



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral

PLAN DE NEGOCIOS

**IMPORTACIÓN, VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTILLAS CON SISTEMA GPS
INTEGRADO**



INTEGRANTES : NATALIA VILCHES
RENÉ MUÑOZ
DOCENTE : MBA JORGE JAVIER CASTILLO BRAVO

1 índice

2	Introducción	1
3	Descripción del proyecto.....	2
3.1	Descripción del Problema.....	3
3.2	Descripción de la necesidad y oportunidad	3
3.3	Descripción de la propuesta o solución innovadora	4
4	Justificación del proyecto.....	5
5	Ubicación geográfica del Negocio	6
6	Propuesta del modelo CANVAS.....	7
7	Análisis del Macroentorno	8
7.1	Análisis PESTEL	9
8	Análisis del Microentorno	11
9	Análisis Interno.....	12
9.1	Aplicación del modelo de cadena de valor.....	13
10	Análisis situacional estratégico.....	14
11	Descripción del Negocio	15
11.1	Misión:.....	15
11.2	Visión:.....	15
11.3	Valores.....	15
11.4	Descripción del producto/servicio:	17
11.5	Objetivos estratégicos General(es) y Específico(os).....	19
11.5.1	Objetivo General	19
11.5.2	Objetivos Específicos.....	20
12	Estrategia de Negocios	20
13	Ventaja competitiva Tangible e Intangible	21
14	Modelo de Negocio	22
15	Objetivos de Marketing	22
15.1	Objetivo General:	22
15.2	Objetivos Específicos:.....	23
16	Segmentación de Mercado.....	24

16.1	Segmentación Geográfica:.....	24
16.2	Segmentación Demográfica:	25
16.3	Segmentación Psicográfica:.....	25
16.4	Segmentación Conductual:.....	25
17	Estrategia de mix de marketing	26
18	Formulación de matriz de ANSOFF	29
19	Estimación de demanda	30
19.1	Presupuesto de Marketing	33
20	Plan de operaciones	34
20.1	Mapa de procesos de la empresa.....	34
20.2	Carta Gantt	37
21	Presupuesto de Operaciones.....	38
21.1	Plan de Recursos Humanos	40
22	Estructura organizacional de la empresa	40
23	Estructura funcional de la empresa.....	42
24	Estructura legal de la empresa	44
25	Organigrama de la empresa	45
26	Dotación de personal.....	46
27	Las descripciones de cada cargo están compuestas por:	47
28	Perfiles de cargo	48
29	Políticas de la empresa	56
29.1	Política de reclutamiento:	56
29.2	Política de selección:	57
29.3	Política de contratación:.....	57
29.4	Política de inducción:	58
29.5	Política de capacitación:.....	59
29.6	Política de remuneraciones:.....	60
30	Presupuesto de Recursos Humanos	61
31	Objetivos Financieros	62
31.1	Ratios del VAN y TIR	63



31.2	Proyecciones de Ingresos	64
31.3	Costos (Fijos y Variables)	66
31.4	Gastos de administración y Ventas (5 años).	67
32	Inversión inicial Año (0).	68
33	Capital de trabajo	69
34	Depreciación de Activos (Inversiones).....	70
35	Punto de equilibrio	71
36	Conclusión	72
37	Bibliografía.....	73

2 Introducción

“Recorre mis pasos” es una idea de negocios que busca brindar seguridad y tranquilidad a familiares, tutores y curadores de personas que padecen algún tipo deterioro cognitivo moderado o severo, a través de un dispositivo GPS (sistema de posicionamiento global) que permitirá obtener información fiable respecto de la posición física de alguna persona.

Este dispositivo es una herramienta tremendamente útil, además de innovadora, adaptándose muy buena forma a los avances tecnológicos y las tendencias digitales, lo que sin duda alguna podría llevarnos a construir gran parte de nuestro potencial mercado.

Desarrollamos esta idea de negocio innovadora, única y diferente en nuestro país, potenciando distintos aspectos que nos resultan necesarios en las actividades del día a día para entregar un producto más completo. En ese sentido, quisimos enfocarnos en aspectos que nos resultan tremendamente importante cómo la durabilidad de la batería, adaptabilidad a los diferentes climas y que sea capaz de compatibilizar con los distintos dispositivos móviles como teléfonos inteligentes, Tablet y otros.

“Guiamos Pasos Seguros”, es una solución social inspirada en testimonios reales que nos facilitara el control y cuidado de nuestros seres queridos, disminuyendo angustia e incertidumbre de no saber dónde, cómo y cuándo podremos encontrar a una persona extraviada.

3 Descripción del proyecto

La idea de negocio consiste en la importación, distribución y servicio de post venta de una plantilla inteligente para calzado. Está orientado principalmente a adultos mayores que presenten algún deterioro cognitivo medio u avanzado y la finalidad del producto, es facilitar el seguimiento y monitoreo continuo durante las 24 horas del día a familiares, tutores, curadores o centros responsables del cuidado de un adulto mayor.

Esta plantilla y el sistema de GPS incorporado resultan un conjunto discreto y que se ajusta a cualquier tipo de calzado, dónde el usuario no lleve ningún tipo de alarma visible que pueda molestar o ser eliminada, es de fácil instalación y lo único que debemos hacer es volver a poner la plantilla en los zapatos o zapatillas una vez finalizada la carga. La carga se realizará de forma inalámbrica y solo se debe posicionar la suela en el cargador.

