



**UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL**

**ESCUELA DE NEGOCIOS Y TECNOLOGIA**

**CARRERA DE DERECHO**

**PROYECTO PLAN DE NEGOCIOS**

**NOMBRE KAREN ORELLANA – MAURICIO ESCOBEDO**

**PROYECTO DE TÍTULO PARA OPTAR AL TÍTULO/ GRADO ACADÉMICO DE  
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MENCIÓN FINANZAS CORPORATIVAS Y CONTROL DE GESTIÓN**

**PROFESOR MBA JORGE JAVIER CASTILLO BRAVO**

**SANTIAGO – CHILE**

**AÑO 2023**





## Índice del plan de negocios

<b>1</b>	<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
1.1	Resumen ejecutivo del proyecto .....	1
<b>2</b>	<b>Capítulo I: Descripción general del proyecto</b> .....	<b>3</b>
2.1	Descripción del proyecto. ....	3
2.1.1	Descripción del problema. ....	4
2.1.2	Descripción de la necesidad y oportunidad. ....	5
2.1.3	Descripción de la propuesta de solución innovadora. ....	6
2.2	Justificación del proyecto. ....	8
2.3	Ubicación geográfica del negocio. ....	9
2.4	Propuesta del modelo CANVAS para el modelo de negocio. ....	9
<b>3</b>	<b>Capítulo II: Análisis del entorno externo e interno</b> .....	<b>11</b>
3.1	Análisis del Macroentorno. ....	11
3.1.1	Análisis estratégico, basado en el modelo PESTEL. ....	12
3.2	Análisis del Microentorno. ....	13
3.2.1	Análisis industrial y competitivo, basado en el modelo de 5 fuerzas de Porter.	



3.3	Análisis interno.....	16
3.3.1	Aplicación del modelo de Cadena de Valor.....	16
3.4	Análisis situacional estratégico.....	17
3.4.1	<b>Análisis FODA de la empresa.....</b>	<b>17</b>
3.5	Descripción del negocio.....	18
3.5.1	Misión.....	18
3.5.2	Visión.....	19
3.5.3	Valores.....	19
3.5.4	Descripción del producto/servicio.....	20
3.5.5	Objetivos estratégicos.....	20
3.6	Estrategia de negocios.....	21
3.7	Ventaja(s) competitiva(s) tangibles e intangibles.....	23
<b>4</b>	<b>Capítulo III: Plan de Marketing .....</b>	<b>23</b>
4.1	Modelo de negocio.....	23
4.2	Objetivos de <i>marketing</i> .....	24
4.2.1	- Objetivos generales.....	24
4.2.2	- Objetivos específicos.....	24
4.3	Segmentación de mercado.....	25



4.3.1	- Segmentación geográfica. ....	25
4.3.2	Segmentación demográfica.....	26
4.3.3	Segmentación psicográfica. ....	26
4.3.4	Segmentación conductual. ....	26
4.4	Estrategia de Mix de Marketing. ....	26
4.5	Formulación de Matriz de ANSOFF.....	28
4.6	Estimación de demanda y pronóstico de ventas.....	29
4.7	Presupuesto de marketing. ....	31
<b>5</b>	<b>Capítulo IV: Plan de Operaciones</b> .....	<b>31</b>
5.1	Mapa de procesos de la empresa. ....	31
5.2	Actividades de implementación (Carta Gantt). ....	32
5.3	Presupuesto de operaciones.....	33
<b>6</b>	<b>Capítulo V: Plan de Recursos Humanos</b> .....	<b>34</b>
6.1	Estructura organizacional de la empresa.....	34
6.2	Estructura funcional de la empresa. ....	34
6.3	Estructura legal de la empresa.....	36
6.4	Organigrama de la empresa.....	39
6.5	Dotación de personal. ....	39



6.6	Perfiles de cargo .....	40
6.7	Políticas de la empresa .....	45
6.7.1	Política de reclutamiento .....	45
6.7.2	- Política de selección. corregido.....	47
6.7.3	- Política de contratación. corregido .....	49
6.7.4	- Política de inducción. corregido .....	50
6.7.5	- Política de capacitación. ....	51
6.7.6	- Política de remuneraciones.....	52
6.8	Presupuesto de RRHH.....	54
<b>7</b>	<b>Capítulo VI: Plan Financiero .....</b>	<b>55</b>
7.1	Objetivos financieros.....	55
7.2	Proyecciones de ingresos. ....	56
7.3	Costos (fijos y variables). ....	58
7.4	Gastos de administración (5 años). ....	59
7.5	Ventas (5 años).....	60
7.6	Inversión inicial año (0). ....	61
7.7	Capital de trabajo.....	61
7.8	Depreciación de activos (inversiones).....	61



7.9	Punto de equilibrio. ....	62
7.10	Flujo de caja “puro” proyectado a 5 años. ....	63
7.10.1	- VAN. ....	64
7.10.2	- TIR.....	65
7.10.3	- Período de recuperación de la inversión (playback).....	66
7.10.4	- Tasa de descuento. ....	67
7.10.5	<b>Conclusiones.</b> ....	67
7.10.6	<b>Nuestra conclusión del Plan de Negocios.</b> ....	67
7.11	Anexos.....	68
7.11.1	Implementación de CRM-ERP. Con ingreso de sesión. ....	68
7.11.2	Software de gestión integral. incorporación de ERP-CRM ....	69
7.11.3	Software aplicado a funciones por áreas.....	69
7.11.4	Descripción del producto (fotografía en un recinto de Salud), plan de mejora en marketing por medio del sitio web ....	70
7.11.5	Sistema de llamado.....	71
7.11.6	Implementación de Osticket para fidelización de clientes y mantenimiento. ....	71
7.11.7	Ingreso del cliente al Osticket para tener respaldo de su postventa. ....	72
7.11.8	Estando en especificaciones técnicas se logra entrar en un 70% en el proyecto. ....	73



<b>8 Bibliografía .....</b>	<b>75</b>
-----------------------------	-----------

### Índice de Tablas

Tabla 1 Demanda .....	29
Tabla 2 Pronóstico de ventas.....	30
Tabla 3 Presupuesto de operaciones.....	33
Tabla 4 Presupuestos de recursos humanos .....	54
Tabla 5 Proyecciones de ingresos .....	57
Tabla 6 Costos fijos .....	58
Tabla 6 Presupuestos variables .....	59
Tabla 6 Gastos de administración y ventas.....	59
Tabla 7 Presupuesto de Ventas .....	60
Tabla 8 Ventas a 5 años .....	60
Tabla 9 Capital de trabajo .....	61
Tabla 10 Depreciación de activos. ....	62
Tabla 11 punto de equilibrio.....	62
Tabla 12 Flujo de caja.....	63
Tabla 13 Valor Actual Neto .....	64



## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Ubicación geográfica .....	9
Ilustración 2 Modelo Canvas .....	10
Ilustración 3 Cadena de valor .....	17
Ilustración 4 Matriz FODA y análisis.....	18
Ilustración 5 Segmentación geográfica .....	25
Ilustración 6 Formulación de matriz ansoff.....	28
Ilustración 7 Gráfica de pronóstico de ventas.....	30
Ilustración 8 Matriz de procesos.....	31
Ilustración 9 Carta Gantt .....	32
Ilustración 10 Organigrama de la empresa.....	39
Ilustración 11 Implementación de CRM-ERP .....	68
Ilustración 12 Módulo de incorporación ERP .....	69
Ilustración 13 Areas de funcionamiento ERP-CERM.....	69
Ilustración 14 Productos instalados en CPM .....	70
Ilustración 15 Equipos de Gerión. ....	71



Ilustración 16 Implementación OSTICKET .....	71
Ilustración 17 Ingreso del cliente (posventa) .....	72
Ilustración 18 Hospitalar Lonquimay instalados. ....	73
Ilustración 19 Hospital de Collipulli.....	73
Ilustración 20 Proyecto desde estudio de planos .....	74



## **DEDICATORIA, AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a nuestras familias el apoyo brindado en este largo proceso, también nuestra Universidad UGM, a los docentes de la carrera, en especial a nuestro profesor guía MBA Jorge Javier Castillo que contribuyeron y/o colaboraron con el trabajo realizado.

**"Conocimiento para todos"**



## **1 Introducción**

El plan de negocios aborda los desafíos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en su camino hacia el éxito y cómo la mejora constante de su gestión interna puede ser la clave para su supervivencia a largo plazo. Se identifican algunos de los problemas internos más comunes que pueden llevar a la quiebra de las Pymes, como la falta de una estructura organizacional sólida y un plan de negocios claro y bien definido.

Por otro lado, se destaca cómo las Pymes que logran establecer una cultura empresarial sólida, desarrollar sus habilidades y talentos internos, y mejorar continuamente su gestión interna, son más propensas a tener éxito. Se mencionan algunas técnicas y herramientas para lograr la mejora interna, como la capacitación y el desarrollo de habilidades, la implementación de sistemas de gestión de calidad y la creación de equipos de trabajo altamente eficientes. Además, se enfatiza la importancia de establecer una cultura empresarial positiva que fomente la innovación, el trabajo en equipo y la comunicación abierta y transparente.

### **1.1 Resumen ejecutivo del proyecto**

Este proyecto aborda el alto índice de fracaso de las Pymes debido a problemas internos relacionados con la gestión empresarial. Se identifican seis grandes áreas en las que se agrupan estos problemas: ventas, producción y operaciones, control, recursos humanos, planificación y gestión. Para abordar estos problemas, se proponen medidas concretas, como el uso del modelo de negocio Canvas y la implementación de sistemas de gestión y enfoques de marketing similares a los utilizados por las empresas líderes, capacitaciones al personal. El proyecto se centra en las mejoras internas en la organización con claro enfoque en la implementación de tecnología como pieza clave en el desarrollo de todos los cambios mencionados anteriormente.

El modelo Canvas es una herramienta que permite visualizar y analizar los diferentes aspectos del negocio, como los clientes, los canales de distribución, los ingresos y costos, entre otros. Los sistemas de gestión permiten llevar un registro adecuado de las finanzas y



otros aspectos clave del negocio, además los enfoques de marketing similares a los utilizados por las empresas exitosas.

El proyecto busca mejorar la gestión empresarial y la capacidad de adaptación de la empresa frente a los cambios en el mercado, lo que puede ser clave para su éxito a largo plazo. El uso de tecnología y herramientas innovadoras permitirá a la compañía Gerión Chile SpA mejorar su eficiencia y eficacia en las áreas críticas del negocio.

La implementación de estas medidas concretas puede ayudar a la empresa a superar las dificultades comunes que llevan al fracaso de las Pymes. La falta de una estructura organizacional sólida, la falta de capacitación y desarrollo de habilidades en los empleados, y la falta de un plan de negocios claro y bien definido son algunos de los problemas internos que pueden llevar a la quiebra de las Pymes.

El proyecto propone una reorganización de los plazos y las tareas para la implementación de estas mejoras. Se enfatiza la importancia del desarrollo de una cultura empresarial positiva que fomente la innovación, el trabajo en equipo y la comunicación abierta y transparente.

Nuestro proyecto se centra en las mejoras en tecnología como pieza clave en el desarrollo de todos los cambios mencionados anteriormente para ello se implementarán estas herramientas indispensables que serán las que aporten valor a la compañía Gerión Chile SpA.



## **2 Capítulo I: Descripción general del proyecto**

### **2.1 Descripción del proyecto.**

Somos estudiantes que hemos trabajado en un emocionante plan de negocios para una empresa de servicios y venta de productos para la salud en hospitales, clínicas y hogares de larga estadía.

**Nuestro objetivo es mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrecemos a los clientes, centrándonos en la eficiencia y la satisfacción del cliente. Para lograrlo, hemos implementado un sistema de mejora continua que se enfoca en la identificación y corrección constante de los problemas y oportunidades de mejora.**

**Este sistema se basa en la implementación con un fuerte enfoque en la tecnología, capacitación y adoptar procesos de control de gestión al interior de la empresa, así como en la retroalimentación de los clientes sobre su experiencia con nuestros productos y servicios. Utilizamos esta información para identificar las áreas de mejora y desarrollar planes de acción específicos para abordarlos.**

**Además, hemos establecido un sistema de entrenamiento y capacitación para nuestro personal, con el fin de mejorar su conocimiento y habilidades. También hemos implementado un programa para motivar a nuestro personal a trabajar en equipo y alcanzar los objetivos de mejora continua, en el que todos son piezas fundamentales.**

**Creemos que este enfoque de mejora continua permitirá ofrecer productos y servicios de mayor calidad, mejorar la satisfacción del cliente y aumentar la rentabilidad. Estamos emocionados de implementar este proyecto en la empresa y esperamos ver los resultados positivos en el futuro cercano.**



### 2.1.1 Descripción del problema.

Las cifras de fracaso de las Pymes son alarmantes en cualquier país que se analice, con una tasa promedio de fracaso <sup>1</sup>del 80% en los primeros cinco años y del 90% antes de los diez años. Los dueños de Pymes suelen atribuir el fracaso a factores externos, como escaso apoyo oficial, deficientes programas de ayuda, inexistentes fuentes de financiación y altas tasas impositivas. Sin embargo, los analistas empresariales se centran en las causas de fracaso dentro de las propias Pymes, especialmente en la capacidad de gestión de sus responsables. Estos problemas se pueden agrupar en cinco grandes áreas: problemas para vender, problemas para producir y operar, problemas para controlar, problemas en la planificación y problemas en la gestión.

En última instancia, todos los factores de fracaso conducen a la necesidad de que los empresarios de Pymes se capaciten en los aspectos clave de la gestión de sus empresas. El éxito de una Pyme está fuertemente condicionado por los conocimientos de su dueño. Es importante destacar que las cadenas de franquicias tienen una tasa de supervivencia más alta debido a los conocimientos, sistemas de gestión, enfoques de marketing y modelos operativos que aportan. En conclusión, crear una Pyme es fácil si se tienen los fondos necesarios, pero mantenerla viva y hacerla crecer requiere de una gestión inteligente y capacitación constante.

Ahora sustentar la visión anterior podemos mencionar que diversos autores han estudiado las estadísticas y factores que llevan a la quiebra de las empresas y porque las empresas llegan a esa instancia. Michael Gerber, sostiene que uno de los principales problemas de las Pymes es la falta de un sistema de gestión eficiente y escalable; Peter Drucker <sup>2</sup>Según

---

<sup>1</sup> Universidad de Cádiz, "el 80% de las empresas quiebran en los primeros cinco años. De acuerdo con la CEPAL "en los países subdesarrollados entre un 50 y un 75% dejan de existir durante los primeros tres años".

<sup>2</sup>Peter Drucker: Autor de "La práctica de la administración". 1954, un libro fundamental en la teoría y práctica de la gestión empresarial, que presenta una serie de ideas y principios esenciales para la práctica efectiva de la administración y la creación de valor sostenible en las organizaciones. (Druker, 1954)



él, una de las claves es establecer objetivos claros y medibles, y evaluar constantemente los resultados para identificar áreas de mejora. productividad de las empresas.

### 2.1.2 Descripción de la necesidad y oportunidad.

La necesidad de mejorar es una realidad constante en cualquier empresa, ya que el entorno empresarial está en constante cambio y evolución. Las empresas que no se adaptan a estos cambios pueden quedar atrás y perder competitividad, lo que puede llevar a su eventual declive. Existen varias razones por las que es necesario mejorar. A continuación, se presentan algunas de las más importantes:

**Satisfacción del cliente:** Los clientes son la razón de ser de una empresa, por lo que es esencial satisfacer sus necesidades y expectativas. Si una empresa no está en constante mejora, es posible que no esté ofreciendo la mejor calidad de productos o servicios, lo que podría llevar a una pérdida de clientes y a una disminución de las ventas.

**Competitividad:** En un entorno empresarial cada vez más globalizado y competitivo, las empresas necesitan estar en constante evolución para mantenerse relevantes y competitivas. Las empresas que no se adaptan a los cambios del mercado pueden perder cuota de mercado y ser superadas por la competencia.

**Eficiencia y productividad:** La mejora constante de los procesos y operaciones de una empresa puede llevar a una mayor eficiencia y productividad, lo que a su vez puede llevar a una reducción de costos y un aumento de la rentabilidad.

**Innovación y creatividad:** La mejora constante también puede fomentar la innovación y la creatividad en la empresa, lo que puede llevar a la creación de nuevos productos o servicios y a una mayor diferenciación de la competencia.

---



La necesidad de mejorar es esencial para cualquier empresa que busque mantenerse competitiva <sup>3</sup>y relevante en un entorno empresarial cambiante y exigente. La mejora constante puede llevar a una mayor satisfacción del cliente, competitividad, eficiencia y productividad, así como a la innovación y la creatividad en la empresa.

### 2.1.3 Descripción de la propuesta de solución innovadora.

La propuesta de solución innovadora consiste en implementar un **sistema de gestión de proceso interno considerando con eje central la implementación de la tecnología**. Este sistema permitirá una gestión más eficiente, eficaz y precisa de los distintos departamentos de la empresa, lo que a su vez podría llevar a una reducción de costos y una mejora en la satisfacción de los clientes.

Los servicios incluyen:

- Herramienta de gestión como ERP. CRM<sup>4</sup>. Podría llegar a tener un costo muy justificado en una pyme.<sup>5</sup>
- Diagnóstico y análisis de problemas de gestión interna.
- Análisis financiero y contable.
- Plan e implementación de marketing
- Implementación de sistemas y procesos eficientes.
- Consultoría y seguimiento para asegurar la adopción de mejores prácticas.
- Justificación del proyecto.

La realización de mejoras internas en una empresa es importante por varias razones:

---

<sup>3</sup> "Lean Thinking" de James P. Womack y Daniel T. Jones (1996): Este libro es un clásico en el campo de la mejora continua, y presenta el concepto de Lean Manufacturing. páginas 13-15.

<sup>4</sup> "The Benefits of CRM Systems in Small and Medium Enterprises" de Katarzyna Piórkowska (2015). información relevante en las páginas 52-55.

<sup>5</sup> ERP; Los autores encuentran que los sistemas ERP pueden mejorar la eficiencia y la efectividad de los procesos empresariales. An Empirical Analysis" de Gunjan Soni y J. P. Sharma (2012). páginas 246-249.



Incremento de la eficiencia<sup>6</sup>: Una mejora interna puede ayudar a simplificar y optimizar los procesos de trabajo, lo que puede llevar a una mayor eficiencia en la empresa y, por lo tanto, a una reducción de costos.

Mejora de la calidad: Una mejora interna puede ayudar a aumentar la calidad de los productos o servicios ofrecidos por la empresa, lo que puede llevar a un aumento de la satisfacción de los clientes y, por lo tanto, a una mejora de la reputación de la empresa.

Incremento de la productividad: Una mejora interna puede ayudar a incrementar la productividad de los empleados, a través de la optimización de los procesos y la eliminación de tareas innecesarias o redundantes.

Adaptación al cambio: Las empresas deben estar en constante evolución y adaptación a los cambios del mercado y de la tecnología. Una mejora interna puede ayudar a la empresa a mantenerse actualizada y competitiva en un entorno cambiante.

Retención de talentos: Los empleados aprecian una empresa que se preocupa por mejorar sus procesos y operaciones. Una mejora interna puede ayudar a retener talentos y atraer nuevos empleados que buscan trabajar en una empresa innovadora y en constante evolución.

**Una mejora interna en una empresa es importante porque puede llevar a un incremento de la eficiencia, la calidad, la productividad, la adaptación al cambio y la retención de talentos. Todo esto puede contribuir a un aumento de la competitividad y rentabilidad de la empresa, lo que es esencial para su supervivencia a largo plazo.**

---

<sup>6</sup> El crecimiento de la eficiencia implica una mejora en la capacidad de una empresa para producir más bienes o servicios con menos recursos, es decir, utilizando menos tiempo, dinero, materiales o energía.



## 2.2 Justificación del proyecto.

La justificación para realizar un proyecto de mejora en una pequeña o mediana empresa (Pyme) es clara y contundente. Como se ha mencionado anteriormente, las Pymes enfrentan muchos desafíos en su camino hacia el éxito, y uno de los más importantes es la necesidad de mejorar constantemente su gestión interna. La quiebra de las Pymes es un problema común en muchos países.

Un proyecto de mejora puede ayudar a una Pyme a identificar sus debilidades internas y a implementar soluciones para mejorar su eficiencia, productividad y rentabilidad. A través de la mejora de la calidad de sus productos y servicios, la reducción de costos y la optimización de sus procesos internos, una Pyme puede mejorar su capacidad de competir en un mercado cada vez más desafiante.

Además, la implementación de un proyecto de mejora puede ayudar a una Pyme a desarrollar una cultura empresarial positiva y a fomentar la innovación, el trabajo en equipo y la comunicación abierta y transparente. Esto puede conducir a una mayor satisfacción de los empleados, una mayor retención de talentos y una mejora general en el ambiente laboral de la empresa.

Otra razón importante para realizar nuestro proyecto de mejora en una Pyme es la tecnología,<sup>7</sup> la competencia y las expectativas de los clientes dado que están en constante evolución, y las empresas que no se adaptan a estos cambios pueden quedar obsoletas y perder su capacidad de competir. Un proyecto de mejora puede ayudar a una Pyme a identificar las tendencias, los desafíos del mercado, a implementar soluciones para mantenerse al día y continuar siendo relevantes en su sector.

Finalmente, un proyecto de mejora puede ayudar a una Pyme a cumplir con los requisitos de las normas y regulaciones del mercado. Muchas industrias tienen requisitos específicos

---

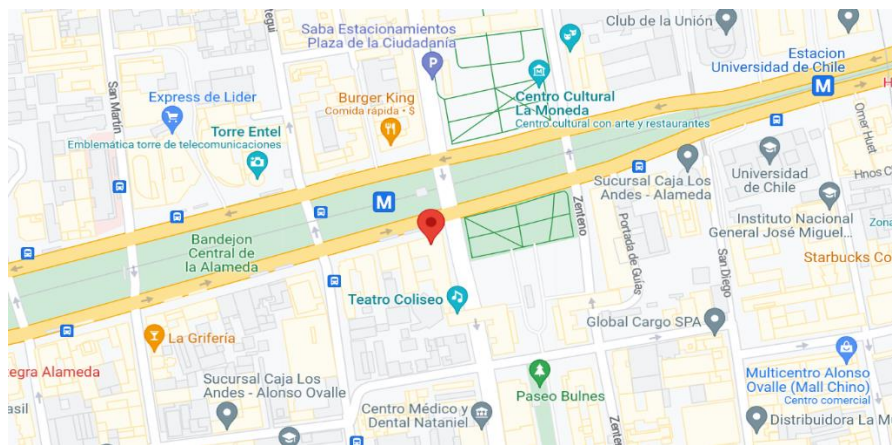
<sup>7</sup> La tecnología puede tener un impacto significativo en el éxito de las Pymes al mejorar la eficiencia y la productividad, ampliar su alcance y visibilidad en el mercado, mejorar la toma de decisiones y fomentar la innovación.



en términos de calidad, medio ambiente, seguridad, salud ocupacional, entre otros, y una Pyme que no cumpla con estos requisitos puede enfrentar multas, dañar su reputación y perder la confianza de sus clientes.

