VTA	309.505.794	887.853.875	1.343.084.333	1.527.913.901	1.655.490.419

Elaboración propia Tabla LIV

- b. Costos asociados a la elaboración del producto o servicio desde el año 1 hasta la proyección por cantidad e IPC del 5 año.
- c. Margen comercial es la resta de las ventas menos los costos desde el año 1 hasta el 5.
- d. Costos fijos de gastos y servicios desde el año 1 hasta el 5.
- e. Costos de RRHH desde el año 1 hasta el 5.
- f. Costos de MKT desde el año 1 hasta el 5.
- g. Costos financieros = interés del préstamo desde el año 1 hasta el 5.
- h. Depreciación según activos fijos y libro de estos según vida útil de cada uno, desde el año 1 hasta el 5.
- i. Total, de costos, es la suma desde la letra d a la h.
- j. Utilidad antes de impuestos, es el margen comercial menos el total de los costos.
- k. Perdida de arrastre, es la diferencia de arrastre de un año con el anterior.

- l. Base tributaria es la misma utilidad antes de impuesto a menos que sea negativa hasta que en el año de positiva y si tiene un saldo negativo de arrastre del año anterior se paga su diferencia.
- m. Impuesto 25%, es el pago tributario anual.
- n. Margen después de impuestos, es la utilidad antes de impuesto menos la cantidad tributada.
- o. Depreciación se netea, es decir de negativo antes pasa a positivo.
- p. Perdida de arrastre realiza el mismo ejercicio que la letra anterior se netea.
- q. Inversión inicial son todos los costos necesarios para andar a marchar el proyecto desde el año cero y es un flujo negativo.
- r. Capital de Trabajo=Activos Corrientes–Pasivos Corrientes, se refiere a los recursos necesarios para que una empresa pueda operar en el corto plazo. Es esencial para cubrir los gastos diarios y mantener la continuidad de las operaciones y están en el año 0 como negativo.
- s. Prestamo de capital es el apalancamiento que incurre un proyecto para tener capital para su operación y esta parte desde el año cero en negativo y desde el año 1 se amortiza.
- t. Total, de flujo es el saldo final del ejercicio en el cual en el año 0 será negativo y desde el año 1 empezará a contrastarse por sus ingresos y ventas, idealmente dando utilidad a partir de un periodo de tiempo en este caso desde el año 4.
- u. Flujo acumulado, es la suma de arrastre del año anterior con el año presente del ejercicio.

8.3 Costos Fijos

Salarios y beneficios del personal: Sueldos de educadores, asistentes, personal administrativo y de mantenimiento.

Alquiler o hipoteca: Pago mensual por el espacio físico del jardín infantil.

Servicios públicos: Electricidad, agua, gas, internet.

Seguros: Cobertura de responsabilidad civil, seguros de propiedad, etc.

Mantenimiento: Costos de mantenimiento regular de las instalaciones.

COSTOS DE MAKETING

CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑOS	AÑO4	AÑOS
1 REDES SOCIALES	547.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
2 PAPELERIA	30.000.000	19.000.000	2.500.000	1.000.000	0
3 DISEÑO SITIO WEB Y SUM	2.300.000	2.100.000	2.300.000	2.300.000	2.100.000
4 FERIAS INDUSTRIA	3.800.000	3.900.000	3.900.000	3.800.000	3.600.000
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
TOTAL MKT	36.247.000	25.700.000	13.300.000	11.700.000	10.700.000

COSTOS FIJO

	COSTOS	VALOR
1	AGUA	\$ 55.000
2	ELECTRICIDAD	\$ 180.000
3	INTERNET TRIO ENTEL	\$ 45.000
4	ERP POR 3 ADMINISTRAD	\$ 76.875
5	365 POR 3 ADMINISTRAD	\$ 83.333
6	SEGURIDAD	\$ 2.414.446
7	SEGURO	\$ 54.300
8	ASEO	\$ 1.000.000
9	GAS CAÑERIA	\$ 200.000
TOTAL COSTOS FIJOS		4.108.954

REMUNERACIONES	VALOR BRUTO	MES
GERENCIA GENERAL	\$ 2.000.000	
GERENCIA OPERACIONES	\$ 2.000.000	
GERENCIA COMERCIAL	\$ 2.000.000	
TOTAL	\$ 6.000.000	

Elaboración Propia Tabla LV

8.4 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el dinero necesario para cubrir los gastos operativos diarios. Incluye:

Inventarios: Suministros educativos, materiales de limpieza, etc.