El producto tiene un sistema tecnológico que permitirá entrar en un modo de suspensión y este se activará al movimiento más mínimo. Además, la batería tiene una autonomía de 30 horas de actividad continua.

Cómo solución innovadora, no contamos con la inversión necesaria para desarrollar tecnología que nos permita producir las plantillas y desarrollar un sistema de monitoreo de GPS. Por este motivo, determinamos que nuestro proveedor sea del mercado asiático.

Por último, el producto es resistente al agua y está diseñado para soportar todos los entornos a los que suelen estar expuestos nuestros calzados.

3.1 Descripción del Problema

En Chile se estima que la población de adultos mayores se encuentra en el orden de los 3,5 millones, dónde aproximadamente el 7,1% de las personas de 60 años y más presentan deterioro cognitivo. Dicho diagnóstico aumenta de forma exponencial, alcanzando el 13% en las personas entre 75-79 años y 36,2% en los mayores de 85 años.

Según cifras del SENAMA para el año 2014 anualmente 400 adultos mayores se extravían anualmente, cifra que va en aumento cada año en el orden del 9% producto de las accesibilidades para desplazamiento que existen en la actualidad. (Minsal, 2017)

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, resulta imperioso poder contar con una alternativa que nos permita promover el auto cuidado, pero también comprometer a las familias o centros de larga estadía a hacerlos participes del cuidado que requieren los adultos mayores.

Por esta razón desarrollamos la idea de negocio, con la finalidad de que personas autorizadas puedan localizar en tiempo real y de forma remota la ubicación en caso de ser necesario.

3.2 Descripción de la necesidad y oportunidad

La plantilla GPS “Recorre Mis Pasos” surge como una solución necesaria para un problema común que enfrentan los cuidadores y familiares de pacientes/usuarios, con la intención de entregar mayor seguridad a su ser querido. Las personas con algún grado de deterioro cognitivo que a menudo experimentan confusión, desorientación y pérdida de memoria, lo que puede llevar a situaciones peligrosas como extraviarse en lugares desconocidos o abandonar su hogar sin supervisión.

“Recorre Mis Pasos” ofrece una forma efectiva y discreta de monitorear la ubicación del usuario, permitiendo que los cuidadores y familiares estén al tanto de su ubicación en tiempo real y puedan tomar las medidas respectivas para garantizar la seguridad del

paciente, permitiendo así, una oportunidad para mejorar la calidad de vida de las personas con trastornos cognitivos, ya que les permite tener mayor autonomía y libertad de movimiento.

La tecnología de la plantilla GPS también ofrece una oportunidad para optimizar la atención de los cuidadores y reducir su carga de trabajo. Los cuidadores y familiares pueden monitorear la ubicación del usuario en tiempo real, lo que reduce la necesidad de estar siempre presentes y permite una mayor flexibilidad en la gestión del cuidado del paciente.

3.3 Descripción de la propuesta o solución innovadora

“Recorre Mis Pasos” es una solución innovadora para localizar a personas con algún grado de deterioro cognitivo y consiste en el uso de una plantilla con sistema GPS integrado. Esta plantilla está diseñada para ser utilizado en el calzado del paciente, permitiendo que sea discreta y cómoda de usar.

La plantilla GPS se conecta a un dispositivo móvil o una computadora, lo que permite al cuidador o familiar del paciente monitorear la ubicación en tiempo real del paciente. Además, la plantilla cuenta con una función de alerta que notifica a los cuidadores cuando el usuario se aleja de un área segura, como su hogar o un centro de atención para adultos mayores.

La plantilla con GPS es una solución innovadora y efectiva para ayudar a cuidadores y familiares a monitorear la seguridad de personas con algún trastorno o deterioro cognitivo, permitiendo una mayor tranquilidad y seguridad en el cuidado de estos pacientes.