### 2.3 Ubicación geográfica del negocio.

Ilustración 1 Ubicación geográfica



Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 1302 Oficina 70, Santiago Chile  
Código Postal  
Dirección de Correo [contacto@gerionchile.cl](mailto:contacto@gerionchile.cl)  
Sitio web. [www.gerionchile.cl](http://www.gerionchile.cl)  
Bodegas En Quinta Normal Los suspiros 2775.

### 2.4 Propuesta del modelo CANVAS para el modelo de negocio.



## Propuesta del modelo CANVAS<sup>8</sup> para el modelo de negocio.

Ilustración 2 Modelo Canvas

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS		Diseñado para:	Diseñado por:	Fecha:	Versión:
		Gerion Chile SpA	Karen O. Mauricio E.	06/03/2023	X.Y
<p><b>Socios clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los socios claves internos serán Jefes de departamentos de la empresa, Comercial, RRHH, informática etc. Para ello deberán implementar Scrum.</li> <li>- Fortalecer alianzas con proveedores de Gerion como factor clave para obtener mejores precios y calidad. Esto se traduce en propuestas de valor más atractivas para los clientes..</li> </ul>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Optimizar los procesos internos para reducir costos y tiempos de espera. Por ejemplo, digitalizar documentos y flujos de trabajo. Esto permite ofrecer un mejor servicio al cliente.</li> <li>- Elemento diferenciador será la implementación del CRM-ERP.</li> </ul> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Invertir en capacitación del personal y en nuevas tecnologías que aumenten la productividad. Un equipo más competente y herramientas eficientes se traducen en una mejor atención al cliente. Implementar capacitación Scrum.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Elemento diferenciador será la implementación del CRM-ERP.</p> <p>Herramientas tecnológicas como Dolibarr, Osticket, AutoCAD visualizador de planos, todos traducido como factores que afectaran en los procesos para presentarlos a los clientes.</p>	<p><b>Relación con clientes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecer los canales digitales de atención al cliente, como redes sociales y chat en línea. Esto mejora la experiencia del cliente y fideliza la relación.</li> <li>- Seguimiento postventa con Osticket, implementación tecnológica.</li> <li>- .</li> </ul> <p><b>Canales</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Optimizar la distribución con almacenes con entrega directamente a las bodegas de clientes. Esto reduce los tiempos de entrega y mejora la disponibilidad del producto. Por eso es importante los socios regionales.</li> </ul>	<p><b>Segmentos de clientes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar nuevos nichos de mercado y mejorar la segmentación para especializar la propuesta de valor. Una propuesta más focalizada aumenta las ventas, misión del departamento comercial y de marketing</li> <li>- Específicamente revisar, clientes como los que no están como cliente final, empresas que elaboran EETT, Servicio de Salud, departamentos de proyectos, colaboradores regionales, e integradores que buscan solucionar partidas solicitadas por EETT.</li> <li>- Por último los ITO de obras, todo desde</li> <li>- Desarrollar programas de fidelización</li> </ul>	
<p><b>Estructura de costos</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitalización y automatización implementar herramientas tecnológicas implican costos para esto se buscarán sistemas que son free en su implementación.</li> <li>- Implementar capacitación conlleva costos asociados que se deberán suplir con personal que maneja los sistemas.</li> <li>- Optimización en recursos financieros</li> <li>- *Costos fijos de personal: Representan el gasto más importante entre instaladores jefes de proyecto.</li> </ul>		<p><b>Fuente de ingresos</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ingresos por proyectos</li> <li>- Ingresos por mantenimiento.</li> <li>- Ingresos por venta de equipos nuevos por ampliación</li> <li>- Ingresos por nueva línea de negocios.</li> <li>- Ingresos por exportaciones Argentina, Bolivia.</li> </ul>			
Este modelo de negocios es prioridad en la nueva administración conducente a las mejoras internas					

<sup>8</sup> La mayor virtud del Business Modelo Canvas es su simplicidad y capacidad para proporcionar una visión completa, clara y concisa del modelo de negocio, lo que permite a los emprendedores y empresarios diseñar y desarrollar modelos de negocio de manera efectiva.



### 3 Capítulo II: Análisis del entorno externo e interno

#### 3.1 Análisis del Macroentorno.

El análisis del macroentorno de Gerion Chile se enfoca en los factores externos que pueden afectar el negocio de la empresa. En el análisis PESTEL presentado en la lámina más abajo del documento, se identifican los siguientes factores:

Políticos: existen regulaciones gubernamentales en la industria de la salud que podrían afectar la venta de equipos de sistema de llamado paciente-enfermera.

Económicos: hay una posible mejora en el poder adquisitivo de los consumidores, lo que sugiere una oportunidad para Gerion Chile.

Sociales: hay una creciente demanda de equipos de sistema de llamado paciente-enfermera debido al envejecimiento de la población y el cambio hacia la atención hospitalaria.

Tecnológicos: los avances tecnológicos pueden hacer que los equipos sean más atractivos para los consumidores.

Ambientales: no se mencionan factores ambientales relevantes en el análisis PESTEL presentado.

Legales: las regulaciones gubernamentales y situaciones económicas del país pueden afectar directamente la venta de los equipos de Gerion Chile.

El punto más destacado del análisis **PESTEL**<sup>9</sup> de Gerion Chile es la creciente demanda de equipos de sistema de llamado paciente-enfermera debido al envejecimiento de la población y el cambio hacia la atención hospitalaria. Esto sugiere una oportunidad para Gerion Chile en el mercado, ya que puede aprovechar esta demanda creciente para expandir su negocio y aumentar sus ventas. Además, los avances tecnológicos pueden hacer que los equipos sean más atractivos para los consumidores, lo que también representa una oportunidad para la empresa.

---

<sup>9</sup> El Modelo Canvas, fue desarrollado por Alexander Osterwalder en su tesis doctoral en 2004 en la Universidad de Lausana, Suiza. Desde entonces, el modelo se ha convertido en una herramienta popular para ayudar a los emprendedores y las empresas a visualizar y analizar sus modelos de negocios de una manera clara y sencilla.



### 3.1.1 Análisis estratégico, basado en el modelo PESTEL.

FACTORES	DESCRIPCIÓN	IMPACTO	AMENAZA	OPORTUNIDAD
Político	Existen regulaciones gubernamentales en la industria de la salud que podrían afectar la venta de equipos de sistema de llamado paciente-enfermera.	Medio	Según el último problema político de las ISAPRES han ocasionado que el gobierno entre en un conflicto que afecta a mucha de la industria por el hecho de que las clínicas y recintos privados en están pausa de gestión. Del tipo de producto a adquirir. <b>Cita 4 comentario 4</b>	Dentro de este análisis se puede observar el compromiso por parte del Gob. De aumentar l disponibilidad de camas por ende como ya está aprobado la inversión por los nuevos proyectos hospitalarios estos deben ejecutarse por obligación política. <b>Cita 1 comentario 1</b>
Económico	La economía chilena se ha recuperado gradualmente de la pandemia COVID-19, Pero la alta inflación ha detonado en un desequilibrio en las empresas que han restringido el normal funcionamiento de la economía, por ello el que no se tenga presupuesto para desarrollo de los proyectos hospitalarios restringe cualquier posibilidad de trabajo.	Alto	Las políticas de salud pública del gobierno actual consideran la posibilidad de recorte lo que aumentan las posibilidades de disminución en compras de los equipos de Gerión <b>Cita 2 Comentario 2</b>	Según la OCDE en términos del PIB Chile se ha proyectado como una de las mejores económica lo que favor el gasto público en inversión aumentando para la empresa el financiamiento en nuevos recintos lo que claramente favorece a Gerión Chile. <b>Cita 1 comentario 1</b>
Social	El envejecimiento de la población chilena y la creciente preocupación por la calidad del cuidado en la industria de la salud.	Alto	La población adulta mayor tiene una mayor proyección de vida dado esto mismo Gerión disminuye posibilidades por la buena salud, <b>Cita 4 Comentario 4</b>	Desde punto vista de la empresa Gerión en los proyectos sociales son una palanca implementando tecnología al alcance de la sociedad implica que se trace el camino hacia el aumento de capacidad hospitalaria. <b>Cita 2 comentario 2</b>
Tecnológico	Los avances tecnológicos en la industria de la salud pueden tener un impacto significativo en la demanda de equipos de sistema de llamado paciente-enfermera.	Alto	Implementar el Proyecto Hospital Digital. Desarrollar estrategias de difusión de prestaciones de Telesalud y estrategias digitales disponibles para la población <b>Cita 3 comentario 3</b>	Las nuevas tecnologías de la información como tendencia para este 2023 hacen que la industria valla cambiando en norte apuntando a producto que ofrecen en lo tecnológico ventajas comparativas es así como ya el gob ha implementando la AI. <b>Cita 1 comentario 1</b>
Ecológico	Los factores ecológicos no tienen un impacto directo en la venta de equipos de sistema de llamado paciente-enfermera.	Bajo	Que se dicten políticas ecologicas para el tratamiento de los equipos que sean obsoletos y que elimine la huella de carbono. Si la fábrica no considera políticas ecológicas. <b>Cita 1 comentario 1</b>	Desde el punto de vista el problema ecológico aumenta las probabilidades de enfermedades que serán vistas desde el punto de vista positivo aun cuando tenga una visión negativa dado que eso aumenta las exigencias por enfermedades respiratorias. <b>Cita 1 comentario 1</b>
Legal	Los cambios en las regulaciones gubernamentales, incluidas las leyes de seguridad y privacidad de los pacientes, pueden tener un impacto directo en la venta de los equipos de Gerion Chile.	Medio	Desde nuestro punto de vista de la modernidad en la telemedicina es una desventaja dado que se busca la atención domiciliaria lo que implica una amenaza dado que disminuyen las posibilidades de venta por asignar recursos a otras inversiones. <b>Cita 1 comentario 1</b>	La actual Constitución en materias de salud "asegura el acceso libre e igualitario a la salud, sea en acciones de promoción, protección, recuperación y rehabilitación. Es deber del Estado garantizar la ejecución de las acciones de salud, ya sea en el sistema público o privado <b>Cita 2 comentario 2</b>



### 3.2 Análisis del Microentorno.

Las fortalezas de la empresa incluyen su gran manejo técnico de la solución, soluciones escalables para los clientes, conocimiento a nivel experto de los equipos y las soluciones en los recintos, servicio de HH (horas hombre) para el estudio de proyectos, trabajo en equipo, capacidad de adaptación a los clientes, excelente comunicación internacional con el proveedor fabricante, innovación en tecnología y calidad en los productos.

Por otro lado, las debilidades incluyen desorganización por departamento, falta de gestión de procesos y capacitación, carencia de estrategias y planeación, falta de HH Comercial, regiones geográficas no explotadas, falta de producto estrella (matriz BCG), falta de stock y organización en gestión de RRHH. Además, hay problemas con la gestión del marketing (email, flayer, ferias), procesos contables inciertos y despreocupados y servicio al cliente postventa deficiente (mantenimiento de clientes y fidelización).

La misión, visión, objetivos y metas sin definir también son una debilidad dentro de la empresa porque no tiene claro su mirada en el horizonte.

En resumen, la empresa tiene muchas fortalezas que le permiten ofrecer soluciones técnicas escalables con calidad para sus clientes. Sin embargo, hay varias áreas internas donde se necesita mejorar para aprovechar al máximo estas fortalezas.

Las fortalezas según el PDF son:

- Gran manejo técnico de la solución.
- Soluciones escalables (excelente producto) para los clientes.
- Conocimiento a nivel experto de los equipos y las soluciones a los recintos.
- Servicio de HH para el estudio de proyectos.
- Trabajo en equipo.
- Capacidad de adaptación a los clientes.
- Excelente comunicación internacional proveedor fabricante.
- Innovación en tecnología.
- Calidad en los productos.

Las mayores debilidades



- Desorganización por departamento.
- Falta de gestión de procesos y capacitación.
- Carencia de estrategias y planeación.
- Falta de HH Comercial. • Regiones no explotadas.
- Falta de producto estrella (matriz BCG).
- Falta de stock asociado a falta de capital.
- Organización en gestión de RRHH.
- Gestión de marketing (email, flayer, ferias).
- Procesos contables inciertos y despreocupados.
- Servicio al cliente postventa (nuevos clientes, mantenimiento de clientes, fidelización).

### 3.2.1 Análisis industrial y competitivo, basado en el modelo de 5 fuerzas de Porter.

#### **Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter**

A continuación, se procederá a analizar el atractivo de la industria mediante la metodología de las cinco fuerzas de Porter. Esta herramienta nos permitirá examinar los factores que influyen en el atractivo de la industria y determinar su nivel de competitividad.

#### Amenaza de Nuevos Entrantes (BAJA)

Se refiere a las barreras de entrada existentes para nuevos competidores que deseen ingresar a esta industria. Cuanto más fácil sea entrar, mayor será la amenaza. El análisis de las barreras de entrada se describe a continuación:

- En el caso de la empresa Gerión esta tiene una amenaza baja con los competidores de entrada dado que cualquiera que quiera ingresar está sujeto a muchas restricciones de la industria.

#### Poder de Negociación de los Proveedores (ALTA)



Los proveedores tienen un alto poder de negociación, esto se debe a que no existen productos sustitutos disponibles y a que hay pocas empresas en el mercado. Además, el proveedor principal se encuentra en Europa y es el que tiene los mejores productos en términos de calidad y tecnología avanzada, lo que les da una ventaja en la negociación de precios y condiciones de venta.

#### Poder de Negociación de los Compradores (MEDIA)

En este caso, podría decirse que el poder de negociación de los compradores es de nivel medio. Por un lado, no existen productos sustitutos que ofrezcan la misma función, calidad y tecnología avanzada, lo que limita las opciones de los compradores. Por otro lado, las ventas de los productos que compran son de gran importancia para los proveedores, ya que se trata de proyectos grandes que representan una parte sustancial de sus ingresos anuales. Esto podría brindar a los compradores cierta capacidad de negociación en términos de precios y condiciones de venta, aunque no tanto como si hubiera una mayor competencia en el mercado.

#### Amenaza de Productos Sustitutos. (BAJA)

En este caso la amenaza es prácticamente nula, porque no existen productos sustitutos.

#### Rivalidad entre Competidores (MEDIA)

En cuanto a la rivalidad entre competidores en el sector, se podría decir que tiene una intensidad media. Aunque hay pocos competidores en el mercado, este está en constante crecimiento. Además, no existen costos elevados de almacenamiento ni costos fijos, lo que aumenta la competencia en términos de precios y condiciones de venta. Como se mencionó anteriormente, la falta de productos sustitutos también contribuye a la competencia en el mercado. En general, la rivalidad entre competidores en la industria es moderada, pero aun así puede ser un factor importante para considerar en la toma de decisiones empresariales.



## Atractivo de la Industria

De acuerdo con el análisis realizado, se podría concluir que la industria es medianamente atractiva, lo que sugiere un nivel de competitividad moderado en el mercado. Si bien el producto ofrece una alta diferenciación, lo que puede ser una ventaja competitiva, también existen otros factores que afectan el atractivo de la industria, como la falta de productos sustitutos y los costos de inversión requeridos para entrar en el mercado.

Sin embargo, el hecho de que la industria esté en constante crecimiento puede ser un factor positivo que sugiere un potencial de rentabilidad y crecimiento a largo plazo. En resumen, aunque existen desafíos y oportunidades en la industria, su atractivo general se podría considerar como moderado.

### **3.3 Análisis interno.**

#### 3.3.1 Aplicación del modelo de Cadena de Valor.

En las actividades de apoyo, la tecnología puede utilizarse para mejorar las diferentes áreas de la empresa tal es el caso de que presenta un peso de 30% en tecnología implementando herramientas como un CRM -ERP algo muy importante que debe ser considerado como el propulsor de los cambios internos en la gestión de la empresa

Por otro lado, 15% en el área de infraestructura por la importancia que tienen en los cambios de mejoras internas además existe un peso 15% en área gestión de recursos humanos y el desarrollo del personal, dada la importancia de la implementación de proyectos de sistemas de llamados IP es que es necesario la capacitación para el buen desempeño y desarrollo del personal.

Ahora bien, otros recursos como la negociación con proveedores hacen que este tenga mayores beneficios para bajar costo de forma de reasignarlos a las mejoras de la empresa.



### 3.4 Análisis situacional estratégico.

Ilustración 3 Cadena de valor



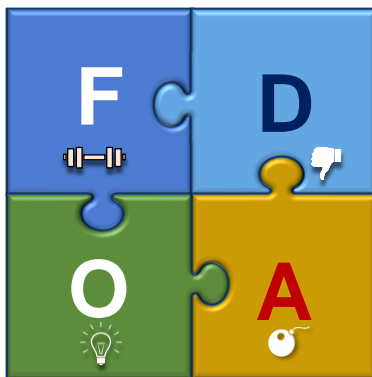
Gerion Chile Spa.



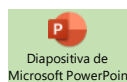


Ilustración 4 Matriz FODA y análisis

**MATRIZ FODA**



	<b>FORTALEZA (+)</b>	<b>DEBILIDADES (-)</b>
<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran manejo técnico de la solución.</li> <li>• Soluciones escalables (excelente product), para los clientes.</li> <li>• Conocimiento a nivel expert de los equipos y las soluciones a los recintos.</li> <li>• Servicio de HH para el estudio de proyectos.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Capacidad de adaptación a los clientes.</li> <li>• Excelente comunicación internacional proveedor fabricante.</li> <li>• Innovación en tecnología.</li> <li>• Calidad en los productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desorganización por departamento</li> <li>• Falta de gestión de procesos, capacitación</li> <li>• Carencia de estrategias y planeación</li> <li>• Gran manejo técnico de la solución</li> <li>• Falta de HH Comercial</li> <li>• Regiones no explotadas</li> <li>• Falta de producto estrella (matriz BCG)</li> <li>• Falta de stock asociado a falta de capital</li> <li>• Organización en gestión de RRHH.</li> <li>• Gestión de marketing (email, flyer, ferias)</li> <li>• Procesos contables inciertos y despreocupados</li> <li>• Servicio al cliente. postventa, (nuevos clientes, mantenimiento de clientes, fidelización)</li> <li>• Misión. Visión, objetivos y metas sin definir</li> </ul>
	<b>OPORTUNIDADES (+)</b>	<b>AMENAZAS (-)</b>
<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos nichos de mercado</li> <li>• Clientes antiguos</li> <li>• Recintos antiguos</li> <li>• Mercado en crecimiento con otros participantes H.A</li> <li>• Aumento de presupuesto de inversión en salud.</li> <li>• Certificaciones internacionales y nacional.</li> <li>• Reuniones con inversionistas</li> <li>• Oportunidades exportaciones por ventas Argentina, Bolivia. Inclusive Perú.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competidores muy fuertes</li> <li>• Precios dominados por la competencia</li> <li>• Disminución de grandes proyectos por falta de estrategias externas</li> <li>• Falta de visión.</li> <li>• Productos sustitutos por unos de menor calidad a un precio muy bajo.</li> <li>• Falta de calidad en las negociaciones.</li> <li>• Más competencia a muy bajo costo.</li> <li>• Estado del arte de los megaproyectos retroalimentación.</li> <li>• Aumento de la inflación que obligue a quiebras de E</li> </ul>



**3.5 Descripción del negocio.**

**3.5.1 Misión.**

Nuestra misión es mejorar la calidad de la atención médica y la experiencia del paciente en hospitales, clínicas y centros geriátricos a través de soluciones



tecnológicas innovadoras y de alta calidad en sistemas de llamado paciente-enfermera. Buscamos ser un socio confiable y comprometido, proporcionando productos y servicios que satisfagan y excedan las expectativas de nuestros clientes.

### 3.5.2 Visión.

Nuestra visión es ser reconocidos como la mejor opción en el mercado de sistemas de llamado paciente enfermera en Chile y seguir expandiendo nuestra presencia en el extranjero. Queremos ser líderes en tecnología y servicio al cliente, manteniéndonos siempre a la vanguardia de las últimas tendencias del mercado socio sanitario.

### 3.5.3 Valores.

**Innovación:** Nos esforzamos por mantenernos a la vanguardia de la tecnología en sistemas de llamado paciente-enfermera, ofreciendo soluciones de última generación que promuevan la eficiencia y la calidad en la atención médica.

**Calidad:** Nos comprometemos a ofrecer productos y servicios de la más alta calidad, asegurando la satisfacción y el éxito de nuestros clientes.

**Integridad:** Actuamos con honestidad y transparencia en todas nuestras relaciones comerciales, manteniendo los más altos estándares éticos y profesionales.

**Responsabilidad social:** Nos preocupamos por el bienestar de nuestras comunidades y nos esforzamos por contribuir al desarrollo sostenible y al progreso de la industria médica.

**Colaboración:** Valoramos el trabajo en equipo y la colaboración con nuestros clientes, empleados y socios comerciales para lograr juntos el éxito.



#### 3.5.4 Descripción del producto/servicio.

El producto principal de Gerión Chile SpA son los suministros y sistemas de llamado para pacientes. Instalación de la red para el sistema, y servicio postventa de mantenimiento preventivo y correctiva, con la mejora interna en su modelo de negocio, se pretende avanzar el proceso de calidad interna para ello se implementará tecnología avanzada en sus procesos de gestión, como un sistema (CRM) y de planificación de recursos empresariales (ERP).

##### 3.5.4.1 Dentro de las mejoras se considera:

Crear gestión, capacitación y consultoría que ayuda a la empresa a identificar y resolver problemas de gestión interna tales como:

- Herramienta de gestión como ERP/ CRM/ OSTICKET
- Diagnóstico y análisis de problemas de gestión interna, con énfasis en el departamento comercial utilizando métricas arrojadas por el software.
- Análisis financiero y contable.
- Capacitación en liderazgo, comunicación y toma de decisiones en todas las áreas de la empresa.
- Consultoría, y seguimiento en el control de gestión para asegurar la adopción de mejores prácticas

#### 3.5.5 Objetivos estratégicos.

##### 3.5.5.1 General(es)

Incrementar la rentabilidad de la empresa en un 10% en los próximos 3 años.