Cuentas por cobrar: Pagos pendientes de los padres.

Cuentas por pagar: Facturas pendientes a proveedores.

CAPITAL DE TRABAJO MAXIMO DEFICIT ACUMULADO

CONCEPTOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS	13.340.000	15.341.000	17.642.150	20.288.473	23.331.743	26.831.505	30.856.231	35.484.665	40.807.365	46.928.470
COSTOS	10.672.000	12.272.800	14.113.720	16.230.778	18.665.395	21.465.204	24.684.984	28.387.732	32.645.892	37.542.776
MARGEN COMERCIAL	2.668.000	3.068.200	3.528.430	4.057.695	4.666.349	5.366.301	6.171.246	7.096.933	8.161.473	9.385.694
COSTOS FIJO	4.108.954	4.108.954	4.108.954	4.108.954	4.108.954	4.108.954	4.108.954	4.108.954	4.108.954	4.108.954
RRHH	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
MKT	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667	416.667
OTROS COSTOS ADM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL COSTOS	10.525.621	10.525.621	10.525.621	10.525.621	10.525.621	10.525.621	10.525.621	10.525.621	10.525.621	10.525.621
MARGEN OP	- 7.857.621	- 7.457.421	- 6.997.191	- 6.467.927	- 5.859.272	- 5.159.320	- 4.354.375	- 3.428.688	- 2.364.148	- 1.139.927
MAXIMO DEFICIT ACUMULADO	- 7.857.621	- 15.315.042	- 22.312.233	- 28.780.160	- 34.639.432	- 39.798.752	- 44.153.127	- 47.581.815	- 49.945.963	- 51.085.890
CAPITAL DE TRABAJO	-	51.085.890								

Elaboración propia Tabla LVI

8.5 Depreciación de activos

La depreciación es la reducción del valor de los activos a lo largo del tiempo. Para un jardín infantil, los activos pueden incluir:

Mobiliario y equipos: Mesas, sillas, computadoras, etc.

Edificio: Si es propiedad del jardín infantil.

Vehículos: Si se utilizan para transporte de los niños.

INVERSION INICIAL Y DEPRECIACION

INVERSION	VALOR	DEPRECIACION SEGUN TABLA DEL SI					
		AÑOS DP	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Stock	\$1.702.438					
2	Patente	\$1.500.000					
3	Aportes de socios	\$90.000.000					
4	Caja Chica	\$200.000					
5	Gasto Notarial	\$527.599					
6	Escritorio Andalucia Light Wood	\$99.980	4	24.995	24.995	24.995	24.995
7	Escritorio Moderno Con Cajoneras 140	\$359.700	4	89.925	89.925	89.925	89.925
8	Sillas de escritorio	\$349.510	3	116.643	116.643	116.643	116.643
9	Computadores escritorio lenovo	\$1.612.400	2	806.200	806.200		
10	Impresora Multifuncional Smart Tank	\$174.970	3	124.990	124.990	124.990	124.990
11	Cajoneras Antides	\$89.990	4	22.498	22.498	22.498	22.498
12	Cajoneras Negra	\$179.980	4	44.995	44.995	44.995	44.995
13	Estantes	\$269.970	3	89.990	89.990	89.990	89.990
14	Velador	\$242.970	3	80.990	80.990	80.990	80.990
15	Sillon de dos cuerpos	\$260.000	4	65.000	65.000	65.000	65.000
16	Mesa de centro	\$85.490	3	28.497	28.497	28.497	28.497
17	Mesa de comedor	\$114.000	3	38.000	38.000	38.000	38.000
18	Sillas de comedor	\$222.500	3	74.167	74.167	74.167	74.167
19	Microondas	\$184.000	3	61.333	61.333	61.333	61.333
20	Refrigerator	\$456.000	6	76.000	76.000	76.000	76.000
21	Notebook	\$264.900	6	44.150	44.150	44.150	44.150
22	Horno Electrico	\$106.000	3	35.333	35.333	35.333	35.333
23	Bajilla y vasos	\$118.500	3	39.500	39.500	39.500	39.500
24	Aire Acondicionado Anwo	\$2.789.910	6	464.985	464.985	464.985	464.985
25	Refrigerador Panda	\$369.990	6	61.665	61.665	61.665	61.665
26	MOLSA DE ARENA	\$ 9.990	2	4.995	4.995	4.995	4.995
27	TOBOGAN RESBALIN INFLABLE	\$ 272.996	2	136.498	136.498	136.498	136.498
28	BALDE PLAYA CON 6 ACCESORIO	\$ 25.800	2	12.900	12.900	12.900	12.900
29	PACK DE ROMPECABEZAS	\$ 99.500	1	99.500	99.500	99.500	99.500
30	RESBALIN COLUMPIO	\$ 358.216	2	179.108	179.108	179.108	179.108
31	CAJA DE LADRILOS LEGO CLASICO	\$ 90.850	2	45.425	45.425	45.425	45.425
32	ESCRITORIO INFANTIL 1 A 2 AÑOS	\$ 1.299.740	4	324.935	324.935	324.935	324.935
33	PACK KIDS 1 MESA 2 SILLAS OXIVA	\$ 661.617	3	220.539	220.539	220.539	220.539
34	PACK KIDS 1 MESA 2 SILLAS OXIVA	\$ 2.971.500	3	990.500	990.500	990.500	990.500
35	PIZZARRA MOVIL PARA CLASES IG #	\$ 1.259.100	2	629.550	629.550	629.550	629.550
36	CUNAS PLAYARD STELLA OCEAN CC	\$ 1.013.740	4	253.435	253.435	253.435	253.435
37	CAMA DE TRANSICION 3 A 4 AÑOS	\$ 8.214.470	4	2.053.618	2.053.618	2.053.618	2.053.618
38	CAMA DE TRANSICION 5 AÑOS MU	\$ 11.900.000	4	2.975.000	2.975.000	2.975.000	2.975.000
TOTAL INVERSION		\$12.906.226	Depreciacion	11.002.287	11.002.287	11.002.287	11.002.287
				0			