4 Justificación del proyecto

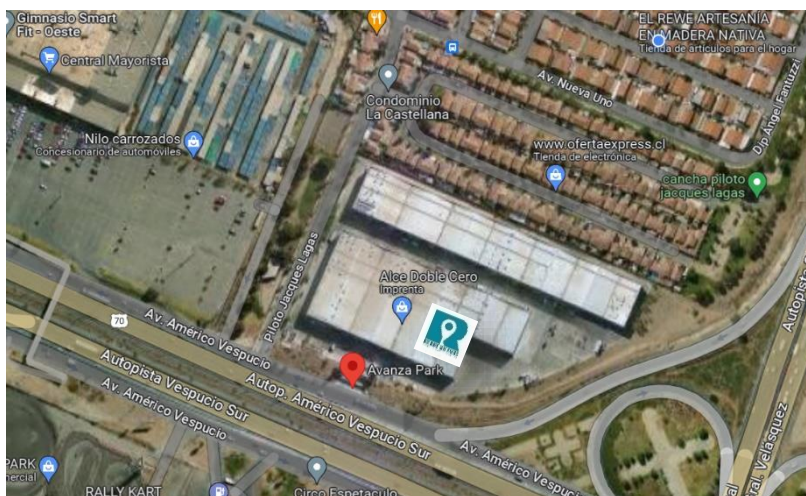
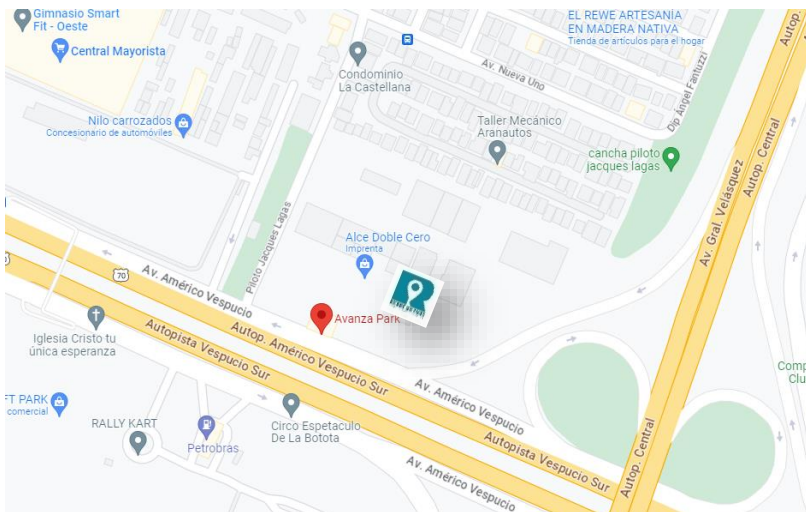
Es una realidad, el conflicto que presentan los cuidadores o tutores de personas que manifiesten algún grado de demencia en la actualidad. Para ello, es importante entender no sólo la forma en que afecta a la persona que padece este diagnóstico, sino que también a los cuidadores, que en su mayoría son familiares de personas que padecen algún tipo de demencia. (Minsal, 2017)

Los problemas más frecuentes percibidos por los cuidadores, es la falta para ellos/as mismos. Le siguen los problemas de salud, dificultades económicas y agotamiento físico. En esa línea, la principal patología que afecta a este grupo son síntomas depresivos clínicos como causa de la dependencia y sobre carga severa que requiere un paciente algún grado de trastorno mental.

Nuestra propuesta “Recorre Mis Pasos” no solo implica la comercialización de un producto innovador, además, busca cubrir una necesidad social que tiene como objetivo poder devolverles un grado de libertad a cuidadores, mediante la utilización de este dispositivo que les permitirá monitorear en tiempo real a su ser querido.

5 Ubicación geográfica del Negocio

Nuestro negocio inicialmente estará centralizado en la región metropolitana y contará con envío a todas las regiones de país mediante servicios de Courier. Para ello, definimos que nuestras oficinas comerciales, sala de venta y centro de almacenaje estarán situadas en un miniparque de bodegas ubicados en la región metropolitana.



Casa Matriz “Recorre Mis Pasos”:

Av. Américo Vespucio 3000, Cerrillos, Región Metropolitana.

6 Propuesta del modelo CANVAS

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS		Nombre Proyecto:	RECORRE MIS PASOS	Fecha:	12-04-2023
Socios Claves: <ul style="list-style-type: none"> - Proveedores de plantillas. - Empresas relacionadas a la venta de insumos medicos. - Centro y plataforma de distribución publicitaria. - Empresas de importación y distribución (Forwarders y Courier). - Empresa de rastreo GPS y servicios tecnológicos. 	Actividades Claves: <ul style="list-style-type: none"> - Contrato suministro con proveedores. - Distribución y despacho. - Publicidad. - Captación y fidelización de clientes. -Servicio de atención al cliente y postventa. -Creación de contenido y plataforma 	Propuestas de Valor: <ul style="list-style-type: none"> - Seguridad - Innovación - Autonomía - Soporte de postventa 	Relación con Clientes: <ul style="list-style-type: none"> - Asistencia al cliente personalizada - Soporte técnico - Actualizaciones y mejoras - Comunicación efectiva 	Segmentos de Clientes: <ul style="list-style-type: none"> - Familias, tutores o curadores responsables. - Instituciones de salud pública, programas comunales o centros de ELEAM (Establecimientos de Larga Estadía para Adultos Mayores). - Residencias Senior. 	
Recursos Claves: <ul style="list-style-type: none"> - Físico: Punto de venta y bodega. - Digitales: Sitio web y RRSS. - Humano: Desarrollador web, operadores, distribuidores, vendedores y asistentes. - Economicos: Capital de trabajo. 		Canales: <ul style="list-style-type: none"> - Propio-Directo: ventas directas en sala, sitio web y RRSS. - Asociado-Indirecto: Venta online a través de distribuidores, asistencia a eventos y ferias comerciales. 			
Estructura de Costos: <ul style="list-style-type: none"> - Importación y distribución del producto. - Arriendo de instalación (oficina, sala de ventas y bodega) - Difusión, marketing y mantenimiento de plataformas digitales. - Servicios básicos de la oficina, bodega y punto de venta. - Personal de trabajo. 			Fuentes de Ingresos: <ul style="list-style-type: none"> - Venta del producto: La principal fuente de ingreso, será mediante la venta de nuestras plantillas con sistema de GPS incluido. - Servicios adicionales: Gestion de seguimiento de datos y notificaciones de seguridad personalizada en geo zonas dinámicas. 		

7 Análisis del Macroentorno

Chile se encamina a una etapa muy avanzada de envejecimiento de la población debido a los bajos niveles de fecundidad, la reducción de la mortalidad a edades tempranas y mayor esperanza de vida. Se estima que hacia el año 2050 la población de adultos mayores equivalga al 32,1% de la población, superando en promedio una expectativa de vida sobre los 85 años.