Incrementar la satisfacción de los clientes en un 15% en los próximos 2 años.

Incrementar la productividad de los empleados en un 20% en los próximos 2 años, de un total de 5 años.



Mejorar la imagen de marca en el mercado por medio de ingreso a especificaciones técnicas en el ministerio de salud para las obras futuras.

#### 3.5.5.2 Específico(s)

Implementar un plan de reducción de costos para optimizar la estructura de costos de la empresa. Desarrollar e implementar un programa de capacitación y desarrollo para los empleados, enfocado en mejorar su productividad y habilidades técnicas.

Implementar una estrategia de marketing para mejorar el posicionamiento de la marca en el mercado. Implementar un sistema de retroalimentación de los clientes para mejorar la satisfacción del cliente y la calidad de los productos. Desarrollar e implementar un plan de gestión de talento para atraer, retener y desarrollar a los empleados más talentosos y valiosos de la empresa.

Es importante tener en cuenta que los objetivos estratégicos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo. También es recomendable que se establezcan indicadores de desempeño para medir el progreso en el logro de estos objetivos.

### 3.6 Estrategia de negocios

Esto pasa primeramente por abordar de manera exclusiva todos los problemas de gestión interna que han debilitado a la empresa en su funcionamiento. Tales como escasa tecnología, poca capacitación y retención de trabajadores, perdidas de clientes no atendidos etc., por es necesario implementar herramientas de gestión integrales.

La estrategia de negocios a implementar en la empresa tiene por objetivo una mirada a largo plazo para lograr sus objetivos y metas. Para gerenciar una empresa tanto interna como externamente, se deberán implementar las siguientes estrategias:



#### 3.6.1.1 Establecer objetivos y metas claras

Es importante que la empresa establezca objetivos y metas claras y específicas para poder trabajar hacia ellas de manera eficiente y efectiva. Además, estos objetivos y metas deben ser comunicados de manera clara a todos los empleados para que todos trabajen en la misma dirección.

#### 3.6.1.2 Implementar una cultura organizacional sólida

La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias y normas que rigen el comportamiento de los empleados de una empresa. Una cultura organizacional sólida ayuda a los empleados a tomar decisiones que estén alineadas con los objetivos y metas de la empresa.

#### 3.6.1.3 Desarrollar una estrategia de marketing sólida

: Una estrategia de marketing sólida ayuda a la empresa a comunicar su propuesta de valor a los clientes y a diferenciarse de sus competidores. Esto también puede ayudar a aumentar la lealtad y a atraer nuevos clientes.

#### 3.6.1.4 Implementar tecnologías y procesos eficientes

La implementación de tecnologías y procesos eficientes ayudarán a la empresa a mejorar su productividad y eficiencia, lo que puede llevar a una reducción de costos y a un aumento de la calidad de los productos o servicios.

#### 3.6.1.5 Mantener una buena relación con los clientes

Es importante que la empresa mantenga una buena relación con los clientes para poder entender sus necesidades y ofrecer productos o servicios que satisfagan esas necesidades. Además, una buena relación con los clientes hará que estos se retengan y de paso atraer nuevos clientes.



### **3.7 Ventaja(s) competitiva(s) tangibles e intangibles**

Descripción de la propuesta de valor y ventajas competitivas: La propuesta de valor de se basa en ayudar a las empresas a mejorar su gestión interna y, en consecuencia, su rendimiento y competitividad en el mercado. Las ventajas competitivas de incluyen:

Una ventaja competitiva y elemento diferenciador será la implementación del CRM-ERP.

Enfoque integral: aborda los problemas de gestión interna desde múltiples ángulos, ofreciendo soluciones que incluyen capacitación, consultoría y herramientas de gestión.

Personalización: Los servicios que se implementaran se adaptan a las necesidades específicas de cada empresa, asegurando resultados más efectivos y duraderos.

Experiencia: El equipo que implementaran los cambios cuentan con expertos en gestión empresarial y consultoría con amplia experiencia en diferentes industrias, lo que permite ofrecer soluciones prácticas y comprobadas.

Seguimiento y apoyo: ofrece seguimiento y apoyo continuo a clientes para garantizar la correcta implementación de las soluciones propuestas y fomentar una cultura de mejora continua en la gestión interna.

## **4 Capítulo III: Plan de Marketing**

### **4.1 Modelo de negocio.**

El modelo de negocios representa la Innovación en sistemas de llamado paciente IP Poe, que por medio de una red propietaria se instala y ofrece a sus clientes, primarios gestión clínica y hotelera, así mismo para los clientes secundarios ofrece cumplimiento de la normativa como es la instalación de equipos de comunicación en el recinto de salud. En el caso del cliente final este ofrece una satisfacción por parte del recinto lo que se traduce en una gestión de excelencia bajo normativa.



Todo este modelo debe ser gracias a la mejora interna que deberá proporcionar Gerión Chile de todas y cada una de las herramientas para el logro del cliente externo, pasando por procesos de cambios integrales en la empresa.

## **4.2 Objetivos de *marketing*.**

### 4.2.1 - Objetivos generales.

- Incrementar la cuota de mercado de la empresa
- Incrementar la satisfacción del cliente y la lealtad
- Mejorar la rentabilidad de la empresa
- Mejorar la imagen de marca y la reputación de la empresa

### 4.2.2 - Objetivos específicos.

Departamento de ventas: Incrementar las ventas en un 10% en el próximo trimestre

Departamento de publicidad: Incrementar la visibilidad de la marca en un 20% en los próximos tres meses

Departamento de investigación y desarrollo: Desarrollar y lanzar un nuevo producto en los próximos seis meses

Departamento de atención al cliente: Reducir el tiempo de respuesta a las solicitudes de los clientes en un 30% en los próximos tres meses

Departamento de recursos humanos: Mejorar la satisfacción de los empleados en un 15% en los próximos seis meses mediante la implementación de programas de capacitación y desarrollo profesional.

Es importante que los objetivos sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo de tiempo determinado. Además, deben ser comunicados claramente a todos los departamentos de la empresa para que puedan trabajar en conjunto para alcanzarlos.

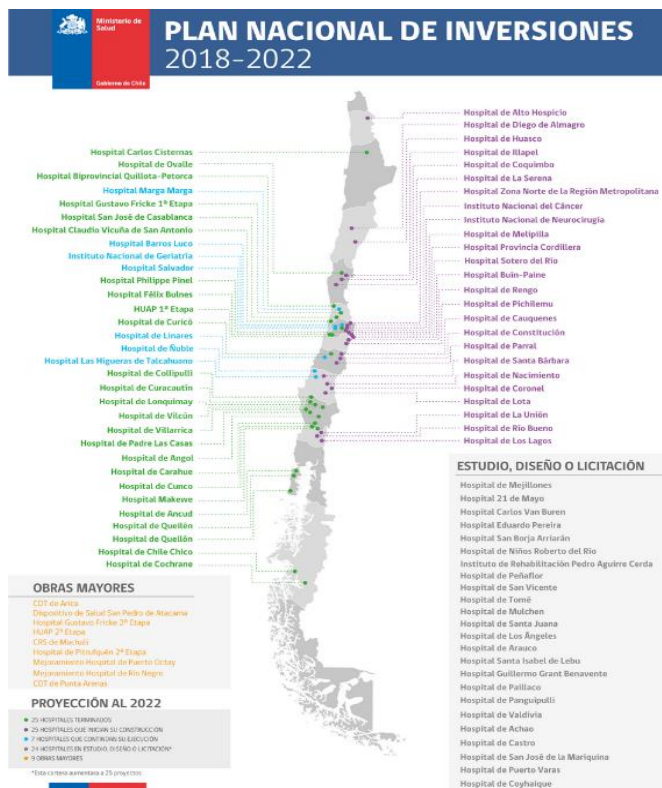


### 4.3 Segmentación de mercado.

#### 4.3.1 - Segmentación geográfica.

Segmentación geográfica: En este caso la empresa tiene por objetivo considerar a nivel de proyectos los que están definidos por el estado conforme al plan de inversiones regionales. Dentro de estos están de norte a sur comenzando por Arica hasta Chiloé. Cada región tiene considerado un gran hospital para una cantidad flotante de población que por lo general se incrementa año a año, se detalla más abajo en la lámina la distribución por ciudades y regiones.

### Ilustración 5 Segmentación geográfica





#### 4.3.2 Segmentación demográfica.

Segmentación demográfica: En este caso la empresa va a considerar esta segmentación en la población que tienen más problemas de salud, ejemplo de ello son los adultos mayores con enfermedades de base y que requieren atención en hospitales o clínicas.

#### 4.3.3 Segmentación psicográfica.

Segmentación psicográfica: **Nota: Sólo hacemos mención dado que el giro y la venta del producto no aplican en estos casos.**

#### 4.3.4 Segmentación conductual.

Segmentación de comportamiento: **Nota: Sólo hacemos mención dado que el giro y la venta del producto no aplican en estos casos.**

### 4.4 Estrategia de Mix de Marketing.

Para aplicar la estrategia del marketing mix en Gerion Chile, se debe considerar cada uno de los cuatro elementos del marketing mix: producto, precio, promoción y plaza. A continuación, se detallan algunas posibles acciones que se podrían tomar en cada uno de estos elementos:

**Producto:** Gerion podría buscar mejorar la calidad de sus productos o servicios, diversificar su línea de productos y servicios, o mejorar la experiencia del cliente. Podrían explorar opciones como la implementación de nuevos servicios, la personalización de sus productos para satisfacer las necesidades específicas de sus clientes, y la mejora de la experiencia del cliente a través de la capacitación de su personal, análisis de los productos de la competencia por medio de las licitaciones en las que se participan para buscar las debilidades de la competencia y mostrar la como un argumento diferenciador de peso.

**Precio:** Gerion podría establecer precios mucho más competitivos en función del valor que ofrece su producto o servicio en este momento, ofrecer descuentos en paquetes o a través



de programas de fidelización, o implementar estrategias de precios dinámicos que se adapten a las fluctuaciones del mercado. También podría explorar opciones como la implementación de estrategias de precios psicológicos para influir en las percepciones de los clientes sobre el valor de sus productos.

Promoción: Gerion podría utilizar diferentes estrategias de promoción como publicidad en medios tradicionales y digitales, relaciones públicas y marketing de contenidos para promocionar sus productos o servicios. También podrían hacer uso de técnicas de marketing de influencia, marketing de guerrilla y marketing de eventos para llegar a un público más amplio y captar la atención de los clientes potenciales. aun cuando el mercado es reducido la idea es llegar a las personas precisas con una estrategia de publicidad.

Plaza: Gerion podría mejorar la accesibilidad de sus productos o servicios a través de la implementación de nuevas formas de distribución como la venta por medio de los integradores en regiones que nos ayuden con tiempos de respuestas. En el caso de los integradores que sería una especie de subdistribuidores estos estarían también fuera de Chile en los países mencionados anteriormente como un apoyo a la gestión.



## 4.5 Formulación de Matriz de ANSOFF.

### Ilustración 6 Formulación de matriz ansoff

**Empresa:** Gerión Chile  
**Fecha:** 16/04/2023

La matriz Ansoff es una herramienta estratégica que ayuda a las empresas a identificar las diferentes opciones de crecimiento disponibles y decidir cuál es la mejor estrategia para alcanzar sus objetivos.

Matriz de Ansoff

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	<p><b>Penetración de mercado:</b>            Al aumentar su participación en el mercado actual, la empresa podría aprovechar su experiencia y conocimientos existentes para ofrecer nuevos productos o servicios a sus clientes actuales</p>	<p><b>Desarrollo de nuevos productos relacionados</b>            Además de priorizar la línea de negocios actuales Gerion Chile crear nuevos productos por intermedio de la fábrica que aporten valor a los clientes de los recintos en Chile, ejemplo asignación de camas para recintos que ocupan los productos por medio de HIS.</p>
	NUEVOS	<p><b>Desarrollo de mercado</b>            Gerion podría considerar la opción de explorar nuevos mercados regionales o internacionales para sus productos actuales, lo que podría permitirle aumentar su base de clientes y expandir su presencia global.</p>	<p><b>Diversificación</b>            Explorar oportunidades en productos o servicios que no están relacionados con la línea de negocio actual. Esta opción no parece ser relevante en este caso.</p>



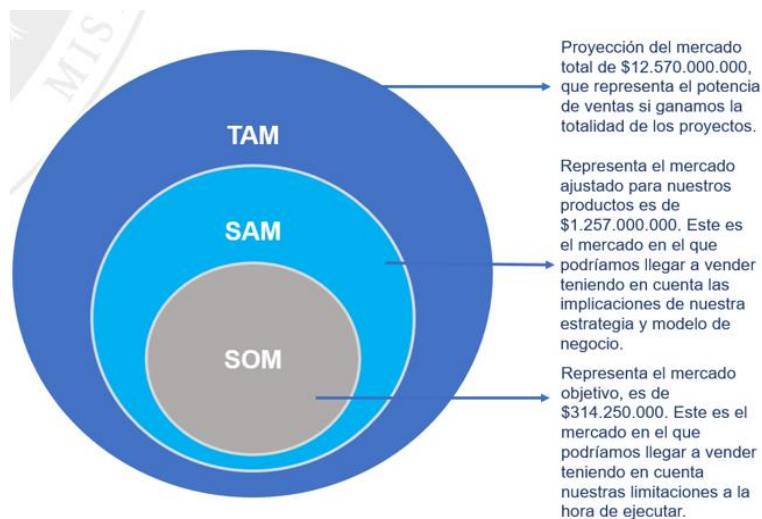
#### 4.6 Estimación de demanda y pronóstico de ventas.

Tabla 1 Demanda <sup>10</sup>

TAM	
Cientes totales (proyectos)	30
Cantidad Promedio Ventas	\$ 419.000.000
Tam (Mercado Total)	\$12.570.000.000

SAM	
N° Clientes potenciales	30
Porcentaje de Clientes	3
Clientes anuales por realizar	10%
Monto total de Mercado disponible	\$12.570.000.000
Monto anual estimado	\$ 1.257.000.000

SOM	
SAM	\$ 1.257.000.000
% de mercado a capturar en un período tiempo	25%
Resultado del Periodo (4 meses)	\$ 314.250.000



<sup>10</sup> El artículo de Lais Silva explica el significado y el cálculo de tres métricas importantes en la investigación de mercado y la estrategia empresarial: el TAM (Mercado Total Disponible), el SAM (Mercado Disponible Servido) y el SOM (Participación de Mercado Objetivo).



**Tabla 2 Pronóstico de ventas**

Periodo	Año	Venta en unidades	Cambio Absoluto	Incremento porcentual
1	2018	480	480	
2	2019	600	120	25%
3	2020	750	150	25%
4	2021	937	187	25%
5	2022	1171	234	25%
1	2023	1464	293	25%
2	2024	1757	293	20%
3	2025	2108	351	20%
4	2026	2635	527	25%
5	2027	3294	659	25%

$\sum Abs$

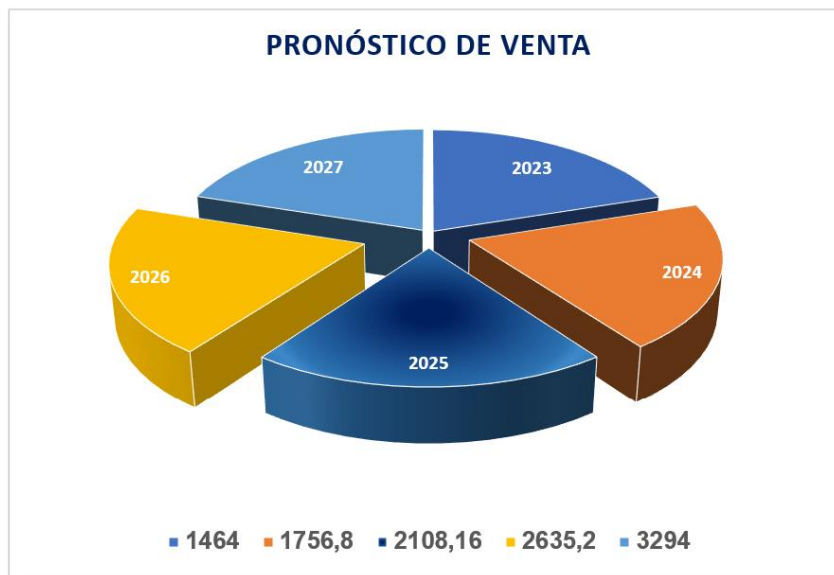
1171      100%

Promedio  
Absoluto  
2023

293      25%

1464      1464

**Ilustración 7 Gráfica de pronóstico de ventas**





#### 4.7 Presupuesto de marketing.

La cantidad de recursos que se destinarían para marketing dependerá de la estrategia y objetivos específicos de Gerion, pero se piensa en este gasto como diferentes gastos que serán de muchas presentaciones en ferias nacional como expo hospitalaria. Así mismo otras ferias en Argentina, Brasil, Perú. La idea es abordar el público objetivo específico, además de todo aquello revisar recursos de mejoras en el departamento de marketing con su personal entrenado y capacitado para buscar las mejores alternativas de crecimiento.