Elaboración propia Tabla LVII

8.6 Estructura Patrimonial con Apalancamiento

La estructura patrimonial incluye el capital propio y el capital ajeno (deuda). El apalancamiento se refiere al uso de deuda para financiar las operaciones. Un ejemplo podría ser:

Capital propio: Aportaciones de los socios.

Deuda: Préstamos bancarios o líneas de crédito.



FLUJO APALANCADO O FINANCIADO

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		386.882.243	1.109.817.344	1.678.855.416	1.909.892.378	2.069.363.023
COSTOS		-309.505.794	-887.853.875	-1.343.084.333	-1.527.913.902	-1.655.490.419
MARGEN COMERCIAL		77.376.449	221.963.469	335.771.083	381.978.476	413.872.605
COSTOS FIJO		-49.307.452	-52.758.974	-56.452.102	-60.403.749	-64.632.011
RRHH		-72.000.000	-77.040.000	-82.432.800	-88.203.096	-94.377.313
MKT		-36.247.500	-25.700.000	-13.200.000	-11.700.000	-10.700.000
OTROS COSTOS		0	0	0	0	0
COSTO FINANCIERO (INTERESES)		-7.500.000	-6.586.149	-5.443.836	4.015.945	2.231.080
DEPRECIACION		-11.002.287	-11.002.287	-11.002.287	-11.002.287	0
TOTAL COSTOS		-176.057.239	-173.087.410	-168.531.025	-167.293.187	-167.478.244
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		-98.680.791	48.876.058	167.240.058	214.685.288	246.394.361
PERDIDA ARRASTRE			-98.680.791	-49.804.732	0	0
BASE TRIBUTARIA		-98.680.791	-49.804.732	117.435.325	214.685.288	246.394.361
IMPUESTO 25%		0	0	29.358.831	53.671.322	61.598.590
MARGEN DI		-98.680.791	-49.804.732	88.076.494	161.013.966	184.795.771
DEPRECIACION		11.002.287	11.002.287	11.002.287	11.002.287	0
PERDIDA ARTR		0	98.680.791	49.804.732	0	0
INVERSION	- 132.606.225					
CAPITAL DE TRABAJO	- 51.085.890					51.085.890
PRESTAMO (CAPITAL)	30.000.000	-3.655.402	-4.569.253	-5.711.566	-7.139.457	-8.924.322
TOTAL FLUJO	- 153.692.115	-91.333.906	55.309.093	148.883.514	172.016.253	184.795.771
FLUJO ACUMULADO	- 153.692.115	-245.026.020	-189.716.927	-40.833.414	131.182.840	315.978.611