Esta situación implicará cambios en la composición y estructura de nuestra población. Para ello se deberán implementar nuevas políticas de protección, seguridad social y cuidados que serán necesarios para fortalecer en el contexto a una sociedad más envejecida.

Considerando los antecedentes antes expuestos, concluimos que el macroentorno de la idea de negocio “Recorre Mis Pasos” es favorable, ya que se presenta como una excelente solución, con un enfoque social, ya que por sobre todo, permite transmitir tranquilidad y seguridad a las familias.

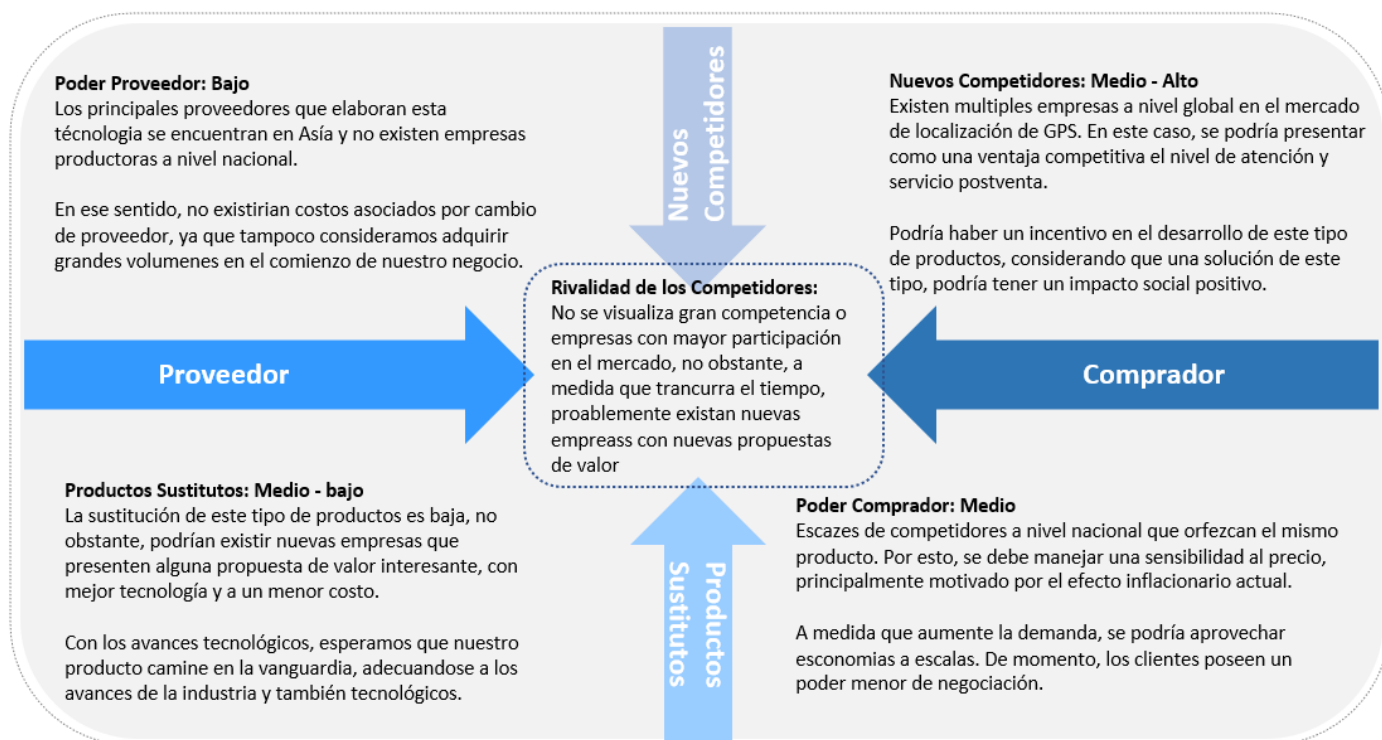
7.1 Análisis PESTEL

IMPACTO	Oportunidades	Amenazas
	FACTORES POLÍTICOS	
P	Medio	El gobierno de Chile ha promovido la implementación de tecnología de asistencia para mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad.
	Medio	El Ministerio Ciencias, Tecnología, Conocimiento e Innovación contribuye a la inserción de Chile en las redes de ciencia y tecnología mundiales ya que son, sin duda, claves para elevar la productividad e impulsar el crecimiento e innovación en proyectos que mejoren la calidad de vida de la población.
	Medio	La ejecución de la Agenda de Innovación y Emprendimiento de Base Científica y Tecnológica; y el diseño de Laboratorios Nacionales de Servicios Tecnológicos; la consolidación de los Centros Tecnológicos para la Innovación; y la implementación del Comité de Institutos Tecnológicos y de Investigación Públicos.
E	FACTORES ECONÓMICOS	
	Alto	El impacto económico del uso del GPS para localización de ubicación en Chile puede ser positivo en términos de la disminución de los costos relacionados con la búsqueda y rescate de personas que se extravían
	Medio	Entre el 2022 e inicios del 2023 Chile a experimentado gradualmente una activación económica post COVID-19 volviendo a la normalidad en sus labores económicas y laborales por lo que las jornadas laborales híbridas o presencial generan una nueva necesidad en los trabajadores que requieren soporte en el cuidado de sus familias.
	Medio	Para 2023, el rango de crecimiento se corrige al alza, hasta 0,5 y +0,5% (entre -1,75 y -0,75% en diciembre)
Bajo		Regulaciones legales: La utilización de GPS para el cuidado de personas puede estar regulada por leyes y regulaciones que establezcan el marco legal para su uso. Estas regulaciones pueden ser emitidas por diferentes instituciones gubernamentales, como el Ministerio de Salud, el Ministerio de Transporte o el Ministerio de Justicia.
S	FACTORES SOCIO - CULTURALES	
	Alto	La sociedad chilena ha aumentando la expectativa de vida. En Chile hay 3.449.362 personas mayores (60 años y más), lo que representa un 18% de la población. A su vez, la esperanza de vida al nacer ha aumentado más de tres años entre los quinquenios 2000-2005 y 2020-2025, al pasar de 77 años a 80,7 años (CEPAL, 2019; Naciones Unidas, 2019)
	Alto	Se estima que actualmente en Chile, el 1,06% de la población (180.000 personas) presentan Alzheimer u otra demencia. En 2050, 3,10% de la población (626.000 personas) tendrá Alzheimer u otra demencia. (Corporación Profesional de Alzheimer y otras Demencias-COPRAD).
	Alto	Los problemas más frecuentes percibidos por los cuidadores corresponden a "la falta de tiempo para ellos/as mismos" (18,6%). Le siguen los "problemas de salud" (12,1%), las "dificultades económicas" (11,1%) y "agotamiento físico y/o psicológico" (10,3%) el agotamiento físico y psicológico aumenta hasta en un 20%. (Minsal 2017).
Alto	Eficiencia en el cuidado: El uso de tecnología GPS puede ayudar a los cuidadores a ser más eficientes en su trabajo, ya que pueden monitorear desde su dispositivo móvil y asegurarse de que lleguen a sus citas y citas médicas a tiempo.	En Chile, hay una legislación sobre la protección de datos personales que debe ser cumplida para el uso de cualquier dispositivo de seguimiento GPS.