### 5 Capítulo IV: Plan de Operaciones

#### 5.1 Mapa de procesos de la empresa.

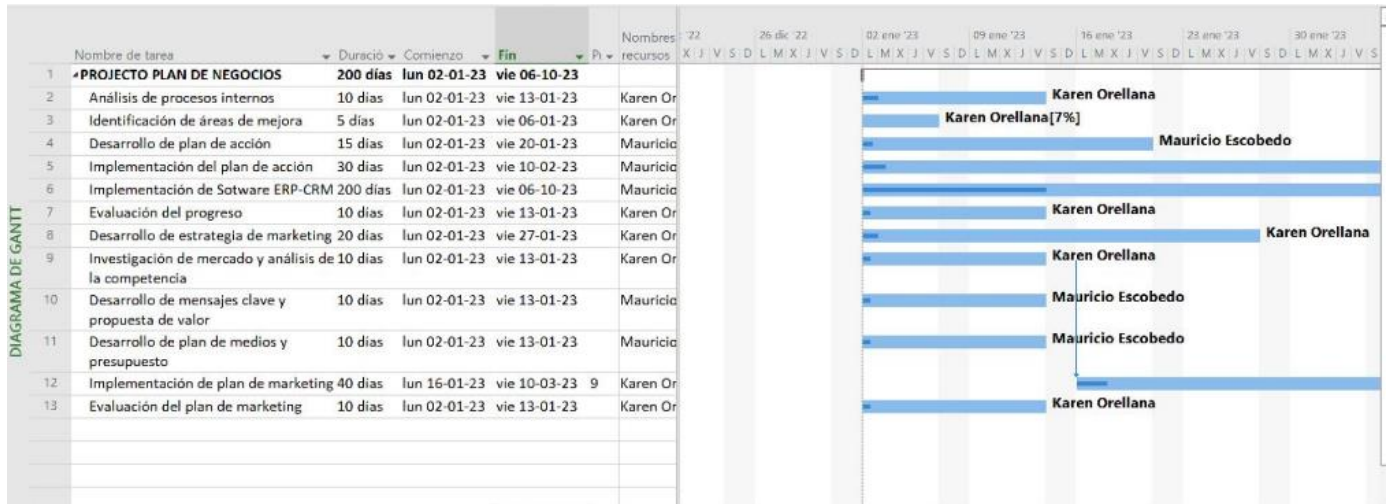
Ilustración 8 Matriz de procesos





## 5.2 Actividades de implementación (Carta Gantt).

Ilustración 9 Carta Gantt





### 5.3 Presupuesto de operaciones.

**Tabla 3 Presupuesto de operaciones**

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO
<b>Datos</b>													
<b>Total</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>84.252.781</b>	<b>1.011.033.372</b>
<b>Costo de ventas</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>30.112.439</b>	<b>361.349.268</b>
<b>Beneficio Bruto</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>54.140.342</b>	<b>649.684.104</b>
<b>Costos Variables</b>													
Sueldos	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	27.000.000
Transporte	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	4.200.000
Flete	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	7.200.000
Impuestos de Aduana	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	\$ 1.806.746	21.680.956
Honorarios de Agente de Aduana	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	\$ 777.373	9.328.478
Almacenamiento	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	7.200.000
Otros													0
Costos Variables	\$ 485.654	\$ 474.597	\$ 526.869	\$ 463.543	\$ 526.957	\$ 558.604	\$ 550.835	\$ 529.676	\$ 577.160	\$ 587.318	\$ 626.184	\$ 621.793	6.529.191
Total costos	\$ 7.319.774	\$ 7.308.716	\$ 7.360.988	\$ 7.297.663	\$ 7.361.076	\$ 7.392.724	\$ 6.484.954	\$ 6.463.796	\$ 6.511.280	\$ 6.521.438	\$ 6.560.304	\$ 6.555.913	83.138.625
<b>Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)</b>	<b>46.820.568</b>	<b>46.831.626</b>	<b>46.779.354</b>	<b>46.842.679</b>	<b>46.779.266</b>	<b>46.747.618</b>	<b>47.655.388</b>	<b>47.676.546</b>	<b>47.629.062</b>	<b>47.618.904</b>	<b>47.580.038</b>	<b>47.584.429</b>	<b>566.545.479</b>
Margen (Beneficio en %)													56%
<b>Costos Fijos</b>													
Sueldos	\$ 18.033.139	\$ 17.976.845	\$ 18.715.704	\$ 19.052.929	\$ 19.124.179	\$ 19.124.179	\$ 20.766.358	\$ 20.956.053	\$ 21.012.347	\$ 21.820.680	\$ 21.820.680	\$ 21.820.680	240.223.773
Alquiler	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	1.200.000
Electricidad, calefaccion, agua	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	1.440.000
Preparacion y mantenimiento	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	600.000
Limpieza	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	4.440.000
Mantenimiento de vehiculo	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	2.760.000
Costos de traslado	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	360.000
Insumos de Oficina/Telefono	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	480.000
Telefono Móvil	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	420.000
Coneción a Internet	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	504.000
Subscripción pagina web/hosting o actualización	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	144.000
Marketing/Publicidad	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	30.331.001
Gastos de reunión	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	480.000
Literatura Técnica	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	480.000
Seguros	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 15.780	\$ 15.780	\$ 15.780	\$ 15.780	\$ 15.780	\$ 15.780	236.700
Subscripciones	\$ 239.999	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	2.879.999
Gastos de Capacitación	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	9.463.872
Equipos de informática /implementación TI	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	10.800.000
Gastos de Leasing	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0
Gastos menores	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	480.000
contador	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	1.200.000
Abogado	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	1.800.000
otras consultorias	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	13.200.000
Gastos inesperados 5% de costos fijos	\$ 668.511	\$ 668.512	\$ 668.512	\$ 668.512	\$ 668.512	\$ 668.512	\$ 670.025	\$ 682.521	\$ 682.521	\$ 682.521	\$ 682.521	\$ 682.521	8.093.700
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>27.369.214</b>	<b>27.312.922</b>	<b>28.051.781</b>	<b>28.389.006</b>	<b>28.460.256</b>	<b>28.460.256</b>	<b>26.718.746</b>	<b>26.920.938</b>	<b>26.977.232</b>	<b>27.785.565</b>	<b>27.785.565</b>	<b>27.785.565</b>	<b>332.017.045</b>
<b>Resultado antes de Interés y Depreciación/Amortización</b>	<b>19.451.354</b>	<b>19.518.704</b>	<b>18.727.573</b>	<b>18.453.673</b>	<b>18.319.010</b>	<b>18.287.362</b>	<b>20.936.642</b>	<b>20.755.608</b>	<b>20.651.831</b>	<b>19.833.340</b>	<b>19.794.474</b>	<b>19.798.864</b>	<b>234.528.433</b>
<b>Intereses</b>													
Intereses - préstamo bancario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses - facilidad de sobregiro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros intereses	271.012	271.012	271.012	271.012	271.012	271.012	271.012	271.012	271.012	271.012	271.012	271.012	3.252.143
<b>Total Intereses</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>271.012</b>	<b>3.252.143</b>
<b>Amortización / Depreciación</b>													
Amortización/Depreciación Vehículo	142.857	142.857	142.857	142.857	142.857	142.857	142.857	142.857	142.857	142.857	142.857	142.857	1.714.286
Software, computadores	108.333	108.333	108.333	108.333	108.333	108.333	108.333	108.333	108.333	108.333	108.333	108.333	1.300.000
Otros Mobiliario	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667	2.000.000
Otros													0
<b>Total Depreciación</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>417.857</b>	<b>5.014.286</b>
<b>Costos Fijos - Intereses y Depreciación:</b>	<b>26.680.345</b>	<b>26.624.053</b>	<b>27.362.912</b>	<b>27.700.137</b>	<b>27.771.387</b>	<b>27.771.387</b>	<b>26.029.877</b>	<b>26.232.069</b>	<b>26.288.363</b>	<b>27.096.696</b>	<b>27.096.696</b>	<b>27.096.696</b>	<b>323.750.616</b>
<b>Beneficio Neto (B - Costos Fijos - Interes y Depre</b>	<b>18.762.485</b>	<b>18.829.835</b>	<b>18.038.704</b>	<b>17.764.804</b>	<b>17.630.141</b>	<b>17.598.493</b>	<b>20.247.773</b>	<b>20.066.739</b>	<b>19.962.961</b>	<b>19.144.470</b>	<b>19.105.605</b>	<b>19.109.995</b>	<b>226.262.004</b>
Impuesto a la renta 25%	4.690.621	4.707.459	4.509.676	4.441.201	4.407.535	4.399.623	5.061.943	5.016.685	4.990.740	4.786.118	4.776.401	4.777.499	56.565.501
<b>Beneficio Neto</b>	<b>14.071.864</b>	<b>14.122.376</b>	<b>13.529.028</b>	<b>13.323.603</b>	<b>13.222.605</b>	<b>13.198.870</b>	<b>15.185.830</b>	<b>15.050.054</b>	<b>14.972.221</b>	<b>14.358.353</b>	<b>14.329.203</b>	<b>14.332.497</b>	<b>169.696.503</b>
<b>Margen de Beneficio en % NETO</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>



## **6 Capítulo V: Plan de Recursos Humanos**

### **6.1 Estructura organizacional de la empresa.**

A continuación, se describen algunos de los cargos comunes y sus dependencias jerárquicas:

1. Director General o CEO: Es el máximo responsable de la empresa y tiene la responsabilidad de tomar las decisiones estratégicas y de gestionar los recursos de la empresa. Reporta directamente a la junta directiva o consejo de administración.
2. Gerentes de área o departamento: Son responsables de la gestión de las diferentes áreas o departamentos de la empresa, como finanzas, recursos humanos, marketing, entre otros. Reportan directamente al CEO o director general.
3. Supervisores o jefes de equipo: Son responsables de supervisar el trabajo de un equipo de empleados y de asegurarse de que se cumplan los objetivos y metas establecidos. Reportan directamente a los gerentes de área o departamento.
4. Empleados: Son los trabajadores que realizan las tareas diarias de la empresa y que contribuyen al logro de los objetivos y metas establecidos. Reportan directamente a sus supervisores o jefes de equipo.

### **6.2 Estructura funcional de la empresa.**

La compañía, tiene la siguiente estructura funcional.

Dirección General o Gerencia General: Dentro de sus funciones encontramos Definición de la estrategia empresarial, Representación de la empresa, Toma de decisiones, Liderazgo y dirección, Gestión financiera y Desarrollo de relaciones estratégicas.

Niveles Gerenciales



Departamento de Finanzas: Dentro de sus funciones se encuentran, Planificación y control financiero, Elaboración de informes financieros, Análisis financiero, Gestión de riesgos financieros, Gestión de la tesorería y Gestión de impuestos y cumplimiento legal.

Departamento Tecnología de la Información. Dentro de sus funciones se encuentran; Definición de la estrategia tecnológica, Administración de los recursos tecnológicos, Gestión de proyectos tecnológicos, Investigación y desarrollo tecnológico, Gestión de la seguridad de la información y Gestión del equipo de tecnología.

Departamento Comercial. Dentro de sus funciones se encuentran; Planificación estratégica, Desarrollo de productos y servicios, Investigación de mercado y Gestión de ventas.

Departamento de Operaciones. Dentro de sus funciones están Planificación y control de la producción, Gestión de la cadena de suministro, Control de calidad y Gestión Costos.

Niveles de Jefatura.

Departamento de Contabilidad dependiente de la Gerencia de Finanzas. Dentro de sus funciones se encuentran, Registro y clasificación de transacciones financieras, Preparación de estados financieros, Análisis financiero, Gestión de la tesorería, Gestión de impuestos y Gestión de la auditoría. Subdepartamentos, Tributario y SII.

Departamento de RRHH dependiente de la Gerencia de Finanzas. Subdepartamento dentro de funciones encontramos, Selección y contratación de personal, Gestión del desempeño, Desarrollo y capacitación del personal, Gestión de compensaciones y beneficios, Gestión de la cultura y el clima organizacional y Gestión de las relaciones laborales.

Prevención de riesgos; elaborar procesos y procedimiento para ingresos a las obras y los procedimientos internos de la empresa Gerión Chile.

Departamento de proyectos dependiente de la Gerencia de Informática, Desarrollo y mantenimiento de sistemas de información, Gestión de la seguridad informática, Gestión



de la infraestructura tecnológica, Desarrollo y gestión de la estrategia tecnológica, Implementar software de gestión ERP-CRM, Osticket, Plataforma web. AutoCAD.

Subdepartamento, jefe de Obra, Instaladores, jefe de obra debe acompañar en las instalaciones a los grupos de trabajo, supervisar, relacionarse con cargo en obra.

Departamento de mantenimiento dependiente de la gerencia de informática. Dentro de sus funciones control y seguimiento de los clientes por medio de Osticket, Postventa, fidelización de clientes.

Subdepartamento, servicio técnico en terreno y en oficina,

Departamento ventas, dependiente de la gerencia Comercial. Uso de CRM, Fidelización de Clientes, Ventas, presentaciones, Prospección de clientes, Desarrollo de relaciones con clientes, Presentación y demostración de productos o servicios, Negociación y cierre de ventas y Gestión de la cartera de clientes

Subdepartamento, Latam, Distribuidores, Ejecutivos comerciales.

Departamento de marketing, dependiente de la gerencia comercial. Dentro de sus funciones, Investigación de mercado, Desarrollo de estrategias de marketing, Implementación de campañas de marketing, Medición y análisis de resultados de marketing, Gestión de la marca. Subdepartamento diseño, merchandising, publicidad.

### **6.3 Estructura legal de la empresa.**

En consideración a la estructura legal Gerión Chile SpA, cuanta con personalidad jurídica otorgada por la Notaria Santos en Santiago.



Datos de la empresa.

Ingeniería y Ejecución de Proyectos y Comercializadora de productos Gerión Chile SpA.

Sociedad por acciones,

Rut: 76.852.521-8

Giro: ingeniería

Actividad Económica. Actividades de consultoría de informática y gestión de instalaciones informáticas.

### Segmento microempresas

Es una organización con fines de lucro para generar ganancias y riquezas para sus socios u accionistas. Está conformada por 1 solo accionista hasta el momento que tiene un 100% de la participación en la empresa.

#### 6.3.1.1 El objeto social:

La prestación de servicios de ingeniería en obras civiles, asesorías e inspecciones técnicas en obras civiles y ejecución de obras menores y mayores de construcción, pudiendo, para su concreción, y sin que la enunciación que a continuación se señala sea taxativa, realizar las siguientes actividades o giro:

Podrá realizar, por si o por medio de tercero, los cálculos de ingeniería relacionados con la ejecución proyectos de ingeniería eléctrica, corrientes débiles e informáticos.

Realizar, concursar y proponer los servicios de asesorías e inspecciones técnicas de obras de proyectos relacionados con los giros anteriormente señalados, ejecutarlos por sí o por terceros bajo su responsabilidad.

Podrá administrar proyectos y contratos de obras relacionadas con los giros anteriormente señalados.



Podrá realizar proyectos inmobiliarios, ejecutarlos e invertir recursos propios o ajenos o aportar con trabajo, pudiendo para la consecución de este giro adquirir o enajenar todo tipo de bienes, particularmente bienes inmuebles y derechos asociados a ellos.

Podrá comercializar los servicios y obras ya descritos, pudiendo obtener para ello nombres, marcas y patentes comerciales o industriales, publicitarlos como medio de oferta; y obtener toda la protección que establece la ley por su nombre, marca, patentes comerciales o industriales, así como la publicidad asociada.

Podrá adquirir en dominio o en posesión; tener a título de mera tenencia, enajenar y gravar, todo tipo de bienes inmuebles, o muebles relacionados con la consecución del objeto social y sus giros, pudiendo recaer este giro, entre otras cosas, sobre vehículos motorizados, maquinarias, e insumos relacionados al objeto.

Podrá participar como socio o invertir en otras sociedades relacionadas al objeto.

Podrá, en general, realizar cualquier acto jurídico, principal o complementario, al objeto y giro social incluyendo todas aquellas que en la cláusula siguiente se expresan.

Podrá además prestar estos servicios para el Estado, municipalidades, empresas del Estados, servicios públicos, fiscales o semifiscales y particulares, nacionales o extranjeros.

Podrá prestar sus servicios en todo el territorio nacional de Chile o en el extranjero, pudiendo usar todo beneficio tributario y legal para ello.

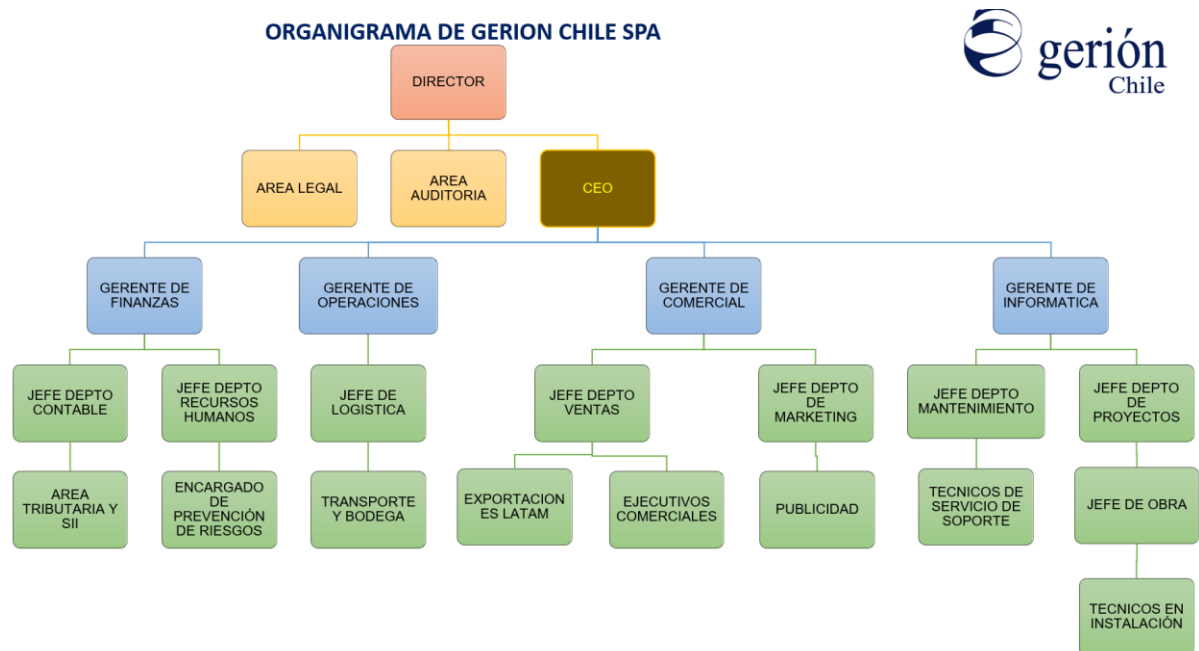
La comercialización, distribución, compra, venta directa o cualquier modo de venta, en especial vía electrónica, permuta, consignación, acopio, arrendamiento, fabricación, traslado, importación, exportación de toda clase de equipos médicos, eléctricos, electrónicos, maquinarias electromecánicas, hidráulicas, y otros, por cuenta propia o ajena, de propiedad de la sociedad o de terceros, la representación de empresas nacionales y extranjeras y demás relacionadas, en la actualidad o en el futuro o que los socios acuerden.



Ventas de derechos o acciones: Gerión Chile está abierta a la venta de acciones en función de su apertura a la misma. Por el momento no está disponible esa posibilidad.

## 6.4 Organigrama de la empresa.

Ilustración 10 Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia

## 6.5 Dotación de personal.

La Gerion Chile la dotación de personal es un proceso importante para asegurarse de contar con el personal adecuado y con las habilidades y competencias necesarias para cumplir con los objetivos de la empresa. A continuación, te presento los pasos que seguiremos para elaborar estos requerimientos y perfiles:

El primer paso es identificar las necesidades de personal de la empresa, incluyendo los puestos vacantes, los nuevos puestos necesarios las necesidades presentes y futuras.

Definir los objetivos de los puestos:



Definir los objetivos, responsabilidades y tareas de los puestos, para asegurarte de que los candidatos tengan las habilidades y competencias necesarias para cumplir con los objetivos. Identificar los requisitos de los puestos, incluyendo la experiencia, la formación, las habilidades y las competencias necesarias para desempeñar adecuadamente el puesto.

## **6.6 Perfiles de cargo.**

Perfiles del cargo que se utilizarán en Gerión.

Tomando como referencia la matriz de perfil de cargo de Chiavenato nos muestra un enfoque detallado y completo. Gerión Chile tomará como punto central para que se cubran todas las áreas importantes del perfil de cargo y que se recojan suficientes datos para describir de manera precisa y completa el cargo.



A continuación, una tabla para revisar procedimientos:

<b>DESCRIPCIÓN DE CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Gerente General
<b>Área</b>	Administración General
<b>REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<b>Formación académica</b>	Ingeniero en Adm. Empresas o Ingeniería Comercial
<b>Años de experiencia en cargo similar</b>	5 Años
<b>Aptitudes específicas en otras áreas que complementen su función</b>	Tecnología de la información, Marketing, gestión de proyectos, negociación y resolución de conflictos, y comunicación y relaciones públicas.
<b>Lugar de trabajo</b>	Oficina Comercial
<b>Remuneración</b>	3.500.000-
<b>OBJETIVO</b>	
Es encargado de liderar la empresa hacia el éxito a largo plazo, mediante una gestión eficaz de los recursos humanos, financieros y operativos. Su labor es asegurarse de que la empresa sea rentable y satisfaga a sus clientes, al mismo tiempo que cumpla con las leyes y regulaciones. Además, el Gerente General debe buscar nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo, mantener relaciones sólidas con los empleados y otras partes interesadas, fomentar una cultura empresarial positiva y promover altos estándares de ética y responsabilidad social..	
<b>PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO</b>	
Es el líder ejecutivo de la organización y tiene la responsabilidad general de supervisar y mejorar el rendimiento de la empresa en su conjunto..	
<b>PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO</b>	
Tomar decisiones estratégicas, establecer los objetivos y metas de la empresa y supervisar su implementación a través de las diferentes áreas y departamentos de la organización.	
<b>RELACIONES INTERNAS</b>	
Garantiza relaciones laborales armoniosas con los empleados y los representantes de cada área.	
<b>RELACIONES EXTERNAS</b>	
Establecer y mantener relaciones sólidas con clientes, proveedores y otros socios comerciales	
<b>RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO</b>	
Su responsabilidad es liderar la empresa hacia el logro de sus objetivos y metas estratégicas. Para ello, debe supervisar la gestión financiera y operativa, establecer políticas y procedimientos, desarrollar relaciones sólidas con clientes, proveedores y otras partes interesadas, comunicar y representar la empresa, identificar oportunidades de crecimiento y desarrollo, monitorear el desempeño y tomar decisiones estratégicas. Se espera que tenga una amplia experiencia y habilidades de liderazgo para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en un entorno empresarial cambiante.	



<b>DESCRIPCIÓN DE CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Jefe de Administración y Finanzas
<b>Área</b>	Administración y Contabilidad
<b>REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<b>Formación académica</b>	Auditoría, Ingeniero en Administración de Empresas Finanzas y Control de Gestión.
<b>Años de experiencia en cargo similar</b>	5 Años
<b>Aptitudes específicas en otras áreas que complementen su función</b>	Tecnología de la información, Marketing, gestión de proyectos, negociación y resolución de conflictos, y comunicación y relaciones públicas.
<b>Lugar de trabajo</b>	Oficina Comercial
<b>Remuneración</b>	2.500.000-
<b>OBJETIVO</b>	
Objetivos específicos de acuerdo a las metas y el objetivo de crecimiento, garantizar que la empresa sea rentable y genere ingresos consistentes y sostenibles a largo plazo reduciendo costos	
<b>PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO</b>	
Supervisar y revisar la gestión y operación financiera del Analista Cobranza y Analista de Contabilidad. Lo que incluye la gestión de los flujos de efectivo, la administración de los activos y pasivos financieros y la supervisión de las operaciones bancarias y de inversión.	
<b>PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO</b>	
Responsable de la gestión financiera de la empresa, lo que implica la elaboración y supervisión del presupuesto, la supervisión del desempeño financiero y la toma de decisiones financieras estratégicas.	
<b>RELACIONES INTERNAS</b>	
Trabaja en estrecha colaboración con otros líderes y departamentos de la empresa para garantizar que se alcancen los objetivos financieros y estratégicos de la empresa.	
<b>RELACIONES EXTERNAS</b>	
trabaja en estrecha colaboración con proveedores, clientes, bancos e instituciones financieras, agencias de aduanas.	
<b>RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO</b>	
Es responsable de liderar la empresa hacia el logro de los objetivos y metas estratégicas, supervisando la gestión financiera y operativa, estableciendo políticas y procedimientos, desarrollando relaciones con clientes, proveedores y otras partes interesadas, comunicando y representando la empresa, identificando oportunidades de crecimiento y desarrollo, monitoreando el desempeño y tomando decisiones estratégicas.	



DESCRIPCIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Gerente Comercial
Área	Venta Bodega y Distribucion
REQUISITOS DEL CARGO	
Formación académica	Auditoria, Ingeniero en Logistica, Ingeniero Comercial
Años de experiencia en cargo similar	5 Años
Aptitudes específicas en otras áreas que complementen su función	Tecnología de la información, Marketing, gestión de proyectos, negociación y resolución de conflictos, y comunicación y relaciones públicas.
Lugar de trabajo	Oficina Comercial
Remuneración	2.500.000-
OBJETIVO	
Es liderar y gestionar el equipo de ventas y distribución de la empresa para garantizar el logro de los objetivos de venta y distribución, la mejora de la eficiencia en la distribución, la satisfacción del cliente, el desarrollo y liderazgo del equipo y la gestión financiera efectiva	
PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO	
Rol de liderazgo que combina responsabilidades en las áreas comerciales y operativas. de identificar oportunidades de mercado, la definición de objetivos de ventas, la elaboración de planes de ventas efectivos y la supervisión del rendimiento del equipo de ventas. supervisar la gestión de la bodega, Gestión de la cadena de suministro, Supervisión del servicio al cliente.	
PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO	
Planificación y ejecución de estrategias de ventasa, definición de objetivos de ventas y operaciones, la elaboración de planes de ventas efectivos, gestión de inventarios, la supervisión de la recepción y envío de productos y la supervisión de la seguridad y mantenimiento de la bodega. optimización de los procesos de compras, la gestión de los proveedores y la supervisión de la distribución.	
RELACIONES INTERNAS	
Debe trabajar en estrecha colaboración con otros departamentos de la empresa, como el equipo de Administración y finanzas, Agencia de Aduanas , para garantizar una gestión integrada y eficiente	
RELACIONES EXTERNAS	
Desarrollar relaciones claves con clientes estrategicos y con los proveedores.	
RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO	
Es reponsable de desarrollar e implementar políticas y procedimientos para garantizar la eficiencia y eficacia de las operaciones comerciales y operativas los procesos de atención al cliente, la resolución de problemas y la identificación de oportunidades para mejorar la experiencia del cliente y proveedores. Establecer objetivos claros, proporcionar orientación y apoyo, y promover un ambiente de trabajo colaborativo y efectivo	



<b>DESCRIPCIÓN DE CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Gerente de Informática
<b>Área</b>	Tecnología de la Información
<b>REQUISITOS DEL CARGO</b>	
<b>Formación académica</b>	Ingeniería en Informática, Ingeniería en Sistemas, Licenciatura
<b>Años de experiencia en cargo similar</b>	5 Años
<b>Aptitudes específicas en otras áreas que complementen su función</b>	Gestión de Proyectos, Comunicación y Relaciones Públicas, y Liderazgo de Equipos..
<b>Lugar de trabajo</b>	Oficina Informática
<b>Remuneración</b>	A convenir
<b>OBJETIVO</b>	
El objetivo del Gerente de Informática es liderar y gestionar el área de Tecnología de la Información de la empresa, garantizando la disponibilidad, seguridad y eficiencia de los sistemas y servicios informáticos, y el desarrollo y liderazgo del equipo de TI.	
<b>PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO</b>	
El Gerente de Informática tiene un rol de liderazgo que combina responsabilidades en las áreas técnicas y de gestión. Entre sus principales funciones se encuentra la definición de la estrategia y planificación de TI, la supervisión de la implementación y mantenimiento de sistemas y servicios informáticos, y la gestión de proyectos de TI. Además, debe liderar y desarrollar al equipo de TI y asegurar el cumplimiento de los estándares de seguridad y calidad.	
<b>PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO</b>	
Las principales tareas del Gerente de Informática incluyen la definición de la estrategia y planificación de TI, la supervisión de la implementación y mantenimiento de sistemas y servicios informáticos, la gestión de proyectos de TI, la gestión de presupuestos y recursos de TI, y la evaluación y selección de proveedores de TI. También debe liderar y desarrollar al equipo de TI y asegurar el cumplimiento de los estándares de seguridad y calidad..	
<b>RELACIONES INTERNAS</b>	
debe trabajar en estrecha colaboración con otros departamentos de la empresa, como el equipo de Administración y Finanzas, el equipo de Desarrollo de Productos y el equipo de Servicio al Cliente, para garantizar una gestión integrada y eficiente de los sistemas y servicios informáticos.	
<b>RELACIONES EXTERNAS</b>	
Es responsabilidad del Gerente de Informática establecer relaciones con proveedores de TI, y participar en asociaciones y grupos de trabajo relacionados con la tecnología de la información.	
<b>RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO</b>	
Es responsable de desarrollar e implementar políticas y procedimientos para garantizar la eficiencia y eficacia de los sistemas y servicios informáticos, asegurar la disponibilidad, seguridad y privacidad de la información de la empresa, y liderar y desarrollar al equipo de TI. También debe proporcionar orientación y apoyo a otros departamentos de la empresa en el uso de tecnologías de la información, y promover un ambiente de trabajo colaborativo y efectivo.	