VAN	98.990.971
TIR	28%
PAYBACK	
AÑOS	MESES
4	3
Ke	13,9%

Elaboración propia Tabla LVIII

CÁLCULO CUOTA DEL PRESTAMO

Préstamo	30.000.000	
Tasa interés anual	25,0%	0,250
Plazo	5	Años

$$C = p \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

Cuota	11.155.402
--------------	-------------------

Año	Deuda	Cuota	Interés	Amortización	Deuda
0					30.000.000
1	30.000.000	11.155.402	7.500.000	3.655.402	26.344.598
2	26.344.598	11.155.402	6.586.149	4.569.253	21.775.345
3	21.775.345	11.155.402	5.443.836	5.711.566	16.063.779
4	16.063.779	11.155.402	4.015.945	7.139.457	8.924.322
5	8.924.322	11.155.402	2.231.080	8.924.322	0

Elaboración propia Tabla LIX

8.7 Análisis de Beta Compañía e Industria

El análisis de beta mide la volatilidad del jardín infantil en comparación con el mercado. Una beta mayor a 1 indica que la empresa es más volátil que el mercado, mientras que una beta menor a 1 indica menor volatilidad.

Costo de los fondos propios Costo de la deuda

$$WACC = K_e \cdot \frac{E}{E+D} + K_d \cdot (1-t) \cdot \frac{D}{E+D}$$

Rentabilidad base de riesgo Prima de riesgo

$$K_e = R_f + \beta \cdot (R_m - R_f)$$

Tasa libre de riesgo (Rf)	5,85%
Rentabilidad esperada del mercado (E[Rm])	12,07%
Beta (Bu)	1,23
Fondos Propios (E)	\$168.692.115
Nivel de Endeudamiento (D)	\$30.000.000
Tasa Impositiva (T)	25%
Coste Financiero (Kd)	25,00%
Beta Apalancada (Be)	1,39
Coste de Capital (Ke)	14,52%
WACC	15,16%

Elaboración propia Tabla LX

8.8 Flujo Proyecto Puro, Van, TIR y Payback

Flujo de caja del proyecto: Ingresos y gastos proyectados.

Valor Actual Neto (VAN): Valor presente de los flujos de caja futuros descontados a una tasa de descuento.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Tasa de descuento que hace que el VAN sea cero.

Payback: Tiempo necesario para recuperar la inversión inicial

FLUJO PURO

CONCEPTO	AÑO 0	1	2	3	4	5
INGRESOS		386.882.243	1.109.817.344	1.678.855.416	1.909.892.378	2.069.363.023
COSTOS		-309.505.794	-887.853.875	-1.343.084.333	-1.527.913.902	-1.655.490.419
MARGEN COMERCIAL		77.376.449	221.963.469	335.771.083	381.978.476	413.872.605
COSTOS FIJO		-49.307.452	-52.758.974	-56.452.102	-60.403.749	-64.632.011
RRHH		-72.000.000	-77.040.000	-82.432.800	-88.203.096	-94.377.313
MKT		-36.247.500	-25.700.000	-13.200.000	-11.700.000	-10.700.000
OTROS COSTOS		0	0	0	0	0
DEPRECIACION		-11.002.287	-11.002.287	-11.002.287	-11.002.287	0
TOTAL COSTOS		-168.557.239	-166.501.261	-163.087.189	-171.309.132	-169.709.324
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		-91.180.791	55.462.208	172.683.894	210.669.343	244.163.281
PERDIDA ARRASTRE			-91.180.791	-35.718.583	0	0
BASE TRIBUTARIA		-91.180.791	-35.718.583	136.965.311	210.669.343	244.163.281
IMPUESTO 25%		0	0	34.241.328	52.667.336	61.040.820
MARGEN DESPUES DE IMPUESTOS		-91.180.791	-35.718.583	102.723.983	158.002.008	183.122.460
DEPRECIACION		11.002.287	11.002.287	11.002.287	11.002.287	0
PERDIDA ARTR		0	91.180.791	35.718.583	0	0
INVERSION	- 132.606.225					
CAPITAL DE TRABAJO	- 51.085.890					51.085.890
TOTAL FLUJO	- 183.692.115	-80.178.503	66.464.495	149.444.854	169.004.295	183.122.460
FLUJO ACUMULADO	- 183.692.115	-263.870.618	-197.406.123	-47.961.269	121.043.025	304.165.486

VAN	69.217.737
TIR	25%
PAYBACK	
AÑOS	MESES
4	3
WACC	15,3%

Elaboración propia Tabla LXI

8.9 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad evalúa cómo los cambios en las variables clave (como costos, ingresos, tasas de interés) afectan los resultados financieros del jardín infantil.