		La economía se recuperaría gradualmente en la segunda mitad del año concluyendo con una disminución anual del 0,7 por ciento para 2023, debido en parte a un efecto de base negativo a partir de 2022.
		En el primer semestre del 2023 el Índice de Precios al Consumidor (IPC) anotó una variación mensual de 1,1%, acumulando un incremento de 1,8% al tercer mes del año, y un aumento de 11,1% a doce meses, provocando una reducción del poder adquisitivo de las personas: La inflación puede disminuir el poder adquisitivo y, por lo tanto, dificultar la compra de tecnología GPS.
		- El costo de construcción de torres de telefonía móvil y la instalación de redes de comunicaciones puede aumentar debido a la inflación
		La tecnología GPS puede ser costosa, lo que podría limitar su uso a aquellos que puedan pagarlo.
		La comprensión y aceptación de la tecnología de asistencia puede variar en diferentes grupos sociales.
		Aumentar la sensación de intromisión en la vida privada de las personas, lo que puede afectar negativamente el bienestar psicológico y emocional de la población.

		FACTORES TECNOLÓGICOS	
T	Alto	Chile tiene un nivel avanzado en tecnología de la información y la comunicación (TIC). La tecnología GPS está ampliamente disponible en Chile y es compatible con diferentes dispositivos y plataformas	La necesidad de dispositivos GPS adecuados y confiables para los usuarios.
	Alto	La tecnología GPS de posicionamiento global que puede utilizarse para determinar la ubicación de una persona con un alto grado de precisión en tiempo real se ha convertido en un sistema de uso universal.	Los dispositivos GPS también pueden ser hackeados, lo que permitiría a un atacante acceder a la información de ubicación de la persona monitoreada, lo que podría poner en peligro su seguridad.
	Medio	Debido a su precisión y alcance, el GPS se utiliza en una variedad de aplicaciones, como navegación vehicular, rastreo de activos y, en este caso, seguimiento de personas.	La interferencia de señales, lo que podría afectar la precisión del posicionamiento. Esto puede ser causado por dispositivos electrónicos cercanos, edificios altos, condiciones climáticas puede haber un retraso en la actualización de la ubicación o la ubicación puede ser incorrecta, lo que podría afectar el cuidado de las personas.
	Medio	Chile posee un nivel de liderazgo en América Latina en la productividad científico-tecnológica	La tecnología GPS no es infalible y puede haber fallas técnicas que afecten su precisión o que causen problemas de funcionamiento.
	Medio	Los Avances en la tecnología 4G -5G permite que los usuarios pueden acceder a funciones móviles avanzadas sin problemas de fiabilidad.	El uso de tecnología GPS podría estar limitado en áreas remotas o poco pobladas donde la cobertura de la señal es limitada o inexistente.
	Alto	La era de la microtecnología más capacitada y de bajo costo, que permite ofrecer cuidados "inteligentes", y así obtener mayor independencia"	
		FACTORES ECOLÓGICOS	
E	Bajo	El uso de GPS para el seguimiento de personas puede tener un impacto mínimo en el medio ambiente	La ubicación geográfica de Chile puede presentar desafíos para la conectividad en algunas zonas rurales o remotas.
	Medio		El clima de Chile puede ser extremo en algunas regiones y afectar la funcionalidad del dispositivo GPS.
	Medio		Si se utiliza energía no renovable para alimentar los dispositivos GPS, esto podría tener un impacto negativo en el medio ambiente
		FACTORES LEGALES	
L	Alto	Chile cuenta con una normativa estricta en cuanto a la seguridad y bienestar de las personas con discapacidad. Por lo que es una gran oportunidad para apostar por implementar un sistema mediante el uso de tecnología par ayudar en el cuidado de estas personas.	El uso de dispositivos de seguimiento GPS en Chile está regulado por la Ley N° 19.628, sobre Protección de la Vida Privada que establece ciertas restricciones para la recolección, uso y divulgación de información personal.