Para cualquier otro cargo se utilizará a misma plantilla anterior con fines prácticos de ingresos de perfiles de cargo considerando cada función de trabajadores.

## **6.7 Políticas de la empresa**

### **6.7.1 Política de reclutamiento.**

El reclutamiento comienza, a partir de la información respecto de las necesidades presentes y futuras de los recursos humanos de la organización, el objetivo básico del reclutamiento es el abastecer el proceso selectivo de su materia prima, es decir, los mejores candidatos, para Gerión.

El reclutador no solo debe ver las necesidades del cargo, sino además las características que debe poseer la persona que lo desempeñe, a través de la descripción del cargo, con el objeto de determinar el perfil adecuado.

#### **6.7.1.1 Las etapas del reclutamiento son:**

- Investigación interna sobre las necesidades: buscar al interior de la organización si existe el recurso humano que se requiere, por lo general se deberá evaluar el comportamiento, el interés por la empresa, proactividad etc.
- Investigación externa del mercado: buscar fuera de la organización el candidato adecuado para la vacante solicitada, lo ideal es que trabaje en el sector socio-sanitario para evitar tener que fortalecer inducciones innecesarias.
- Definición de las técnicas de reclutamiento que se utilizarán: determinar el tipo de técnicas de reclutamiento que se utilizarán para encontrar al candidato idóneo. El encargado de recursos humanos deberá aplicar estas técnicas de modo de buscar las mejores alternativas de largo plazo.

#### **6.7.1.2 Los medios de reclutamiento son:**

Reclutamiento interno: cuando la organización cubre sus vacantes con sus propios empleados, ya sea por transferencia de personal o ascenso. Este es el mejor caso para Gerión debido a los niveles de inversión en capacitación.



Reclutamiento externo: cuando se busca fuera de la organización a los candidatos que cubrirán la vacante solicitada, a través de diversas técnicas de reclutamiento. Debe realizarse solo en casos necesarios que tengan una necesidad sostenible.

Reclutamiento mixto: es la combinación del reclutamiento interno y externo. Al cubrir la vacante solicitada con personal de la organización, se necesitará cubrir la vacante del colaborador interno con un candidato externo. Este tipo de reclutamiento es poco común.

#### 6.7.1.3 La segmentación de reclutamiento será:

Cada segmento del mercado tiene características propias, atiende a distintas demandas, tiene diferentes expectativas y aspiraciones, utiliza medios específicos de comunicación y, por lo tanto, se debe abordar de manera diferente.

En el caso de Gerencias, se utilizan medios como LinkedIn, el diario El Mercurio y agencias de reclutamiento. Para el caso de las Jefaturas, se utilizan los mismos requisitos que para las Gerencias. En el caso de los cargos técnicos y ayudantes, se utilizan medios en línea como trabajando.com y empresas de reclutamiento.

#### 6.7.1.4 Medios de reclutamiento.

Se ha comprobado ya que las fuentes de reclutamiento son las áreas del mercado de recursos humanos explorados por los mecanismos de reclutamiento. Es decir, el mercado de recursos humanos presenta diversas fuentes que la empresa debe identificar y localizar con el propósito de atraer candidatos que suplan sus necesidades, a través de múltiples técnicas de reclutamiento.

Para elaborar una política de reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación y remuneraciones, es necesario definir los objetivos y principios, identificar los requisitos de los puestos, definir los canales de reclutamiento y los procesos de selección, contratación, inducción, capacitación y remuneración, comunicar la política a los empleados y revisar y



actualizar regularmente la política. Al hacerlo, se podrá garantizar que la empresa cuente con el personal adecuado, motivado y capacitado para alcanzar sus objetivos.

#### 6.7.2 - Política de selección. corregido

Las evaluaciones de los candidatos parten del proceso propio de la selección de personal, mientras que el reclutamiento se orienta más a atraer y encontrar los candidatos. Por lo que se entiende a la selección de personal como el proceso de escoger al candidato más adecuado y que genere mantener o aumentar el rendimiento del personal.<sup>11</sup>

A partir de la búsqueda de personal capaz que rinda de manera eficiente en el cargo y que sea el más adecuado para el puesto, se exige en la selección de los candidatos que se logre dicho objetivo.

Por ello, existen dos procesos que permiten la decisión de la selección, la recolección de información acerca del cargo y las técnicas de selección. Lo que da unos sistemas de comparar el perfil deseado mediante una ficha de especificaciones del cargo y la técnica más adecuada de selección que predice el desempeño en el cargo.<sup>12</sup>

De esta manera, se tiene un perfil adecuado de las capacidades y especificaciones solicitadas para el cargo y se toma la elección de la técnica de selección, que se basa en evaluar al candidato, comparando lo requerido y prediciendo su desempeño

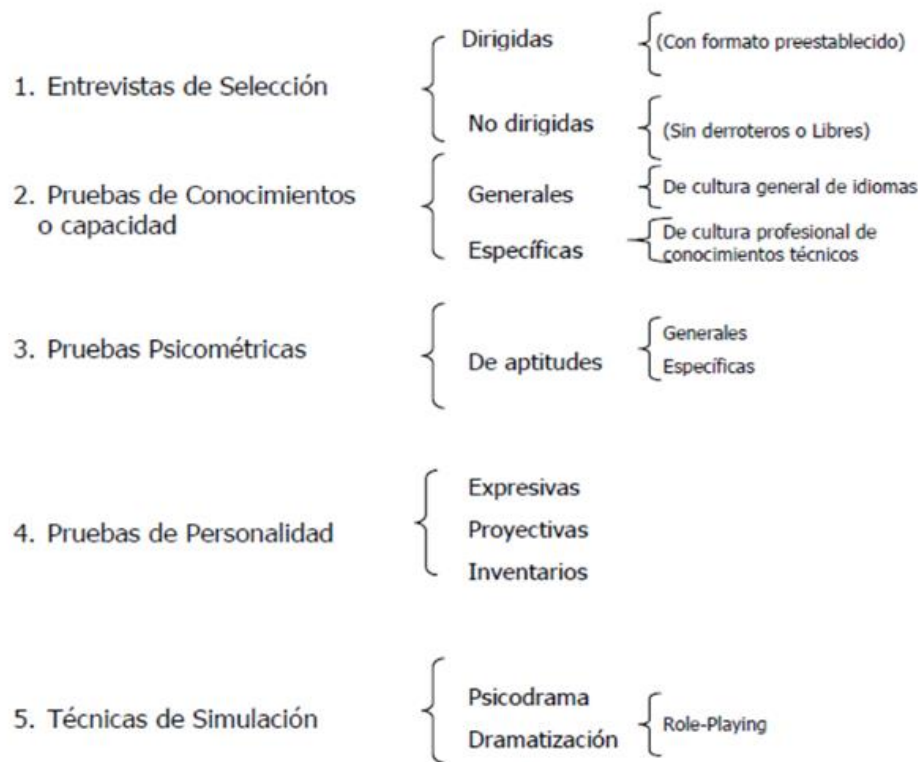
---

<sup>11</sup> Idalberto Chiavenato 2000 pág. 185

<sup>12</sup> 2 Idalberto Chiavenato 2000 pág. 192-194



Una vez obtenida la información acerca del cargo que debe ocuparse, el paso siguiente es la elección de las técnicas de selección más adecuadas para conocer y escoger a los candidatos apropiados. Las técnicas de selección pueden clasificarse en cinco grupos:



<sup>1</sup> Idalberto Chiavenato 2000 pág. 185

<sup>1</sup> 2 Idalberto Chiavenato 2000 pág. 192-194



### 6.7.3 - Política de contratación. corregido

Política de contratación de personal en Gerión Chile:

Requisitos de contratación: La empresa establecerá los requisitos necesarios para cada posición, incluyendo habilidades, experiencia y educación. Estos requisitos serán objetivos y no discriminatorios.

La política de contratación se enfoca en atraer, evaluar y seleccionar a los candidatos más idóneos para las vacantes. Para lograrlo, se han definido tres elementos claves:

- Planificación de la contratación: Se desarrollará un plan efectivo que incluya plazos, recursos y objetivos para el proceso.
- Atracción y evaluación de candidatos: Se utilizará un canal definido de reclutamiento para atraer a los candidatos adecuados y se evaluará su experiencia, habilidades y valores necesarios para el rol.
- Selección y contratación: Se propondrá una terna final con los mejores candidatos y posteriormente se definirá al mejor candidato a través de entrevistas y una oferta justa en términos de remuneración

Además de los elementos clave de la política de contratación, se establecerán dos contratos a plazo fijo el primero de 60 días, que luego se renovará por 30 días adicionales antes de pasar al contrato indefinido. Para garantizar la calidad de los colaboradores contratados, se realizarán evaluaciones mensuales para determinar su rendimiento y considerar su internalización en función de sus resultados.

En resumen, la política de contratación efectiva permitirá a la organización contratar a colaboradores talentosos y motivados que se ajusten a la cultura y objetivos de la empresa, asegurando un proceso de selección riguroso y una evaluación continua del desempeño de estos.



#### 6.7.4 - Política de inducción. corregido

La política de inducción de nuestra empresa se enfoca en facilitar la integración de nuevos colaboradores en un ambiente grato, permitiéndoles desempeñar su nuevo rol de forma efectiva. Para lograrlo, se han definido tres puntos clave:

1. Programa de inducción: Se definirá un programa claro y estructurado que incluya la presentación de la empresa, procedimientos, políticas y descripción del rol a desempeñar. Además, se comunicarán de forma clara las expectativas y responsabilidades de cada nuevo empleado.
2. Designación de un facilitador: Se asignará un tutor o compañero de trabajo que acompañará al nuevo empleado en el proceso de integración y brindará soporte constante para facilitar su adaptabilidad al nuevo puesto.
3. Entrega de recursos: La empresa entregará de forma oportuna a los nuevos empleados las condiciones y herramientas de trabajo necesario para desempeñar su rol, junto con los accesos a sistemas y programas informáticos.

En resumen, la política de inducción efectiva de nuestra empresa se enfoca en definir estrategias y planes de trabajo para facilitar la integración de nuevos colaboradores en un ambiente grato, permitiéndoles desempeñar su nuevo rol de forma efectiva. Se ha definido un programa de inducción claro y estructurado, la designación de un facilitador y la entrega de recursos necesarios para el desempeño del puesto.



#### 6.7.5 - Política de capacitación.

Identificación de necesidades de capacitación: La empresa identificará las necesidades de capacitación de sus empleados a través de evaluaciones de desempeño, encuestas de satisfacción de los empleados y análisis de las habilidades requeridas para su trabajo.

Planificación y programación de la capacitación: La empresa desarrollará un plan de capacitación para satisfacer las necesidades identificadas y programará sesiones de capacitación que sean convenientes para los empleados.

Selección de proveedores de capacitación: La empresa seleccionará proveedores de capacitación que sean expertos en el tema y que ofrezcan capacitación de alta calidad y relevante para las necesidades de la empresa.

Métodos de capacitación: La empresa utilizará una variedad de métodos de capacitación, incluyendo capacitación en el trabajo, capacitación en el aula, capacitación en línea, tutorías y coaching.

Evaluación de la capacitación: La empresa evaluará la efectividad de la capacitación para asegurarse de que los empleados hayan adquirido las habilidades y conocimientos necesarios para mejorar su desempeño en el trabajo.

Capacitación obligatoria: La empresa requerirá que los empleados reciban capacitación obligatoria, como capacitación en seguridad y salud laboral, capacitación en ética empresarial y capacitación en cumplimiento de regulaciones, sobre todo en las obras.

Capacitación continua: La empresa proporcionará oportunidades de capacitación continua para ayudar a los empleados a mantenerse actualizados en las últimas tendencias y tecnologías en su campo.

Reembolso de los costos de la capacitación: La empresa puede ofrecer reembolsos de los costos de la capacitación a los empleados que completen con éxito la capacitación relevante para su trabajo.



Oportunidades de desarrollo: La empresa proporcionará oportunidades de desarrollo y crecimiento para ayudar a los empleados a avanzar en sus carreras y asumir roles de liderazgo.

Comunicación de la política: La empresa comunicará su política de capacitación a todos los empleados y proporcionará información sobre cómo pueden solicitar capacitación y qué se espera de ellos en términos de asistencia y rendimiento.

#### 6.7.6 - Política de remuneraciones.

Salario justo y equitativo: La empresa proporcionará salarios justos y equitativos para todos los empleados, basados en sus habilidades, experiencia y responsabilidades.

Revisión salarial: La empresa revisará regularmente los salarios de los empleados para asegurarse de que están siendo remunerados adecuadamente y de acuerdo con las normas del mercado laboral.

Beneficios laborales: La empresa proporcionará beneficios laborales, como seguro médico, seguro de vida, plan de pensiones, vacaciones pagadas y días de enfermedad, para mejorar la calidad de vida de los empleados.

Incentivos: La empresa puede ofrecer incentivos, como bonificaciones por desempeño o comisiones por ventas, para motivar y recompensar a los empleados por su desempeño.

Transparencia en la remuneración: La empresa será transparente en cuanto a la remuneración de los empleados y proporcionará información clara sobre cómo se establecen los salarios y los beneficios laborales.

Igualdad de remuneración: La empresa garantizará la igualdad de remuneración entre empleados de igual nivel, independientemente de su género, raza, origen étnico u otra característica.



**Evaluación de desempeño:** La empresa utilizará la evaluación de desempeño como una herramienta para determinar la remuneración de los empleados, reconociendo el desempeño excepcional y ofreciendo oportunidades para la mejora del desempeño.

**Política de aumento salarial:** La empresa establecerá una política clara de aumento salarial que se basará en el desempeño, la experiencia y la inflación.

**Comunicación de la política:** La empresa comunicará su política de remuneraciones a todos los empleados y proporcionará información sobre cómo se establecen los salarios y los beneficios laborales, así como las oportunidades para el crecimiento y el aumento salarial.

**Cumplimiento de las leyes y regulaciones:** La empresa cumplirá con todas las leyes y regulaciones relacionadas con la remuneración, incluyendo los requisitos de salario mínimo y horas extras.



## 6.8 Presupuesto de RRHH.

**Tabla 4 Presupuestos de recursos humanos**

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Sueldo Bruto M.	14.401.685	14.401.685	14.883.737	15.193.216	15.193.216	15.193.216	16.331.464	16.431.891	16.431.891	16.881.891	16.881.891	16.881.891	189.107.674
Gratificación	895.994	895.994	1.016.507	1.057.286	1.128.536	1.128.536	1.354.133	1.426.735	1.426.735	1.585.068	1.585.068	1.585.068	15.085.660
Bonos y Aguinaldos	56.294	-	56.294	-	-	-	-	-	56.294	56.294	56.294	56.294	337.764
Otros H.N.I. (Colación y/o Movilización)	1.522.300	1.522.300	1.602.300	1.645.561	1.645.561	1.645.561	1.923.895	1.940.561	1.940.561	2.140.561	2.140.561	2.140.561	21.810.233
Otros Haberes No Imp.	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	205.092
Comisiones por Venta	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	13.677.300
<b>Total Haberes</b>	<b>18.033.139</b>	<b>17.976.845</b>	<b>18.715.704</b>	<b>19.052.929</b>	<b>19.124.179</b>	<b>19.124.179</b>	<b>20.766.358</b>	<b>20.956.053</b>	<b>21.012.347</b>	<b>21.820.680</b>	<b>21.820.680</b>	<b>21.820.680</b>	<b>240.223.773</b>
Cot. AFP	1.325.878	1.329.026	1.409.170	1.454.954	1.472.929	1.484.283	1.649.567	1.678.249	1.773.552	1.869.704	1.875.598	2.020.017	19.342.927
Cot. Ces. App. Afi.	29.021	28.683	29.021	34.125	34.339	34.339	42.522	43.418	47.076	53.068	53.068	59.310	487.990
Cot. APV	624.254	630.784	634.554	643.529	653.592	661.736	668.345	676.731	685.166	692.007	696.237	702.219	7.969.154
FOUNASA / ISAPRE	1.351.337	1.364.730	1.414.643	1.450.708	1.472.173	1.547.010	1.656.612	1.609.574	1.578.121	1.858.510	1.867.989	1.949.509	19.120.916
Impuesto Unico	706.495	696.848	685.084	678.400	663.786	651.384	641.471	636.519	674.118	629.346	620.875	684.985	7.969.311
CCAF	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	151.040	151.040	151.040	1.285.472
Ret. Prestamo Solidario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37.749	37.717	39.931	115.397
Anticipos	743.000	763.000	743.000	763.000	763.000	763.000	963.000	983.000	1.883.000	983.000	983.000	2.353.000	12.686.000
Prestamo Personal	-	-	-	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	675.000
<b>Total Desc</b>	<b>4.872.473</b>	<b>4.905.559</b>	<b>5.007.960</b>	<b>5.192.204</b>	<b>5.227.267</b>	<b>5.309.240</b>	<b>5.789.005</b>	<b>5.794.979</b>	<b>6.808.521</b>	<b>6.349.424</b>	<b>6.360.524</b>	<b>8.035.011</b>	<b>69.652.167</b>
<b>Alcance Líquido</b>	<b>13.160.666</b>	<b>13.071.286</b>	<b>13.707.744</b>	<b>13.860.725</b>	<b>13.896.912</b>	<b>13.814.939</b>	<b>14.977.353</b>	<b>15.161.074</b>	<b>14.203.826</b>	<b>15.471.256</b>	<b>15.460.156</b>	<b>13.785.669</b>	<b>170.571.606</b>
<b>Aportes del Empleador</b>													
Mutual	109.071	109.288	115.848	119.603	121.080	122.007	135.443	137.787	145.641	154.484	154.964	166.901	1.592.117
SIS	216.969	217.407	230.447	239.204	242.158	244.012	267.971	272.605	278.597	255.807	256.605	276.371	2.998.153
Seq. Ces. App. Emp.	197.949	197.240	217.038	220.624	222.560	223.360	256.739	261.208	288.150	301.306	301.720	329.777	3.017.671
<b>Total Aportes del Empleador</b>	<b>523.989</b>	<b>523.935</b>	<b>563.333</b>	<b>579.431</b>	<b>585.798</b>	<b>589.379</b>	<b>660.153</b>	<b>671.600</b>	<b>712.388</b>	<b>711.597</b>	<b>713.289</b>	<b>773.049</b>	<b>7.607.941</b>

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Sueldo Bruto M.	14.401.685	14.401.685	14.883.737	15.193.216	15.193.216	15.193.216	16.331.464	16.431.891	16.431.891	16.881.891	16.881.891	16.881.891	189.107.674
Gratificación	895.994	895.994	1.016.507	1.057.286	1.128.536	1.128.536	1.354.133	1.426.735	1.426.735	1.585.068	1.585.068	1.585.068	15.085.660
Bonos y Aguinaldos	56.294	-	56.294	-	-	-	-	-	56.294	56.294	56.294	56.294	337.764
Otros H.N.I. (Colación y/o Movilización)	1.522.300	1.522.300	1.602.300	1.645.561	1.645.561	1.645.561	1.923.895	1.940.561	1.940.561	2.140.561	2.140.561	2.140.561	21.810.233
Otros Haberes No Imp.	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	17.091	205.092
Comisiones por Venta	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	1.139.775	13.677.300
<b>Total Haberes</b>	<b>18.033.139</b>	<b>17.976.845</b>	<b>18.715.704</b>	<b>19.052.929</b>	<b>19.124.179</b>	<b>19.124.179</b>	<b>20.766.358</b>	<b>20.956.053</b>	<b>21.012.347</b>	<b>21.820.680</b>	<b>21.820.680</b>	<b>21.820.680</b>	<b>240.223.773</b>
Cot. AFP	1.325.878	1.329.026	1.409.170	1.454.954	1.472.929	1.484.283	1.649.567	1.678.249	1.773.552	1.869.704	1.875.598	2.020.017	19.342.927
Cot. Ces. App. Afi.	29.021	28.683	29.021	34.125	34.339	34.339	42.522	43.418	47.076	53.068	53.068	59.310	487.990
Cot. APV	624.254	630.784	634.554	643.529	653.592	661.736	668.345	676.731	685.166	692.007	696.237	702.219	7.969.154
FOUNASA / ISAPRE	1.351.337	1.364.730	1.414.643	1.450.708	1.472.173	1.547.010	1.656.612	1.609.574	1.578.121	1.858.510	1.867.989	1.949.509	19.120.916
Impuesto Unico	706.495	696.848	685.084	678.400	663.786	651.384	641.471	636.519	674.118	629.346	620.875	684.985	7.969.311
CCAF	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	92.488	151.040	151.040	151.040	1.285.472
Ret. Prestamo Solidario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37.749	37.717	39.931	115.397
Anticipos	743.000	763.000	743.000	763.000	763.000	763.000	963.000	983.000	1.883.000	983.000	983.000	2.353.000	12.686.000
Prestamo Personal	-	-	-	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	675.000
<b>Total Desc</b>	<b>4.872.473</b>	<b>4.905.559</b>	<b>5.007.960</b>	<b>5.192.204</b>	<b>5.227.267</b>	<b>5.309.240</b>	<b>5.789.005</b>	<b>5.794.979</b>	<b>6.808.521</b>	<b>6.349.424</b>	<b>6.360.524</b>	<b>8.035.011</b>	<b>69.652.167</b>
<b>Alcance Líquido</b>	<b>13.160.666</b>	<b>13.071.286</b>	<b>13.707.744</b>	<b>13.860.725</b>	<b>13.896.912</b>	<b>13.814.939</b>	<b>14.977.353</b>	<b>15.161.074</b>	<b>14.203.826</b>	<b>15.471.256</b>	<b>15.460.156</b>	<b>13.785.669</b>	<b>170.571.606</b>
<b>Aportes del Empleador</b>													
Mutual	109.071	109.288	115.848	119.603	121.080	122.007	135.443	137.787	145.641	154.484	154.964	166.901	1.592.117
SIS	216.969	217.407	230.447	239.204	242.158	244.012	267.971	272.605	278.597	255.807	256.605	276.371	2.998.153
Seq. Ces. App. Emp.	197.949	197.240	217.038	220.624	222.560	223.360	256.739	261.208	288.150	301.306	301.720	329.777	3.017.671
<b>Total Aportes del Empleador</b>	<b>523.989</b>	<b>523.935</b>	<b>563.333</b>	<b>579.431</b>	<b>585.798</b>	<b>589.379</b>	<b>660.153</b>	<b>671.600</b>	<b>712.388</b>	<b>711.597</b>	<b>713.289</b>	<b>773.049</b>	<b>7.607.941</b>



## **7 Capítulo VI: Plan Financiero**

### **7.1 Objetivos financieros.**

En el plan financiero se detalla los objetivos financieros que tendrá Gerión Chile SpA considerando para ello un presupuesto a corto y largo plazo más los pasos que se deben tomar para alcanzarlos. El objetivo principal de este plan financiero será las decisiones informadas sobre el uso de sus recursos financieros para lograr las metas.