NORMAL INFLACION 7%		PESIMISTA 12,12		OPTIMISTA 3%	
VAN	98.990.971	VAN	45.714.915	VAN	97.853.129
TIR	28%	TIR	22%	TIR	32%
PAYBACK		PAYBACK		PAYBACK	
AÑOS	MESES	AÑOS	MESES	AÑOS	MESES
4	3	4	8	4	4
Ke	13,5%	Ke	12,5%	Ke	12,8%

Elaboración propia Tabla LXII

- INFLACION 12,12%
- Tasa de interés baja a 20%
- Tasa libre de riesgo baja 5%
- IPSA baja 5%
- INFLACION 3%
- Tasa de interés sube a 25%
- Tasa libre de riesgo sube 6%
- IPSA sube 13%

9. Conclusión Financiera

En resumen, el plan financiero del jardín infantil "Mi Arbolito Lindo" está diseñado para asegurar la viabilidad y el éxito a largo plazo de la empresa. Los objetivos financieros se centran en maximizar la rentabilidad, mantener la liquidez, controlar los costos y aumentar la participación de mercado.

Las proyecciones financieras muestran un crecimiento sostenible basado en ingresos provenientes de matrículas y servicios adicionales, mientras que los costos operativos se mantienen bajo control mediante una gestión eficiente. La estructura de costos fijos y el capital de trabajo están claramente definidos para garantizar la estabilidad operativa diaria.

La depreciación de activos y la estructura patrimonial con apalancamiento proporcionan una base sólida para la gestión financiera, mientras que el análisis de beta y el análisis de sensibilidad permiten evaluar y mitigar los riesgos asociados. Los indicadores financieros clave, como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Payback, demuestran la viabilidad económica del proyecto.

En conjunto, este plan financiero no solo establece una hoja de ruta clara para el éxito financiero del jardín infantil, sino que también proporciona las herramientas necesarias para adaptarse a los cambios del mercado y asegurar un crecimiento sostenible. Con una gestión financiera prudente y estrategias bien definidas, "Mi Arbolito Lindo" está bien posicionado para convertirse en un líder en el sector de la educación infantil en la comuna de La Florida.

(UGM, 2024)

10. Conclusión del Proyecto

El proyecto del jardín infantil "Mi Arbolito Lindo" se presenta como una iniciativa integral y bien estructurada, diseñada para ofrecer un entorno seguro, educativo y flexible para los niños de la comuna de La Florida. A lo largo de este plan, se han definido claramente los objetivos estratégicos, operativos y financieros, asegurando una base sólida para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo. Desde el punto de vista estratégico, el jardín infantil se posiciona como líder en seguridad, enseñanza personalizada y flexibilidad horaria, con un enfoque en la satisfacción de los padres y el bienestar de los niños. La segmentación del mercado y la definición del público objetivo permiten una estrategia de marketing efectiva y dirigida, que se complementa con alianzas estratégicas y promociones atractivas.

En términos operativos, se ha establecido una estructura organizacional clara, con roles y responsabilidades bien definidos, y un cronograma detallado para la implementación de las actividades. Las políticas de la empresa y los programas de capacitación continua aseguran un equipo de trabajo competente y motivado, comprometido con la misión del jardín infantil.

Financieramente, el plan proyecta un crecimiento sostenible, con ingresos basados en matrículas y servicios adicionales, y costos operativos controlados. La estructura de costos fijos y el capital de trabajo están bien definidos, garantizando la estabilidad operativa. Los análisis financieros, incluyendo el VAN, TIR y Payback, demuestran la viabilidad económica del proyecto, mientras que el análisis de sensibilidad y beta proporcionan herramientas para gestionar los riesgos.

En conjunto, "Mi Arbolito Lindo" está bien posicionado para convertirse en un referente en el sector de la educación infantil, ofreciendo un servicio de alta calidad que responde a las necesidades de las familias de la comuna de La Florida. Con una gestión eficiente y estrategias bien definidas, este proyecto tiene el potencial de generar beneficios sostenibles y contribuir significativamente al desarrollo de la comunidad.