8 Análisis del Microentorno

Para efectuar este análisis utilizaremos las 5 fuerzas de Porter, lo que nos permitirá analizar el nivel de competencia dentro del sector dónde se desempeñará “Recorre Mis Pasos”. Esto también nos permitirá formular estrategias para sacar oportunidad del mercado y defendernos antes posibles amenazas.



9 Análisis Interno

En el siguiente análisis se observó que los factores claves o factores críticos de éxito para que la empresa logre una ventaja competitiva con respecto a la posible competencia son las siguientes:

Soporte: Podemos identificar que una de las preocupaciones más grandes al comprar un producto o contratar el servicio corresponde a la garantía y soporte. Es relevante determinar con certeza el up-time del sistema, procedimientos de contingencia ante fallas, solución de dudas e inconvenientes de forma rápida y oportuna. Contar con una buena mesa de ayuda, eficiente y rápida.

Customización: Cada persona solicita distintos ajustes para compatibilizar el producto de acuerdo con las distintas realidades y necesidades. Por ello, resultará una ventaja competitiva la atención efectiva del cliente, junto con el ingreso de pedidos y requerimientos específicos del cliente.

Personal adecuado: Tanto en las ventas como en el desarrollo de aplicaciones, es importante tener un personal eficiente, con experiencia en la industria, para que el cliente sienta una buena y rápida atención a sus requerimientos. Es por ello, que el proceso de reclutamiento resultara muy importante en nuestra planificación.

9.1 Aplicación del modelo de cadena de valor



Fuente: Elaboración propia.

10 Análisis situacional estratégico

FORTALEZAS

- Ofrece una herramienta útil para la localización en tiempo real.
- Implica bajos costos de mantenimiento y operación.
- Ingreso exponencial a mayor cantidad de clientes.
- Producto puede ser distribuido a personas o instituciones fuera de la R.M.



DEBILIDADES

- Sala de venta y CD está ubicado en la R.M.
- Alto costo por concepto de importación e internalización del producto.
- Poca experiencia para expandir nuestro negocio a otras regiones del país.
- Falta evaluación posterior a la compra para medir experiencia en clientes.



OPORTUNIDADES

- Expansión de nuevas salas de ventas a nivel nacional.
- Incorporación de algún programa del estado referentes a exigencias de cuidado para el adulto mayor.
- Mercado joven y en desarrollo.



AMENAZAS

- Rápida evolución de nuevas tecnologías y equipamiento que pueda dejar obsoleto el producto.
- El efecto inflacionario podría impactar la demanda el producto.
- Decreto de alguna ley que impida el monitoreo de alguna persona a través de la tecnología GPS.



11 Descripción del Negocio

“Recorre Mis Pasos” es una IDN desarrollada a partir de las exigencias académicas de nuestra institución. Esta IDN tiene como objetivo la importación y comercialización de plantillas para calzado con sistema de geolocalización GPS incluido.

El mercado al cual pretendemos orientar nuestro negocio es el suministro para atención médica y cuidado de personas que padezcan deterioro cognitivo, a través de un dispositivo tecnológico y de fácil conexión. Este proyecto lo orientamos a la comercialización directa mediante nuestras plataformas, sala de venta, instituciones de salud públicas, corporaciones municipales, centros ELAM y centros de estadías senior.

11.1 Misión:

Comercializar un producto tecnológico enfocado en la seguridad de personas que presenten algún grado de deterioro cognitivo a través de un diagnóstico clínico/médico, que nos permitan satisfacer la necesidad de tranquilidad y confianza a sus familias.

11.2 Visión:

Ser la principal compañía a nivel nacional proveedora de soluciones para rastreo de personas con algún deterioro cognitivo a través de la utilización de plantillas para calzado con sistema de GPS incluido (MSPY).

11.3 Valores

Responsabilidad: Comunicamos clara y oportunamente toda la información que impacte en el desempeño de la organización y sus personas.

Nos hacemos cargo de las diferentes tareas con compromiso y orientación hacia la calidad de los resultados, identificando oportunidades de mejora con foco en los objetivos y entregando una retroalimentación de forma clara y oportuna, haciendo buen uso de la confianza recibida.

Respeto por las personas: Reconocemos la dignidad de las personas y nos preocupamos por ellas.

Entregamos un buen producto y servicio, sin importar quién sea el solicitante. Procurando estar atentos a las necesidades y preocupándonos de nuestro entorno, entendiendo el aporte que genera cada persona en nuestra sociedad.