Se debe considerar que el plan financiero puede variar según la situación del macroentorno o microentorno y las necesidades que pueda tener nuestra organización. Considerando como parte del plan financiero la mejora continua en Gerión Chile y sus objetivos tenemos los más importantes;

Crecimiento empresarial, lograr un crecimiento sostenible y rentable, expandir el negocio, aumentar la rentabilidad o mejorar la eficiencia operativa.

Ahorro, como parte de la mejora continua y como parte costo oportunidad

Inversión, generar ingresos pasivos, para construir un portafolio diversificado o para financiar un proyecto empresarial.

Gestión de la deuda, en este caso sería reducir el nivel de endeudamiento y mejorar la capacidad de pago.

Creación de un fondo de emergencia, para hacer frente a situaciones inesperadas como una pérdida de clientes, pandemias, crisis económicas, etc.

Mejora continua, dado las características de la inversión en gestión, recursos humanos, tecnología e innovación como eje central de la organización.

Las métricas que se utilizan para medir el progreso en el logro de los objetivos financieros también pueden variar según la situación.



Algunas métricas comunes incluyen:

- Ingresos y gastos mensuales
- Ahorros y deudas
- Tasa de retorno de las inversiones
- Flujo de caja
- Ratio de endeudamiento
- Margen de beneficio

## **7.2 Proyecciones de ingresos.**

Para la proyección de ingresos se considera el análisis de un año calendario mes a mes y posteriormente a 5 años. La idea de este presupuesto proyectado es planificar y controlar los gastos y los ingresos futuros de la empresa, dentro de los puntos a considerar tenemos los siguientes

**Planificación**, nos permitirá planificar gastos e ingresos futuros en función de los objetivos y metas establecidos. El presupuesto proyectado puede ayudar a la organización a tomar decisiones informadas sobre cómo asignar los recursos disponibles y cómo financiar los proyectos futuros.

**Control**, este nos ayudará a controlar los gastos y los ingresos en función de los límites establecidos. Ayudará a la organización a identificar áreas donde se están excediendo los gastos y a tomar medidas para reducir los costos.

**Comunicación**, de los planes y objetivos de la organización a los empleados, inversores y otros interesados. Nos podría ayudar a mantener a todos informados y alineados en torno a los objetivos de la organización.

**Evaluación del desempeño** de la organización en función de los objetivos establecidos. Puede ayudar a identificar áreas donde se están logrando buenos resultados y áreas donde se necesita mejorar.



**Tabla 5 Proyecciones de ingresos**

Ventas Gerión Chile	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 1.011.033.372
Total Costo de Ventas	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 30.112.439	\$ 361.349.268
Beneficio Bruto	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 54.140.342	\$ 649.684.104
Costos Operacionales	\$ 6.834.120	\$ 6.834.120	\$ 6.834.120	\$ 6.834.120	\$ 6.834.120	\$ 6.834.120	\$ 5.934.120	\$ 5.934.120	\$ 5.934.120	\$ 5.934.120	\$ 5.934.120	\$ 5.934.120	\$ 76.609.434
Costos Variables	\$ 485.654	\$ 474.597	\$ 526.869	\$ 463.543	\$ 526.957	\$ 558.604	\$ 550.835	\$ 529.676	\$ 577.160	\$ 587.318	\$ 626.184	\$ 621.793	\$ 6.529.191
Costos Fijos	\$ 27.369.214	\$ 27.312.922	\$ 28.051.781	\$ 28.389.006	\$ 28.460.256	\$ 28.460.256	\$ 26.718.746	\$ 26.920.938	\$ 26.977.232	\$ 27.785.565	\$ 27.785.565	\$ 27.785.565	\$ 332.017.045
Resultado antes de Interes y Depreciación/Amortización	\$ 19.451.354	\$ 19.518.704	\$ 18.727.573	\$ 18.453.673	\$ 18.319.010	\$ 18.287.362	\$ 20.936.642	\$ 20.755.608	\$ 20.651.831	\$ 19.833.340	\$ 19.794.474	\$ 19.798.864	\$ 234.528.433
Intereses Financieros	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 3.252.143
Total Depreciación	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 5.014.286
Beneficio antes de intereses	\$ 18.762.485	\$ 18.829.835	\$ 18.038.704	\$ 17.764.804	\$ 17.630.141	\$ 17.598.493	\$ 20.247.773	\$ 20.066.739	\$ 19.962.961	\$ 19.144.470	\$ 19.105.605	\$ 19.109.995	\$ 226.262.004
Impuesto a la renta 25%	\$ 4.690.621	\$ 4.707.459	\$ 4.509.676	\$ 4.441.201	\$ 4.407.535	\$ 4.399.623	\$ 5.061.943	\$ 5.016.685	\$ 4.990.740	\$ 4.786.118	\$ 4.776.401	\$ 4.777.499	\$ 56.565.501
Beneficio Neto	\$ 14.071.864	\$ 14.122.376	\$ 13.529.028	\$ 13.323.603	\$ 13.222.605	\$ 13.198.870	\$ 15.185.830	\$ 15.050.054	\$ 14.972.221	\$ 14.358.353	\$ 14.329.203	\$ 14.332.497	\$ 169.696.503
Margen de Beneficio en % NETO	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>

ventas	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Total
Total Costo de Ventas	\$ 1.011.033.372	\$ 1.213.240.046	\$ 1.455.888.056	\$ 1.819.860.070	\$ 2.274.825.087	\$ 7.774.846.631
Beneficio Bruto	\$ 361.349.268	\$ 433.619.122	\$ 520.342.946	\$ 650.428.682	\$ 813.035.853	\$ 2.778.775.871
Costos Operacionales	\$ 649.684.104	\$ 779.620.925	\$ 935.545.110	\$ 1.169.431.387	\$ 1.461.789.234	\$ 7.243.177.158
Costos Variables	\$ 76.609.434	\$ 91.931.321	\$ 110.317.585	\$ 114.914.151	\$ 137.896.981	\$ 531.669.473
Costos Fijos	\$ 6.529.191	\$ 7.835.029	\$ 9.402.035	\$ 11.752.544	\$ 14.690.680	\$ 50.209.479
Costos antes de Interes y Depreciación	\$ 332.017.045	\$ 294.138.188	\$ 294.138.188	\$ 294.138.188	\$ 294.138.188	\$ 1.508.569.796
Resultado antes de impuestos	\$ 234.528.433	\$ 385.716.387	\$ 521.687.302	\$ 748.626.505	\$ 1.015.063.385	\$ 2.905.622.012
Impuesto a la renta 25%	\$ 5.014.286	\$ 5.014.286	\$ 5.014.286	\$ 3.014.286	\$ 3.014.286	\$ 21.071.429
Beneficio antes de impuestos	\$ 229.514.148	\$ 380.702.101	\$ 516.673.016	\$ 745.612.219	\$ 1.012.049.100	\$ 2.884.550.584
Beneficio Neto	\$ 172.135.611	\$ 285.526.576	\$ 387.504.762	\$ 559.209.164	\$ 759.036.825	\$ 2.163.412.938
Margen de Beneficio en % NETO	<b>17%</b>	<b>24%</b>	<b>27%</b>	<b>31%</b>	<b>33%</b>	<b>28%</b>



### 7.3 Costos (fijos y variables).

**Tabla 6 Costos fijos**

ventas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 1.011.033.372

Costos Fijos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sueldos	\$ 18.033.139	\$ 17.976.845	\$ 18.715.704	\$ 19.052.929	\$ 19.124.179	\$ 19.124.179	\$ 20.766.358	\$ 20.956.053	\$ 21.012.347	\$ 21.820.680	\$ 21.820.680	\$ 21.820.680	\$ 240.223.773
Alquiler	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Electricidad, calefacción, agua	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Preparación y mantenimiento	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 600.000
Limpieza	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 4.440.000
Mantenimiento de vehículo	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 2.760.000
Costos de traslado	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 360.000
Insumos de Oficina/Telefono	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 480.000
Telefono Móvil	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 420.000
Conexión a Internet	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 504.000
Subscripción pagina web/hosting oactualización	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 144.000
Marketing/Publicidad	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 2.527.583	\$ 30.331.001
Gastos de reunión	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 480.000
Literatura Técnica	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 480.000
Seguros	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 23.670	\$ 15.780	\$ 15.780	\$ 15.780	\$ 15.780	\$ 15.780	\$ 15.780	\$ 236.700
Subscripciones	\$ 239.999	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 2.879.999
Gastos de Capacitación	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ 1.577.312	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9.463.872
Equipos de informática /implementación TI	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.800.000
Gastos de Leasing	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos menores	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 480.000
contador	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Abogado	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 1.800.000
otras consultorias	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000
Gastos inesperados 5% de costos fijos	\$ 668.511	\$ 668.512	\$ 668.512	\$ 668.512	\$ 668.512	\$ 668.512	\$ 670.025	\$ 682.521	\$ 682.521	\$ 682.521	\$ 682.521	\$ 682.521	\$ 8.093.700
Total Costos Fijos	\$ 27.369.214	\$ 27.312.922	\$ 28.051.781	\$ 28.389.006	\$ 28.460.256	\$ 28.460.256	\$ 26.718.746	\$ 26.920.938	\$ 26.977.232	\$ 27.785.565	\$ 27.785.565	\$ 27.785.565	\$ 332.017.045
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses- prestamo bancario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses- facilidad de sobregiro	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
otros intereses bancario por transferencia ext	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 3.252.143
Total intereses	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 271.012	\$ 3.252.143
Total Costos Fijos	\$ 27.098.202	\$ 27.041.910	\$ 27.780.769	\$ 28.117.994	\$ 28.189.244	\$ 28.189.244	\$ 26.447.734	\$ 26.649.926	\$ 26.706.220	\$ 27.514.553	\$ 27.514.553	\$ 27.514.553	\$ 328.764.902
	\$ 1.189.966												

Presupuesto proyectado a 5 años	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	TOTAL
Sueldos	\$ 240.223.773	\$ 240.223.773	\$ 240.223.773	\$ 240.223.773	\$ 240.223.773	\$ 1.201.118.865
Alquiler	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 6.000.000
Electricidad, calefacción, agua	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 7.200.000
Preparación y mantenimiento	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 3.000.000
Limpieza	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 22.200.000
Mantenimiento de vehículo	\$ 2.760.000	\$ 2.760.000	\$ 2.760.000	\$ 2.760.000	\$ 2.760.000	\$ 13.800.000
Costos de traslado	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 1.800.000
Insumos de Oficina/Telefono	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 2.400.000
Telefono Móvil	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 2.100.000
Conexión a Internet	\$ 504.000	\$ 504.000	\$ 504.000	\$ 504.000	\$ 504.000	\$ 2.520.000
Subscripción pagina web/hosting oactualización	\$ 144.000	\$ 144.000	\$ 144.000	\$ 144.000	\$ 144.000	\$ 720.000
Marketing/Publicidad	\$ 30.331.001					\$ 30.331.001
Gastos de reunión	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 2.400.000
Literatura Técnica	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 2.400.000
Seguros	\$ 236.700	\$ 236.700	\$ 236.700	\$ 236.700	\$ 236.700	\$ 1.183.500
Subscripciones	\$ 2.879.999	\$ 2.879.999	\$ 2.879.999	\$ 2.879.999	\$ 2.879.999	\$ 14.399.995
Gastos de Capacitación	\$ 9.463.872	\$ 9.463.872	\$ 9.463.872	\$ 9.463.872	\$ 9.463.872	\$ 47.319.360
Equipos de informática /implementación TI	\$ 10.800.000					\$ 10.800.000
Gastos de Leasing	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos menores	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 2.400.000
contador	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 6.000.000
Abogado	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 9.000.000
otras consultorias	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 66.000.000
Gastos inesperados 5% de costos fijos	\$ 8.093.700	\$ 8.093.700	\$ 8.093.700	\$ 8.093.700	\$ 8.093.700	\$ 40.468.501
otros intereses bancario por transferencia ext	\$ 3.252.143	\$ 3.252.143	\$ 3.252.143	\$ 3.252.143	\$ 3.252.143	\$ 16.260.717
Total Costos Fijos	\$ 335.269.189	\$ 294.138.188	\$ 294.138.188	\$ 294.138.188	\$ 294.138.188	\$ 1.495.561.223



**Tabla 6 Presupuestos variables**

Medida	Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Caja	Cable UTP Cat 6 NHTD 305m 4 Pares 234	\$ 294.000	\$ 273.360	\$ 315.570	\$ 241.680	\$ 294.000	\$ 314.000	\$ 294.000	\$ 260.000	\$ 294.000	\$ 290.000	\$ 314.000	\$ 294.000	\$ 3.478.610
Unidad	Modulo Cat 6A Keystone 110 Blanco	\$ 1.500	\$ 1.575	\$ 1.654	\$ 1.736	\$ 1.823	\$ 1.914	\$ 2.010	\$ 2.111	\$ 2.216	\$ 2.327	\$ 2.443	\$ 2.566	\$ 23.876
Unidad	Faceplate 1P Keystone Vertical Blanco	\$ 1.359	\$ 1.427	\$ 1.498	\$ 1.573	\$ 1.652	\$ 1.734	\$ 1.821	\$ 1.912	\$ 2.008	\$ 2.108	\$ 2.214	\$ 2.324	\$ 21.631
Unidad	Pach Cord HHTD Cat. 5 E 0.9 blanco	\$ 32.240	\$ 33.852	\$ 35.545	\$ 37.322	\$ 39.188	\$ 41.147	\$ 43.205	\$ 45.365	\$ 47.633	\$ 50.015	\$ 52.516	\$ 55.141	\$ 513.168
Unidad	Pach Cord HHTD Cat. 6 A 0.9 blanco	\$ 44.300	\$ 46.515	\$ 48.841	\$ 51.283	\$ 53.847	\$ 56.539	\$ 59.366	\$ 62.335	\$ 65.451	\$ 68.724	\$ 72.160	\$ 75.768	\$ 705.129
Unidad	Canaleta legrand	\$ 50.000	\$ 52.500	\$ 55.125	\$ 57.881	\$ 60.775	\$ 63.814	\$ 67.005	\$ 70.355	\$ 73.873	\$ 77.566	\$ 81.445	\$ 85.517	\$ 795.856
Rollo	Belcro	\$ 11.765	\$ 12.353	\$ 12.971	\$ 13.619	\$ 14.300	\$ 15.015	\$ 15.766	\$ 16.555	\$ 17.382	\$ 18.251	\$ 19.164	\$ 20.122	\$ 187.265
Unidad	Modulo Cat 6A Keystone 110 Blanco	\$ 20.000	\$ 21.000	\$ 22.050	\$ 23.153	\$ 24.310	\$ 25.526	\$ 26.802	\$ 28.142	\$ 29.549	\$ 31.027	\$ 32.578	\$ 34.207	\$ 318.343
Bolsa	Plug Modular RJ45 UTP Cat5E	\$ 10.200	\$ 10.710	\$ 11.246	\$ 11.808	\$ 12.398	\$ 13.018	\$ 13.669	\$ 14.352	\$ 15.070	\$ 15.824	\$ 16.615	\$ 17.445	\$ 162.355
Caja	Tornillos	\$ 15.000	\$ 15.750	\$ 16.538	\$ 17.364	\$ 18.233	\$ 19.144	\$ 20.101	\$ 21.107	\$ 22.162	\$ 23.270	\$ 24.433	\$ 25.655	\$ 238.757
Caja	Tarugos	\$ 5.290	\$ 5.555	\$ 5.832	\$ 6.124	\$ 6.430	\$ 6.752	\$ 7.089	\$ 7.444	\$ 7.816	\$ 8.207	\$ 8.617	\$ 9.048	\$ 84.202
		\$ 485.654	\$ 474.597	\$ 526.869	\$ 463.543	\$ 526.957	\$ 558.604	\$ 550.835	\$ 529.676	\$ 577.160	\$ 587.318	\$ 626.184	\$ 621.793	\$ 6.529.191

**COSTO DE PRODUCTOS A 5 AÑOS**

Medida	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Caja	Cable UTP Cat 6 NHTD 305m 4 Pares 234	\$ 3.478.610	\$ 4.174.332	\$ 5.009.198	\$ 6.261.498	\$ 7.826.873	\$ 26.750.511
Unidad	Modulo Cat 6A Keystone 110 Blanco	\$ 23.876	\$ 28.651	\$ 34.381	\$ 42.976	\$ 53.720	\$ 183.604
Unidad	Faceplate 1P Keystone Vertical Blanco	\$ 21.631	\$ 25.958	\$ 31.149	\$ 38.936	\$ 48.671	\$ 166.345
Unidad	Pach Cord HHTD Cat. 5 E 0.9 blanco	\$ 513.168	\$ 615.802	\$ 738.962	\$ 923.703	\$ 1.154.628	\$ 3.946.263
Unidad	Pach Cord HHTD Cat. 6 A 0.9 blanco	\$ 705.129	\$ 846.154	\$ 1.015.385	\$ 1.269.232	\$ 1.586.540	\$ 5.422.440
Unidad	Canaleta legrand	\$ 795.856	\$ 955.028	\$ 1.146.033	\$ 1.432.541	\$ 1.790.677	\$ 6.120.135
Rollo	Belcro	\$ 187.265	\$ 224.718	\$ 269.662	\$ 337.077	\$ 421.346	\$ 1.440.068
Unidad	Modulo Cat 6A Keystone 110 Blanco	\$ 318.343	\$ 382.011	\$ 458.413	\$ 573.017	\$ 716.271	\$ 2.448.054
Bolsa	Plug Modular RJ45 UTP Cat5E	\$ 162.355	\$ 194.826	\$ 233.791	\$ 292.238	\$ 365.298	\$ 1.248.508
Caja	Tornillos	\$ 238.757	\$ 286.508	\$ 343.810	\$ 429.762	\$ 537.203	\$ 1.836.041
Caja	Tarugos	\$ 84.202	\$ 101.042	\$ 121.250	\$ 151.563	\$ 189.454	\$ 647.510
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración propia

**7.4 Gastos de administración (5 años).**

**Tabla 6 Gastos de administración y ventas**

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Salarios	\$ 18.033.139	\$ 17.976.845	\$ 18.715.704	\$ 19.052.929	\$ 19.124.179	\$ 19.124.179	\$ 20.766.358	\$ 20.956.053	\$ 21.012.347	\$ 21.820.680	\$ 21.820.680	\$ 21.820.680	\$ 240.223.773
Alquiler	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 540.000	\$ 6.480.000
Electricidad, calefaccion, agua	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Preparacion y mantenimiento	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 600.000
Limpieza	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 4.440.000
Insumos de Oficina/Telefono	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 480.000
Telefono Móvil	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 420.000
Conexión a Internet	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 504.000
Marketing/Publicidad	\$ 1.449.848	\$ 1.449.848	\$ 1.449.848	\$ 1.449.848	\$ 1.449.848	\$ 1.449.848	\$ 1.472.540	\$ 1.659.990	\$ 1.659.990	\$ 1.659.990	\$ 1.659.990	\$ 1.659.990	\$ 18.471.577
Costos de traslado	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 360.000
<b>Total Anual</b>	<b>\$ 20.709.987</b>	<b>\$ 20.653.693</b>	<b>\$ 21.392.552</b>	<b>\$ 21.729.777</b>	<b>\$ 21.801.027</b>	<b>\$ 21.801.027</b>	<b>\$ 23.465.898</b>	<b>\$ 23.843.043</b>	<b>\$ 23.899.337</b>	<b>\$ 24.707.670</b>	<b>\$ 24.707.670</b>	<b>\$ 24.707.670</b>	<b>\$ 273.419.350</b>