Referencias

- Banco Mundial. (11 de JUNIO de 2024). *GRUPO BANCO MUNDIAL*. Obtenido de GRUPO BANCO MUNDIAL: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2024/06/11/global-economic-prospects-june-2024-press-release#:~:text=Se%20anticipa%20que%20el%20crecimiento,anterior%20a%20la%20COVID%2D19>.
- INE. (2024). *PROYECCIONES DE POBLACION* . INE, 1-1.
- Mi Jardin Infantil.cl. (12 de 20 de 2024). *Guia de mi jardin y sala suna*. Santiago, La Florida, Chile.
- Ministerio de Desarrollo Social y Familia. (2021). *Informe de Niñez y Adolescencia 2020*. Santiago: Gobierno de Chile.
- Municipalidad La Florida. (04 de Noviembre de 2024). *La Florida Somos Mas*. Obtenido de La Florida: <https://www.laflorida.cl/sitio/municipalidad/la-comuna/>
- Social, M. d. (2020). *Informe sobre el cuidado infantil en Chile*. santiago.
- Subsecretaria de Educacion Parvularia. (Abril de 2023). *Certificación de Salas Cuna y Jardines Infantiles*. Obtenido de <https://parvularia.mineduc.cl/iniciativa/certificaciones/>
- TRIVIÑO, S. T. (2024). *INVESTIGACION DE MERCADO* . En UGM, *DIRECCION ESTRATEGUCA CLASE 4* (págs. 29-35). SANTIAGO .
- UGM. (2024). *DE ESTRATEGIA A TACTICAS*. En UGM, *PLAN DE FINANZAS* (págs. 16-26). SANTIAGO: UGM.
- UGM. (2024). *DIRECCION ESTRATEGICA, SEMANA 2*. En UGM, *DIRECCION ESTRATEGICA, SEMANA 2* (págs. 3-4). SANTIAGO: UGM.
- UGM. (2024). *DIRECCION ESTRATEGICA; CALSE 2*. En UGM, *DIRECCION ESTRATEGICA; CALSE 2* (pág. 4). SANTIAGO.
- XTB Tasa de Desempleo en Chile: Julio - Septiembre 2024. (29 de OCTUBRE de 2024). *XTB*. Obtenido de Tasa de Desempleo en Chile: Julio - Septiembre 2024: [https://www.xtb.com/lat/analisis-y-noticias/analisis-de-mercado/tasa-de-desempleo-en-chile-julio-septiembre-2024#:~:text=La%20tasa%20de%20desocupaci%C3%B3n%20en,Nacional%20de%20Estad%C3%ADsticas%20\(INE\)](https://www.xtb.com/lat/analisis-y-noticias/analisis-de-mercado/tasa-de-desempleo-en-chile-julio-septiembre-2024#:~:text=La%20tasa%20de%20desocupaci%C3%B3n%20en,Nacional%20de%20Estad%C3%ADsticas%20(INE)).



Autorización de publicación

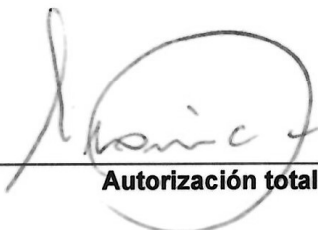
Documentos digitalizados en Repositorio Académico UGM

Autorizo a la Universidad Gabriela Mistral para incluir esta memoria en el repositorio digital de la universidad, con el fin de diseminar, almacenar y preservar, quedando disponible en texto completo y de libre acceso.

A considerar para la autorización de publicación de memorias en el repositorio digital

- **Si usted como autor o autores deciden autorizar.** El documento estará disponible en texto completo.
- **Si usted como autor o autores deciden usar embargo.** Consiste en establecer una cantidad de tiempo en que la publicación no estará en libre acceso; es una alternativa a la publicación inmediata. El tiempo de embargo consiste en 6 meses, 1 año o 2 años.
- **Si usted como autor o autores deciden no autorizar.** Se creará un documento con datos básicos portada, tabla de contenido y resumen (metadatos) y colocará esa información en el sitio web, tal como si fuese una referencia bibliográfica. Se indicará en el registro que el autor decidió no autorizar el acceso al documento en texto completo.

Firma de cada uno de los integrantes según opción

 Autorización total	Uso de embargo (x) Indique período de tiempo de embargo 6 meses ___ 1 año ___ 2 años ___	No autorizo
--	---	--------------------

Título	Guardería Mi Arbolito Lindo Comuna La Florida
Nombres del o los integrantes	Sergio fabriciano Caviedes Cornejo
Carrera o programa	Ingeniería Comercial
Profesor guía	Sergio Torrealba Triviño

fecha: 29-01-2025