Excelencia: Nos esforzamos por hacer bien el trabajo, siendo eficaces y eficientes en nuestros procesos, buscando constantemente oportunidades de mejora e innovación en nuestra propia gestión. Esto a nivel de nuestros equipos de trabajo y como en la calidad de los servicios que ofrecemos de cara a nuestros clientes.

Colaboración: Valoramos el trabajo colaborativo entre los integrantes de nuestra empresa, socios comerciales y clientes a fin de poder lograr el éxito juntos.

11.4 Descripción del producto/servicio:

Material	Tela de terciopelo Anti-swear + eva + sistema de calefacción Carcasa de alta resistencia
Tamaño	W/M, ajuste para adaptarse a los pies
De la batería	Baterías recargables de polímero de litio de 2300mah (largo tiempo de uso)
Cable USB	Puede funcionar a-40 °C
Tiempo de trabajo	Mantener la calefacción durante más de 4 horas
Temperatura	55-60°C
Ajuste	
Vida útil de la batería	300 ciclos
Embalaje	Blister o caja de papel impreso

Tiempo de carga	6 horas
Voltaje de la batería	3,7 V
Capacidad de la batería	2300mAh
Voltaje de trabajo	3,0-4,2 V
Sobre carga de protección de	4,2 V
De protección de descarga Volt	3,0 V
Vida útil de la batería	300 ciclos

Las plantillas estarán disponibles en 4 tamaños, permitiendo la adaptabilidad a cualquier tipo de calzado. Esto se podrá realizar recortando la parte superior de la plantilla que viene delimitada según el número de calzado del usuario.



La plantilla mediana (S-M) se podrá ajustar a los tamaños de calzados femeninos, incluyendo la adaptación para calzado que habitualmente es de uso infantil.

La plantilla grande (L-XL) se podrá recortar en la parte superior para ajustar la plantilla a los distintos tamaños de calzado, principalmente el masculino.

Si bien la plantilla es un poco más gruesa en dimensión que las que habitualmente incluyen la compra de calzado, no provocan alguna incomodidad al usuario.

La plantilla GPS siempre estará activa, a través del modo de ahorro de energía automático que tiene incorporado, que consta con una batería de larga duración que permite la autonomía durante 30 horas de uso continuo.

Considerando un uso de 2 a 3 horas diarias, la autonomía de la batería podría tener una durabilidad o autonomía hasta las 2 semanas. La plantilla utiliza un GPS y tecnología celular 4G, por lo que requerirá un plan de servicio básico para funcionar, muy similar al funcionamiento de un teléfono inteligente.

11.5 Objetivos estratégicos General(es) y Específico(os)

Dentro del desarrollo de la IDN identificamos algunos objetivos de tipo general y específicos que nos permitirán implementar de forma correcta las estrategias que nos facilite la comercialización de nuestro producto de forma efectiva para lograr una amplia aceptación por parte del público objetivo.

11.5.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para una empresa dedicada a la importación y comercialización de plantillas con sistema GPS incluido, que permita aprovechar las oportunidades que presenta el potencial mercado, orientándolo a un enfoque social basado en la experiencia de familias, tutores y curadores.

11.5.2 Objetivos Específicos

Análisis del Mercado: En este caso integrador buscaremos determinar mediante el análisis del sector, las distintas variables que podrían influir en nuestra idea de negocio y desarrollar un correcto plan de marketing que interactúe de forma óptima con la demanda del mercado.

Análisis Administrativo: Buscaremos definir las principales características para el personal que llevara a cabo nuestra operación compuestos por el personal ejecutivo, los empleados y las organizaciones que interactúen directamente con nuestro proyecto.

Análisis Económico: En este punto analizaremos las características económicas con las que debe contar la IDN desde el punto de vista de la inversión, capital de trabajo, presupuesto de ingresos, análisis de costos, presupuesto de personal, gastos y tributos.

Análisis Financiero: Intentaremos determinar las necesidades de los recursos financieros a través de la elaboración de flujos de caja proyectados, estados de resultado y balances.

Análisis de Riesgos: Es sumamente importante poder determinar los potenciales riesgos del mercado, técnicos de nuestro producto, económicos y financieros.

12 Estrategia de Negocios

“Recorre Mis Pasos” busca desarrollar plantillas de alta calidad, duraderas y precisas, que satisfagan las necesidades de nuestro mercado objetivo, diferenciarse en el mercado a través de la eficiencia, calidad e innovación en su servicio al cliente y en sus productos. También busca lograr una rentabilidad superior al 30% para garantizar la sostenibilidad del negocio. En cuanto a las políticas operacionales, nos enfocaremos en la calidad y mejora continua de los procesos para garantizar un producto final óptimo.

13 Ventaja competitiva Tangible e Intangible

Las ventajas competitivas tangibles: “Recorre Mis Pasos” incluyen la innovación y calidad en su producto, que se diferencia de otros productos similares en el mercado. Además, la empresa cuenta con una estrategia de precios adecuada para el mercado objetivo y una estrategia comunicacional bien definida para promocionar su producto.

- Bajo costo de implementación y operación.
- Flexibilidad en la gestión de personal en terreno.
- Mejora en la calidad del servicio al cliente

Las ventajas competitivas intangibles: incluyen la eficiencia y calidad en nuestro servicio al cliente, lo que genera confianza y fidelidad por parte de los consumidores. La empresa también se enfoca en brindar un servicio postventa adecuado, lo que garantiza la satisfacción del cliente. Además, el compromiso social y con la comunidad es una ventaja intangible que puede generar una imagen positiva de la empresa en el mercado.