Proyección a 5 años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Salarios	\$240.223.773	\$240.223.773	\$240.223.773	\$240.223.773	\$240.223.773	\$1.201.118.865
Alquiler	\$ 6.480.000	\$ 6.480.000	\$ 6.480.000	\$ 6.480.000	\$ 6.480.000	\$ 32.400.000
Electricidad, calefaccion, agua	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 1.440.000	\$ 7.200.000
Preparacion y mantenimiento	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 3.000.000
Limpieza	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 4.440.000	\$ 22.200.000
Insumos de Oficina/Telefono	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 2.400.000
Telefono Móvil	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 420.000	\$ 2.100.000
Conexión a Internet	\$ 504.000	\$ 504.000	\$ 504.000	\$ 504.000	\$ 504.000	\$ 2.520.000
Marketing/Publicidad	\$ 18.471.577					\$ 18.471.577
Costos de traslado	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 1.800.000
<b>Total a 5 años</b>	<b>\$273.419.350</b>	<b>\$254.947.773</b>	<b>\$254.947.773</b>	<b>\$254.947.773</b>	<b>\$254.947.773</b>	<b>\$1.293.210.442</b>

Fuente: Elaboración propia



## 7.5 Ventas (5 años).

### Tabla 7 Presupuesto de Ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS POR PRODUCTO													Ventas real año 2023															
Código del Equipo	CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL	Precio Unitario	Precio Total												
GER-IP-AT 12V	Fuente Alimentación Puesto de Control	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	\$ 67.933	\$ 1.630.392												
GER-IP-SW-HC	Licencia Histórico de llamadas	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	\$ 688.490	\$ 16.523.760												
GER-IP-MT-07 IP	Puesto Principal Gerión IP	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72	\$ 4.363.252	\$ 314.154.144												
GER-IP-RA-07/9U	Armario Rack 19" 9U	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	\$ 1.355.000	\$ 4.860.000												
GER-IP-PS-07 IP	Fuente alimentación y VoIP Server	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 3.031.610	\$ 36.379.320												
GER-IP-POE-24/19"	Injector PoE 19" 24 Puertos.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	\$ 480.245	\$ 17.288.820												
GER-IP-SWI-24	Switch de Datos 19" de 24 Puertos	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	\$ 337.562	\$ 12.152.232												
GER-IP-SW-L1	Licencia 1 Usuario	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180	\$ 43.912	\$ 7.904.160												
GER-IP-RT-07V IP	Terminal con Voz de Habitación LL/PR/CAN/MED	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168	\$ 538.323	\$ 90.438.264												
GER-IP-RT-07D IP	Terminal con Voz y Display (LL/PRE/CAN/MED)	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	\$ 988.874	\$ 35.599.464												
GER-IP-BC-01H	Conector y Sujección de Pulsador de Cama	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168	\$ 58.163	\$ 9.771.384												
GER-IP-PU-07 IP	Unidad de llamada de paciente a sujeción	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	168	\$ 106.451	\$ 17.883.768												
GER-IP-CL	Lámpara de Pasillo Tricolor	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144	\$ 84.988	\$ 12.239.712												
GER-IP-CM-07CIP IP	Módulo Conector Paciente (LLA/PRE/CAN)	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144	\$ 119.057	\$ 17.144.208												
GER-IP-EC-07 IP	Tirador de Baño	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144	\$ 76.496	\$ 11.015.424												
GER-IP-SQLS	Servidor SQL de Históricos Gerión IP	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	\$ 3.479.120	\$ 125.248.320												
Servicios	Configuración y Puesta en Marcha	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	\$ 7.800.000	\$ 280.800.000												
														122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	1464	\$ 22.399.486	\$ 1.011.033.372

PRESUPUESTO DE VENTAS POR INGRESO DE PRODUCTO													Ventas real año 2023															
Código del Equipo	Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Precio Unitario	Precio Total												
GER-IP-AT 12V	Fuente Alimentación Puesto de Control	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 135.866	\$ 1.630.392	\$ 67.933	\$ 1.630.392												
GER-IP-SW-HC	Licencia Histórico de llamadas	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 1.376.980	\$ 16.523.760	\$ 688.490	\$ 16.523.760												
GER-IP-MT-07 IP	Puesto Principal Gerión IP	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 26.179.512	\$ 314.154.144	\$ 4.363.252	\$ 314.154.144												
GER-IP-RA-07/9U	Armario Rack 19" 9U	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 4.860.000	\$ 1.355.000	\$ 4.860.000												
GER-IP-PS-07 IP	Fuente alimentación y VoIP Server	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 3.031.610	\$ 36.379.320	\$ 3.031.610	\$ 36.379.320												
GER-IP-POE-24/19"	Injector PoE 19" 24 Puertos.	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 1.440.735	\$ 17.288.820	\$ 480.245	\$ 17.288.820												
GER-IP-SWI-24	Switch de Datos 19" de 24 Puertos	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 1.012.686	\$ 12.152.232	\$ 337.562	\$ 12.152.232												
GER-IP-SW-L1	Licencia 1 Usuario	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 658.680	\$ 7.904.160	\$ 43.912	\$ 7.904.160												
GER-IP-RT-07V IP	Terminal con Voz de Habitación LL/PR/CAN/MED	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 7.538.522	\$ 90.438.264	\$ 538.323	\$ 90.438.264												
GER-IP-RT-07D IP	Terminal con Voz y Display (LL/PRE/CAN/MED)	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 2.966.622	\$ 35.599.464	\$ 988.874	\$ 35.599.464												
GER-IP-BC-01H	Conector y Sujección de Pulsador de Cama	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 814.282	\$ 9.771.384	\$ 58.163	\$ 9.771.384												
GER-IP-PU-07 IP	Unidad de llamada de paciente a sujeción	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 1.490.314	\$ 17.883.768	\$ 106.451	\$ 17.883.768												
GER-IP-CL	Lámpara de Pasillo Tricolor	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 1.019.976	\$ 12.239.712	\$ 84.988	\$ 12.239.712												
GER-IP-CM-07CIP IP	Módulo Conector Paciente (LLA/PRE/CAN)	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 1.428.684	\$ 17.144.208	\$ 119.057	\$ 17.144.208												
GER-IP-EC-07 IP	Tirador de Baño	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 917.952	\$ 11.015.424	\$ 76.496	\$ 11.015.424												
GER-IP-SQLS	Servidor SQL de Históricos Gerión IP	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 10.437.360	\$ 125.248.320	\$ 3.479.120	\$ 125.248.320												
Servicios	Configuración y Puesta en Marcha	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 23.400.000	\$ 280.800.000	\$ 7.800.000	\$ 280.800.000												
														\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 84.252.781	\$ 1.011.033.372	\$ 1.011.033.372

### Tabla 8 Ventas a 5 años

Código del Equipo	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
GER-IP-AT 12V	Fuente Alimentación Puesto de Control	24	29	35	43	54	185
GER-IP-SW-HC	Licencia Histórico de llamadas	24	29	35	43	54	185
GER-IP-MT-07 IP	Puesto Principal Gerión IP	72	86	104	130	162	554
GER-IP-RA-07/9U	Armario Rack 19" 9U	36	43	52	65	81	277
GER-IP-PS-07 IP	Fuente alimentación y VoIP Server	12	14	17	22	27	92
GER-IP-POE-24/19"	Injector PoE 19" 24 Puertos.	36	43	52	65	81	277
GER-IP-SWI-24	Switch de Datos 19" de 24 Puertos	36	43	52	65	81	277
GER-IP-SW-L1	Licencia 1 Usuario	180	216	259	324	405	1.384
GER-IP-RT-07V IP	Terminal con Voz de Habitación LL/PR/CAN/MED	168	202	242	302	378	1.292
GER-IP-RT-07D IP	Terminal con Voz y Display (LL/PRE/CAN/MED)	36	43	52	65	81	277
GER-IP-BC-01H	Conector y Sujección de Pulsador de Cama	168	202	242	302	378	1.292
GER-IP-PU-07 IP	Unidad de llamada de paciente a sujeción	168	202	242	302	378	1.292
GER-IP-CL	Lámpara de Pasillo Tricolor	144	173	207	259	324	1.107
GER-IP-CM-07CIP IP	Módulo Conector Paciente (LLA/PRE/CAN)	144	173	207	259	324	1.107
GER-IP-EC-07 IP	Tirador de Baño	144	173	207	259	324	1.107
GER-IP-SQLS	Servidor SQL de Históricos Gerión IP	36	43	52	65	81	277
Servicios	Configuración y Puesta en Marcha	36	43	52	65	81	277
<b>TOTALES</b>		<b>1.464</b>	<b>1.757</b>	<b>2.108</b>	<b>2.635</b>	<b>3.294</b>	<b>11.258</b>

Código del Equipo	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
GER-IP-AT 12V	Fuente Alimentación Puesto de Control	\$ 1.630.392	\$ 1.956.470	\$ 2.347.764	\$ 2.934.706	\$ 3.668.382	\$ 12.537.714
GER-IP-SW-HC	Licencia Histórico de llamadas	\$ 16.523.760	\$ 19.828.512	\$ 23.794.214	\$ 29.742.768	\$ 37.178.460	\$ 127.067.714
GER-IP-MT-07 IP	Puesto Principal Gerión IP	\$ 314.154.144	\$ 376.984.973	\$ 452.381.967	\$ 565.477.459	\$ 706.846.824	\$ 2.415.845.367
GER-IP-RA-07/9U	Armario Rack 19" 9U	\$ 4.860.000	\$ 5.832.000	\$ 6.998.400	\$ 8.748.000	\$ 10.935.000	\$ 37.373.400
GER-IP-PS-07 IP	Fuente alimentación y VoIP Server	\$ 36.379.320	\$ 43.655.184	\$ 52.386.221	\$ 65.482.776	\$ 81.853.470	\$ 279.756.971
GER-IP-POE-24/19"	Injector PoE 19" 24 Puertos.	\$ 17.288.820	\$ 20.746.584	\$ 24.895.901	\$ 31.119.876	\$ 38.899.845	\$ 132.951.026
GER-IP-SWI-24	Switch de Datos 19" de 24 Puertos	\$ 12.152.232	\$ 14.582.678	\$ 17.499.214	\$ 21.874.018	\$ 27.342.522	\$ 93.450.664
GER-IP-SW-L1	Licencia 1 Usuario	\$ 7.904.160	\$ 9.484.992	\$ 11.381.990	\$ 14.227.488	\$ 17.784.360	\$ 60.782.990
GER-IP-RT-07V IP	Terminal con Voz de Habitación LL/PR/CAN/MED	\$ 90.438.264	\$ 108.525.917	\$ 130.231.100	\$ 162.788.875	\$ 203.486.094	\$ 695.470.250
GER-IP-RT-07D IP	Terminal con Voz y Display (LL/PRE/CAN/MED)	\$ 35.599.464	\$ 42.719.357	\$ 51.263.228	\$ 64.079.035	\$ 80.098.794	\$ 273.759.878
GER-IP-BC-01H	Conector y Sujección de Pulsador de Cama	\$ 9.771.384	\$ 11.725.661	\$ 14.070.793	\$ 17.588.491	\$ 21.985.614	\$ 75.141.943
GER-IP-PU-07 IP	Unidad de llamada de paciente a sujeción	\$ 17.883.768	\$ 21.460.522	\$ 25.752.626	\$ 32.190.782	\$ 40.238.478	\$ 137.526.176
GER-IP-CL	Lámpara de Pasillo Tricolor	\$ 12.239.712	\$ 14.687.654	\$ 17.625.185	\$ 22.031.482	\$ 27.539.352	\$ 94.123.385
GER-IP-CM-07CIP IP	Módulo Conector Paciente (LLA/PRE/CAN)	\$ 17.144.208	\$ 20.573.050	\$ 24.687.660	\$ 30.859.574	\$ 38.574.468	\$ 131.838.960
GER-IP-EC-07 IP</							



## 7.6 Inversión inicial año (0).

La inversión inicial se estima en \$ \$1.389.387.935. Este monto es la división de la inversión total del inversionista, que incluye la compra de equipos, planes de implementación para mejoras internas en la empresa y la cobertura de necesidades en las distintas áreas de la empresa para potenciar proyectos en nuevos recintos de salud, así como en los sectores antiguos y otros sectores que forman parte del conglomerado de la salud.

## 7.7 Capital de trabajo.

**Tabla 9 Capital de trabajo**

GERION CHILE			
BALANCE GENERAL 31 DICIEMBRE 2023			
Activo circulante		Pasivo circulante	
Caja	\$ 463.129.312	Provedores	\$ 361.349.268
Banco	\$ 463.129.312	Acreedores	\$ 722.698.536
Activos financieros		Documento x Pagar	\$ 463.129.312
Cta x Cobrar	\$ 463.129.312	Intereses x pagar	\$ 3.252.143
Inventario	\$ 361.349.268	Impuestos por pagar	\$ 44.560.402
<b>Total Activo circulante</b>	<b>\$ 1.750.737.203</b>	<b>Total pasivo circulante</b>	<b>\$ 1.594.989.662</b>
<b>Activo Fijo</b>	<b>\$ 38.800.000</b>	<b>Total pasivos fijos</b>	<b>\$ 233.347.542</b>
	\$ 866.844.352		
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>\$ 905.644.352</b>	<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 233.347.542</b>
		Capital	\$ 828.044.352
<b>Total Activo</b>	<b>\$ 2.656.381.555</b>	<b>Total pasivos+ Capital</b>	<b>\$ 2.656.381.555</b>

### Capital de trabajo

Razón del capital de trabajo neto:

Esta razón no es nada más que el capital de trabajo expresado como una proporción de ventas.

$$\text{Razón del Capital de Trabajo} = \frac{\text{Activos Circulantes} - \text{Pasivos Circulantes}}{\text{Ventas}}$$

Para la elaboración del capital de trabajo se realiza el balance general al 31-12-2023, concluyendo que el capital de trabajo es de \$ 155.747.742 con una razón de capital es de un 15% de descuento.

## 7.8 Depreciación de activos (inversiones).

La depreciación se calculará utilizando el método de línea recta durante un período entre 3 y 7 años. La fuente es del SII, en donde existe la nómina con las actualizaciones con el período de depreciación de bienes y servicios.



**Tabla 10 Depreciación de activos.**

Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Amortización/Depreciación Vehículo	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 142.857	\$ 1.714.286
Software, computadores	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 108.333	\$ 1.300.000
Otros Mobiliario	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 2.000.000
Total Depreciación	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 417.857	\$ 5.014.286

Proyección a 5 años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Amortización/Depreciación Vehículo	\$ 1.714.286	\$ 1.714.286	\$ 1.714.286	\$ 1.714.286	\$ 1.714.286	\$ 8.571.429
Software, computadores	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 6.500.000
Otros Mobiliario	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000			\$ 6.000.000
						\$ -
<b>Total de Costos variables</b>	<b>\$ 5.014.286</b>	<b>\$ 5.014.286</b>	<b>\$ 5.014.286</b>	<b>\$ 3.014.286</b>	<b>\$ 3.014.286</b>	<b>\$ 21.071.429</b>

**Fuente: Elaboración propia**

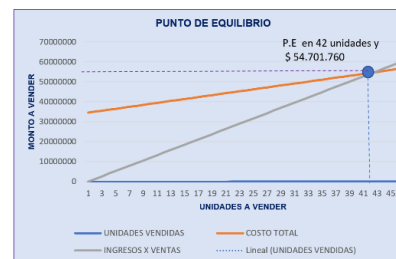
### 7.9 Punto de equilibrio.

**Tabla 11 punto de equilibrio.**

$$PE = CF / (PVu - Cvu)$$

Costo fijo 27 mill + Costo fijo de venta 7.mill

Costo fijo total	\$ 34.539.503
Costo variable	\$ 485.654
Precio de venta	\$ 1.317.617
<b>PE (Unidades)</b>	<b>42</b>
<b>PE monetario</b>	<b>\$ 54.701.760</b>



Según los datos proporcionados, el punto de equilibrio en unidades es de 42 unidades, lo que significa que la empresa debe vender al menos 42 unidades mensuales para cubrir todos sus costos y no tener pérdidas ni ganancias.

Además, el punto de equilibrio monetario es de \$54.701.760, lo que significa que la empresa debe generar ventas por al menos esa cantidad para cubrir todos sus costos y no tener pérdidas ni ganancias. Cabe destacar que esta cantidad podría aumentar en función del aumento de la proyección que es un 20% a 25% en el año 3



## 7.10 Flujo de caja “puro” proyectado a 5 años.

Tabla 12 Flujo de caja

### Flujo Caja Proyectado a 5 años

Año	1	2	3	4	5	Total
<b>Ingresos de Caja</b>	<b>1.011.033.372</b>	<b>1.213.240.046</b>	<b>1.455.888.056</b>	<b>1.819.860.070</b>	<b>2.274.825.087</b>	<b>7.774.846.631</b>
<b>Ventas</b>	<b>1.011.033.372</b>	<b>1.213.240.046</b>	<b>1.455.888.056</b>	<b>1.819.860.070</b>	<b>2.274.825.087</b>	<b>7.774.846.631</b>
<b>Egresos de Caja</b>	<b>783.034.129</b>	<b>860.378.168</b>	<b>1.029.744.861</b>	<b>1.187.594.343</b>	<b>1.461.866.642</b>	<b>5.322.618.144</b>
<b>Compra de Materiales</b>	<b>367.878.459</b>	<b>441.454.151</b>	<b>529.744.981</b>	<b>662.181.226</b>	<b>827.726.533</b>	<b>2.828.985.349</b>
Compra de productos proveedor	361.349.268	433.619.122	520.342.946	650.428.682	813.035.853	2.778.775.871
Materiales instalación.	6.529.191	7.835.029	9.402.035	11.752.544	14.690.680	50.209.479
<b>Costos Variables</b>	<b>323.362.398</b>	<b>388.034.878</b>	<b>465.641.853</b>	<b>485.851.758</b>	<b>588.074.586</b>	<b>2.250.965.473</b>
Sueldos	267.223.773	320.668.528	384.802.233	384.802.233	461.762.680	1.819.259.447
Transporte	4.200.000	5.040.000	6.048.000	7.560.000	9.450.000	32.298.000
Flete	7.200.000	8.640.000	10.368.000	12.960.000	16.200.000	55.368.000
Impuestos de Aduana	21.680.956	26.017.147	31.220.577	39.025.721	48.782.151	166.726.552
Honorarios de Agente de Aduana	9328478,04	11194173,65	13433008,38	16791260,47	20989075,59	71.735.996
Almacenamiento	7.200.000	8.640.000	10.368.000	12.960.000	16.200.000	55.368.000
Otros	6.529.191	7.835.029	9.402.035	11.752.544	14.690.680	50.209.479
<b>Costos Fijos</b>	<b>91.793.272</b>	<b>30.889.139</b>	<b>34.358.027</b>	<b>39.561.359</b>	<b>46.065.523</b>	<b>242.667.321</b>
Alquiler	1.200.000	1.200.000	1,200.000	1,200.000	1,200.000	6,000.000
Electricidad, calefacción, agua	1,440.000	1,440.000	1,440.000	1,440.000	1,440.000	7,200.000
Preparación y mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	3,000.000
Limpieza	4,440.000	4,440.000	4,440.000	4,440.000	4,440.000	22,200.000
Mantenimiento de vehículo	2,760.000	2,760.000	2,760.000	2,760.000	2,760.000	13,800.000
Costos de traslado	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	1,800.000
Insumos de Oficina/Teléfono	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	2,400.000
Teléfono Móvil	<b>420.000</b>	<b>420.000</b>	<b>420.000</b>	<b>420.000</b>	<b>420.000</b>	<b>2.100.000</b>
Conexión a Internet	504.000	504.000	504.000	504.000	504.000	2,520.000
Subscripción pagina web/hosting o ad	144.000	144.000	144.000	144.000	144.000	720.000
Marketing/Publicidad	30.331.001					30.331.001
Gastos de reunión	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	2,400.000
Literatura Técnica	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	2,400.000
Seguros	236.700	236.700	236.700	236.700	236.700	1,183.500
Subscripciones	2.879.999	3.455.999	4.147.199	5.183.998	6.479.998	22.147.192
Gastos de Capacitación	9.463.872					9.463.872
Equipos de informática /implementaci	10.800.000					10.800.000
Gastos menores	480.000	576.000	691.200	864.000	1.080.000	3.691.200
contador	1.200.000	1.440.000	1.728.000	2.160.000	2.700.000	9.228.000
Abogado	1.800.000	2.160.000	2.592.000	3.240.000	4.050.000	13.842.000
otras consultorias	13.200.000					13.200.000
Gastos inesperados 5% de costos fijo	8.093.700	9.712.440	11.654.928	14.568.660	18.210.826	62.240.555
<b>Flujo del mes</b>	<b>227.999.243</b>	<b>352.861.879</b>	<b>426.143.195</b>	<b>632.265.726</b>	<b>812.958.445</b>	<b>2.452.228.487</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>227.999.243</b>	<b>580.861.121</b>	<b>1.007.004.316</b>	<b>1.639.270.042</b>	<b>2.452.228.487</b>	<b>5.907.363.209</b>

Fuente: Elaboración propia



### 7.10.1 - VAN.

La empresa tiene considerado invertir el 50% en un proyecto a 5 años por ende tiene flujos proyectados los que le permitirán abordar la continuidad de la empresa manteniendo el flujo y tener utilidad respectiva. La inversión inicial para el proyecto es de \$ \$ 1.389.387.935 y se espera que los flujos de efectivo anuales sean los siguientes:

**Tabla 13 Valor Actual Neto**

<b>VAN</b>	<b>DATO</b>	<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>\$1.389.387.935</b>
		<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>10%</b>

PERIODO	INGRESO	EGRESO	FLUJOS NETOS	VALOR PRESENTE
0			\$ -1.389.387.935	\$ -1.389.387.935
1	\$ 1.011.033.372	\$ 771.490.653	\$ 239.542.719	\$ 217.766.108
2	\$ 1.213.240.046	\$ 822.509.374	\$ 390.730.673	\$ 322.917.911
3	\$ 1.455.888.056	\$ 929.186.468	\$ 526.701.588	\$ 395.718.698
4	\$ 1.819.860.070	\$ 1.068.219.279	\$ 751.640.790	\$ 513.380.773
5	\$ 2.274.825.087	\$ 1.256.747.416	\$ 1.018.077.671	\$ 632.146.134
6				\$ -
8				\$ -
9				\$ -
10				\$ -
11				\$ -
12				\$ -
13				\$ -
14				\$ -
15				\$ -
16				\$ -
17				\$ -
18				\$ -
19				\$ -
20				\$ -
<b>Total de flujo</b>	<b>\$ 7.774.846.631</b>	<b>\$ 4.848.153.190</b>	<b>\$ 2.926.693.441</b>	<b>\$ 2.081.929.626</b>

Valor Presente de la suma flujos actualizados	\$2.081.929.626
---	-----------------

Valor Presente Neto (VPN)	\$ 692.541.691	\$ 692.541.691
---------------------------	----------------	----------------



La tasa de descuento utilizada para descontar los flujos de efectivo futuros es del 12%.

Conociendo los antecedentes Gerión Chile espera determinar si la inversión de capital le será rentable sabiendo que el capital de trabajo es del otro 50%.

1. Cálculo de la VAN: Utilizándola información proporcionada, podemos calcular la VAN del proyecto. Primero, descontamos los flujos de efectivo futuros utilizando la tasa de descuento del 10%, y luego los sumamos. La fórmula para calcular la VAN es la siguiente:

Por lo tanto, en este caso, la VAN es:

$$\text{VAN} = (\$ 239.542.719 / (1+0.10)^1) + (\$ 390.730.673 / (1+0.10)^2) + (\$ 526.701.588 / (1+0.10)^3) + (\$ 751.640.790 / (1+0.10)^4) + (\$ 1.018.077.671 / (1+0.10)^5) - \$ 1.335.559.675$$
$$\text{VAN} = \$ 692.541.691.$$

Análisis de los resultados: La VAN del proyecto es positiva, lo que significa que se espera que genere un retorno positivo para la empresa. Con una VAN de \$ 692.541.691 podemos concluir que la inversión podría ser viable para la empresa.

Riesgos y limitaciones: Es importante tener en cuenta que la evaluación de la VAN no considera factores como la incertidumbre del mercado o la competencia. Además, la VAN es susceptible a cambios en los supuestos utilizados en la evaluación, lo que puede afectar los resultados y la viabilidad del proyecto.

#### 7.10.2 - TIR.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida financiera que se utiliza para evaluar la rentabilidad de una inversión en términos de la tasa de rendimiento que se espera obtener. Cuando se calcula la TIR, se utilizan los flujos de efectivo netos generados por el proyecto, es decir, los ingresos menos los gastos, sin tener en cuenta los impuestos.

Sin embargo, los impuestos pueden afectar la rentabilidad de una inversión, ya que reducen los ingresos netos del proyecto. Por lo tanto, es importante tener en cuenta los impuestos al evaluar la rentabilidad de una inversión. En este sentido, es común que se realice un



análisis de flujo de caja después de impuestos, que tenga en cuenta los efectos fiscales, antes de calcular la TIR.

#### Tabla 14 TIR

La TIR nos arrojó un 24% sin contar impuestos.

FLUJOS NETOS
<b>\$-1.389.387.935</b>
\$ 239.542.719
\$ 390.730.673
\$ 526.701.588
\$ 751.640.790
\$ 1.018.077.671

7.10.3 - Período de recuperación de la inversión (playback).

#### Tabla 15 Cálculo del período de recuperación

Cálculo el Payback:

Años	Flujo	Flujo Acumulado
1	\$ 239.542.719	\$ 239.542.719
2	\$ 390.730.673	\$ 630.273.392
3	\$ 526.701.588	\$ 1.156.974.980
4	\$ 751.640.790	\$ 1.908.615.770
5	\$ 1.018.077.671	\$ 2.926.693.441

<b>Payback</b>	<b>3,5</b>	<b>Años</b>
----------------	------------	-------------

Nota si este porcentaje aumenta por inversion la recuperacion es a mas años  
En este punto, hemos recuperado la inversión inicial, por lo que el  
Payback es de 3,5 años.

Fuente: Elaboración propia



#### 7.10.4 - Tasa de descuento.

La tasa de descuento es del 10% para elaborar el análisis del proyecto de inversión, la tasa de descuento se utiliza para calcular el valor presente neto (VPN) de los flujos de efectivo futuros asociados al proyecto.

#### 7.10.5 Conclusiones.

#### 7.10.6 Nuestra conclusión del Plan de Negocios.

La elaboración de nuestro plan de negocios con enfoque en la mejora continua y la tecnología como eje central, será un proceso clave para el éxito de cualquier empresa moderna. Es fundamental tener en cuenta que la tecnología es un factor clave para el desarrollo de cualquier negocio y que su uso adecuado puede mejorar significativamente la eficiencia y la eficacia de las operaciones, lo que a su vez puede aumentar la rentabilidad y la competitividad.

Nuestro plan contempla capítulos en donde expones e ilustramos procesos como los que han funcionado para muchos autores del management, como por ejemplo matrices de **CANVAS, PESTEL, FODA, MAPA DE PROCESOS, PORTER, ANSOFF**, así como planes de recursos humanos y planes estratégicos de marketing.

Es necesario definir claramente el objetivo del plan de negocios, que en este caso sería identificar las oportunidades y los desafíos que presenta la tecnología para mejorar continuamente el negocio y aumentar la rentabilidad. Además, el plan de negocios debe incluir un análisis de mercado detallado que permita identificar las tendencias y las necesidades de los clientes, así como la competencia y los factores externos que pueden afectar el negocio.

En este sentido, es importante tener en cuenta que la tecnología no es una solución mágica que resolverá todos los problemas de la empresa. Para lograr una mejora continua, es necesario implementar un sistema de gestión de calidad SGC que permita medir y mejorar constantemente los procesos empresariales. Esto implica la definición de indicadores de



desempeño clave que permitan medir la eficiencia y la eficacia de las operaciones, así como la implementación de procesos de mejora continua que permitan corregir los errores y optimizar los procesos.

Además, es importante tener en cuenta que la implementación de la tecnología también implica una inversión significativa en recursos humanos y financieros. Por lo tanto, el plan de negocios incluye un análisis financiero detallado que permita evaluar la viabilidad del proyecto y determinar la inversión necesaria para implementar la tecnología.

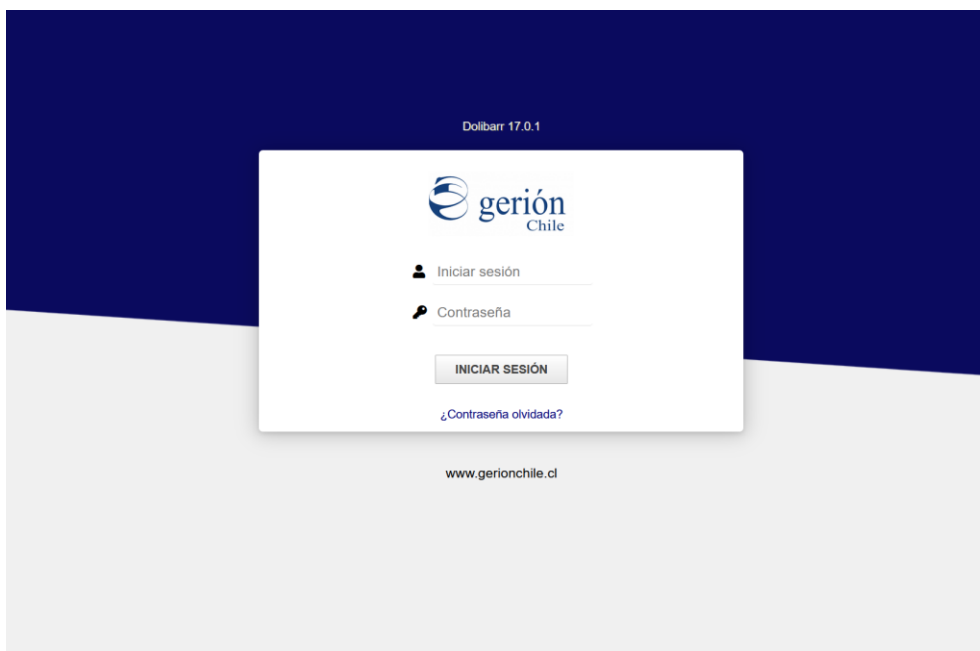
Además de lo anterior es importante mencionar que todos los planes deben ser ejecutados priorizando los ingresos financieros para poder ejecutar el presente plan de negocios.

Con un plan de negocios bien estructurado, una empresa puede aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la tecnología para mejorar su eficiencia, su eficacia y su rentabilidad.

## 7.11 Anexos

### 7.11.1 Implementación de CRM-ERP. Con ingreso de sesión.

#### Ilustración 11 Implementación de CRM-ERP

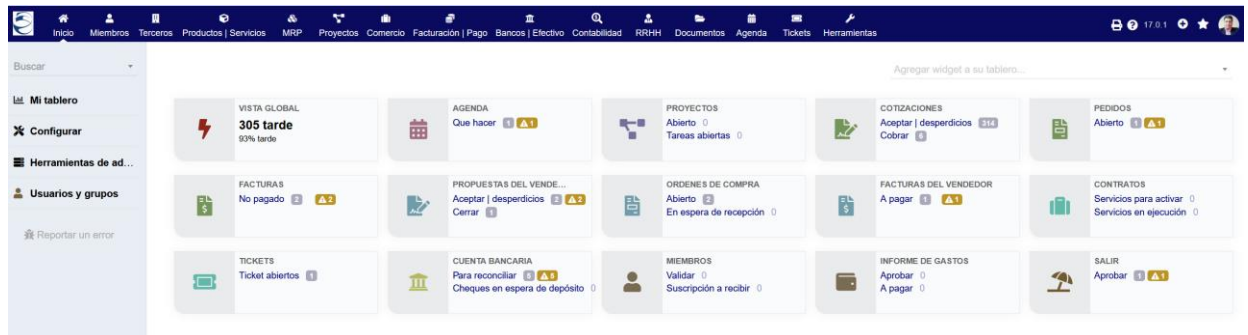




Fuente: Elaboración propia

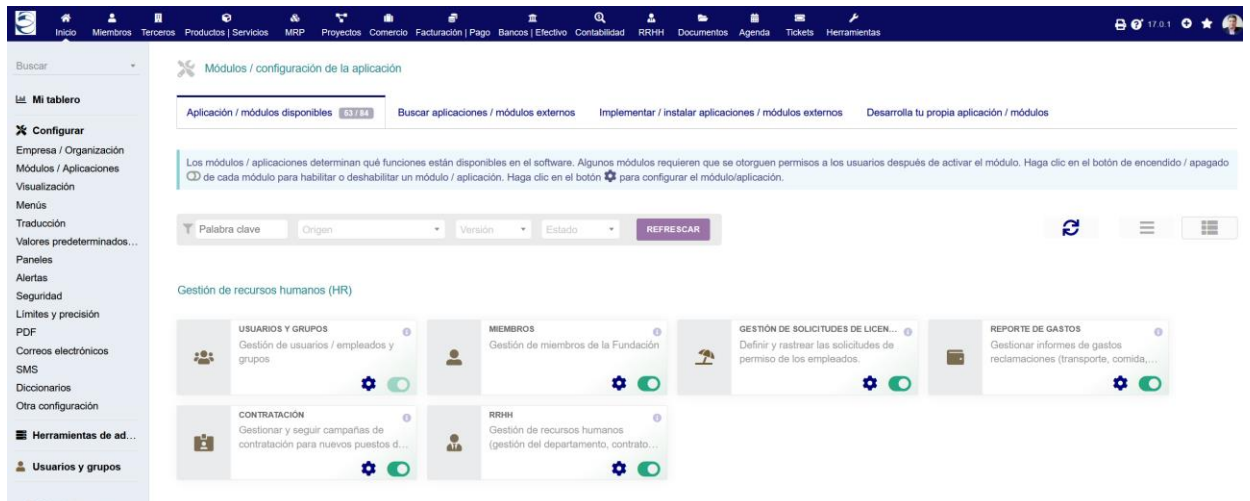
## 7.11.2 Software de gestión integral. incorporación de ERP-CRM

### Ilustración 12 Módulo de incorporación ERP



## 7.11.3 Software aplicado a funciones por áreas.

### Ilustración 13 Áreas de funcionamiento ERP-CERM





Inicio | Miembros | Terceros | Productos | Servicios | MRP | Proyectos | Comercio | Facturación | Pago | Bancos | Efectivo | Contabilidad | RRRH | Documentos | Agenda | Tickets | Herramientas

17/01

Actividad - El último 3 mes rodando

Cotizaciones Validado (cotización abierta)	10	\$1.610.284.482,6100001
Cotizaciones Borrador (debe ser validado)	2	\$17.570.266,96
<b>Total Actividad - El último 3 mes rodando</b>	<b>12</b>	

Facturas de clientes: última 5 modificada

FA2301-0003	MK Ingeniería y Construcción	\$15.141.022,80	09/02/2023
FA2007-0002	Clinica Universidad Católica	\$75.636,00	20/07/2020
FA1901-0001	Clinica Universidad Católica	\$15.341.730,00	05/03/2019

Productos / Servicios: Última modificación 5.

GER-IP-RA-07-...	Rack de datos 19"	351.783	Excl. impuesto	09/10/2022
GER-IP-RA-07-...	Rack de datos 19" ...	374.640	Excl. impuesto	20/03/2023
GER-IP-AC	Modulo de Entrada ...	169.725	Excl. impuesto	09/10/2022
GER-IP-WB2-F	Pulsador localizado...	417.240	Excl. impuesto	09/10/2022
GER-IP-WB2	Pulsera de llamada...	353.394	Excl. impuesto	09/10/2022

Proyectos abiertos

<b>Total Proyectos abiertos</b>	<b>0 Proyectos</b>	<b>0 Tareas</b>
---------------------------------	--------------------	-----------------

Contactos / Direcciones: Última modificación 5

Sandra Torres	Servicio Salud de Viña del Mar Quill...	20/03/2023
Jhon Vidal	MK Ingeniería y Construcción	23/02/2023

Facturas de clientes por mes

Nº de facturas al mes. Importe de facturas por mes (neto de impuestos)

Pedidos de proveedores en espera de recepción

Sin pedidos a proveedor

Información Entrar

Usuario: Mauricio Escobedo

Inicio de sesión anterior: 14/04/2023 19:22

Proveedores: última modificación de 5

SOLTICS SPA (SOLTICS)	09/02/2023
Mescom Soluciones, SL	09/02/2023
Clinica San Antonio Sana Salud (Clínica ...	27/07/2021
CLÍNICA INSTITUTO DE UROLOGÍA Y SEXOLOGÍ...	29/06/2021
Electronic Safety Ingeniería Sociedad Lim...	27/10/2020

## Ilustración 14 Productos instalados en CPM

+56999787615 | ventas@gerionchile.cl | Soluciones Sanitarias Asistenciales

Inicio | Productos | Servicios | Gerion Chile | Partner | Soporte | Contacto

Inicio

Productos

Gerión Chile, proporciona productos para todo tipo de proyecto e implementación de llamado Paciente.

Servicios

Gerión otorga servicios de asesoría e ingeniería a nuestros clientes en todo momento.

Contacto

Para una demo de nuestra solución, solicítala en nuestro momento de ventaja.

¿Te ayudamos con algún proyecto? whatsappemos

Chatea con nosotros




### 7.11.5 Sistema de Llamado

**Ilustración 15 Equipos de Gerión.**



### 7.11.6 Implementación de Osticket para fidelización de clientes y mantenimiento.

**Ilustración 16 Implementación OSTICKET**

Usuario Invitado | [Iniciar sesión](#)

[Inicio Centro de Soporte](#) [Abrir un nuevo Ticket](#) [Ver Estado de un Ticket](#)

## Bienvenido al centro de soporte de Gerion Chile

[Abrir un nuevo Ticket](#)  
[Ver Estado de un Ticket](#)

Para agilizar las solicitudes de soporte y brindarle un mejor servicio, utilizamos un sistema de tickets de soporte. A cada solicitud de soporte se le asigna un número de ticket único que puede usar para rastrear el progreso y las respuestas en línea. Para su referencia, proporcionamos archivos e historial completos de todas sus solicitudes de soporte. Se requiere una dirección de correo electrónico válida para enviar un boleto.



7.11.7 Ingreso del cliente al Osticket para tener respaldo de su postventa.

## Ilustración 17 Ingreso del cliente (posventa)

### Elaboración Propia

gerión Chile Usuario Invitado | [Iniciar sesión](#)

[Inicio Centro de Soporte](#) [Abrir un nuevo Ticket](#) [Ver Estado de un Ticket](#)

### Abrir un nuevo Ticket

Por favor, complete el siguiente formulario para crear un nuevo ticket.

---

**Información contacto**

**Dirección de correo electrónico \***

**Nombre completo \***

Numero de teléfono o celular  
 EXT:

---

**Temas de ayuda**  
Consulta General  \*

---

**Detalle de Ticket**  
Describa su problema

**Resumen de asunto \***

<> ¶ A Aa B / U S ☰ 📎 📺 ☰ ☰ ☰

Detalles sobre el(los) motivo(s) de la apertura del ticket.

📎 Agregar archivos aquí o [elegirlos](#)

Fuente: Elaboración propia





## Ilustración 20 Proyecto desde estudio de planos





## 8 Bibliografía

Aguilar, F. J. (1967). "Scanning the Business Environment". Nueva York, Estados Unidos: Macmillan.

Betancourt, D. F. (26 de Mayo de 2023). Cómo hacer un mapa de procesos: La gestión por procesos al detalle. Obtenido de [www.ingenioempresa.com](http://www.ingenioempresa.com): Ingenio Empresa: [www.ingenioempresa.com/mapa-de-procesos](http://www.ingenioempresa.com/mapa-de-procesos).

Chiavenato, I. y. (2011). Administración de recursos humanos. Mexico: Editorial McGraw-Hill. .

CIPER. (21 de 05 de 2020). CIPER. Obtenido de CIPER CHILE WEB: <https://www.ciperchile.cl/2020/05/20/la-batalla-de-las-camas-criticas-las-cifras-que-alertaron-al-minsal-sobre-el-escaso-aporte-de-las-clinicas/>

Clinicas de Chile. (2020). Clinicas de Chile. Obtenido de [www.clinicas de Chile.cl](http://www.clinicasdechile.cl): [https://www.clinicasdechile.cl/knowledgebase\\_category/estudios-y-analisis/descarga](https://www.clinicasdechile.cl/knowledgebase_category/estudios-y-analisis/descarga)

Congreso, B. N. (17 de 03 de 2023). <https://www.bcn.cl/>. Obtenido de <https://www.bcn.cl/>: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1190336&idParte=10415344&idVersion=2023-03-17>

Congreso, B. N. (s.f.). [https://www.bcn.cl](https://www.bcn.cl/). Obtenido de [https://www.bcn.cl](https://www.bcn.cl/): <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1190336&idParte=10415344&idVersion=2023-03-17>

Druker, P. F. (1954). The Práctica Of Management. Nueva York, Estados Unidos.: Harper & Row Publishers.



Financiero, D. (19 de 01 de 2023). <https://www.df.cl/>. Obtenido de <https://www.df.cl/las-tendencias-tecnologicas-para-2023>: <https://www.df.cl/las-tendencias-tecnologicas-para-2023>

Hubspot.es. (11 de Octubre de 2022). Analisis Pestel. Obtenido de Blog.Hubspot.es: <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-analisis-pestel>

Huerta, D. S. (2020). "Análisis FODA o DAFO" . Madrid España: Bubok publishing S.L.

Infobae. (2023). <https://www.infobae.com/economia/2022/08/22/massa-recorto-el-presupuesto-de-gastos-de-la-administracion-central-en-lo-que-resta-de-2022-en-128000-millones/>. Obtenido de <https://www.infobae.com>: <https://www.infobae.com/economia/2022/08/22/massa-recorto-el-presupuesto-de-gastos-de-la-administracion-central-en-lo-que-resta-de-2022-en-128000-millones/>

Karen Orellana Orellana, Mauricio Escobedo Rozas. (2023). Implementación de tecnología ERP y CRM. Santiago de Chile: Elaboración propia.

MINISTERIO DE SALUD DE CHILE. (01 de 06 de 2021). MINSAL. Obtenido de [www.minsal.cl](http://www.minsal.cl): <https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2023/04/CuentaPublica2020Minsal.pdf>

Porter, M. (1979). "The Five Competitive Forces That Shape Strategy". Boston: Harvard Business Review.

Porter, M. (1986). "Competition in Global Industries". Boston: Harvard Business Press .

Porter, M. (2008). "Competitive Strategy". Nueva York: Simon & Schuster.

Robbins, SP, Coulter. (2013). Fundamentos de la administración. Norteamericano: Pearson.

Romeu, J. L. (1990). "Principio y objetivos del Marketing". Madrid: Ediciones Deusto.



Tercera, D. I. (20 de 12 de 2023). www.latercera.com. Obtenido de la tercera.com:

<https://www.latercera.com/la-tercera-pm/noticia/boric-recibira-seis-hospitales-en-vias-de-concesion-las-dudas-que-abre-en-su-entorno-el-modelo-que-bachelet-opto-por-paralizar/7AJKG4W76JEG7CBIGHBZPVXOHQ/>

Tim Clark, A. O. (2012). Tú modelo de negocios. Deusto.

Westbrook, T. H. (1997). "SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall". "Long Range Planning", 46-52.

## Autorización única para toda memoria presentada en Universidad Gabriela Mistral

### I. Detalle de la memoria

Nombre de los integrantes:	Karen Orellana Orellana Mauricio Escobedo Rozas
Carrera / Magíster/Posgrado:	Ingeniería en Administración de Empresa
Correo electrónico:	<a href="mailto:Mauricio.escobedo@ugm.cl">Mauricio.escobedo@ugm.cl</a> <a href="mailto:Karen.orellana@ugm.cl">Karen.orellana@ugm.cl</a>
Título de la memoria:	Plan de Negocios
Mención a la que opta (si tiene):	Finanzas Corporativa y Control de gestión
Profesor (es) guía(s):	Jorge Javier Castillo Lagos
Materias o descriptores: Asignar conceptos específicos al tema desarrollado en la memoria (máximo 4)	Mejora interna de Empresas
Fecha de entrega a biblioteca (día, mes, año):	/ /

## II. Autorización de publicación


### Autorización para subir documentos digitalizados en el Repositorio Digital UGM

Autorizo a la Universidad Gabriela Mistral para incluir esta memoria en el repositorio digital de la universidad, con el fin de diseminarlo, almacenarlo y preservarlo, 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 autorización por cada uno de los autores de la memoria

		
<b>Uso de embargo</b>	<b>Autorización total</b>	<b>No autorizo</b>

Indique período de tiempo de embargo:

6 meses \_\_\_\_ 1 año \_\_\_\_ 2 años \_\_\_\_