- Innovación tecnológica y capacidad de adaptación a las necesidades del mercado.
- Alianzas estratégicas con empresas de y reputación en el mercado.
- Capacidad para ofrecer soluciones personalizadas y adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente.
- Equipo altamente capacitado y comprometido con la calidad del servicio.

14 Modelo de Negocio

Para nuestro modelo de negocio utilizaremos el modelo CANVAS, dónde podremos determinar distintos aspectos cómo la propuesta de valor de “Recorre Mis Pasos”, definir objetivos estratégicos y métricas a nivel de impacto social que podría tener nuestro producto.

Definir como satisfacer la necesidad de mercado, resulta tremendamente importante para que nuestro proyecto tenga el éxito esperado.

15 Objetivos de Marketing

En este capítulo definiremos cuáles serán los objetivos generales y específicos para desarrollar nuestro proyecto y plan de marketing. Adicionalmente, definimos que estos sean medibles y cuantificables.

15.1 Objetivo General:

Desarrollaremos un plan de marketing para “Recorre Mis Pasos”, con la finalidad de lograr el posicionamiento y reconocimiento de la marca. También buscaremos fortalecer nuestra presencia a nivel nacional en el mercado de soluciones medicas tecnológicas.

Definir la estrategia de cobertura de “Recorre Mis Pasos”

Establecer el reconocimiento y posicionamiento de la marca “Recorre Mis Pasos”.

Aumentar la participación en el mercado de nuestra empresa.

15.2 Objetivos Específicos:

Estrategia de Cobertura:

Los objetivos que plantearemos nos ayudaran a guiar la inversión inicial y el desarrollo de nuestro proyecto. Estos objetivos, nos proporcionaran indicadores claros para evaluar el éxito del proyecto.

Establecer acuerdos con proveedores de materiales confiables y establecer un sistema de gestión de inventario efectivo dentro de los primeros 3 meses del proyecto.

Desarrollaremos un prototipo funcional de las plantillas con GPS, con el objetivo de probar su funcionalidad dentro de los primeros 6 meses del proyecto.

Construir lazos con el proveedor adecuado, esto se realizará dentro de los primeros 12 meses del proyecto, así podremos evaluar al proveedor y su continuidad.

Realizar pruebas y ajustes en las plantillas, pruebas de calidad en cada lote y realizar ajustes necesarios para mejorar la funcionalidad de las plantillas, dentro de los primeros 18 meses del proyecto.

Recuperar la inversión inicial, generando suficientes ingresos para cubrir los costos de producción, marketing y otros gastos. Esperamos alcanzar la rentabilidad esperada dentro de los primeros 24 meses del proyecto.

Utilizaremos una estrategia de cobertura exclusiva. Esto porque la empresa está ubicada en un sector de fácil conectividad dentro de la Región Metropolitana, sin embargo, a través de nuestro canal de venta web podremos ofrecer productos con cobertura a nivel nacional.

Con objetivo en la estrategia de Marketing Mix (producto-precio-distribución-promoción) esperamos abarcar todos los segmentos de nuestro público objetivo. La fidelización de clientes mediante la excelencia en el trato y servicio de post venta nos permitirá diferenciar nuestro producto.

Reconocimiento y Posicionamiento de la marca:

El posicionamiento de nuestra marca “Recorre Mis Pasos” dentro de nuestros clientes, será de una empresa innovadora en alternativa de geolocalización, a través de un producto de excelente calidad, fácil manejo y alta durabilidad.

Nuestro reconocimiento a nivel virtual nos permitirá posicionarnos como una empresa líder que brinda una solución médica, social y tecnológica.

Aumentar la participación en el mercado: Diseño de estrategia de publicidad que permita incrementar la visibilidad de la empresa. Adicionalmente, determinar alguna estrategia dirigida a canales de venta B2C para aumentar la tasa de participación en el mercado nacional.

16 Segmentación de Mercado

A continuación, desarrollaremos la segmentación de mercado que nos permitirá agrupar y dividir a nuestros consumidores en base a una o más variables. Esperamos que la información obtenida nos permita adaptar nuestras estrategias de marketing con un enfoque en la necesidades y preferencias específicas de cada segmento.

16.1 Segmentación Geográfica:

En relación con la segmentación geográfica, no tenemos un segmento definido a alguna región o ubicación específica.

Lo anterior, se debe a que los clientes se podrán desplazar directamente a nuestra sala de ventas ubicado en la Región Metropolitana, pero también, nos podrán contactar a través de nuestra página WEB, cualquier tipo de persona o empresa podrá adquirir nuestro producto, siempre y cuando se responsabilicen por los costos de envío según el courier definido.

16.2 Segmentación Demográfica:

Una variable relevante para determinar el perfil de nuestros potenciales consumidores es la segmentación demográfica. Nuestro potencial género es el femenino, esto lo explica un poco por que del 95% de los cuidadores de adulto mayor, el 74,9% corresponde a mujeres. Respecto de la edad, estimamos que también el público objetivo es el de adultez (27-59 años) por la responsabilidad que implica esta función.

Por último, el nivel socioeconómico objetivo es a partir del nivel C2 (clase media típica) hacía arriba, ello por el costo de adquisición que tendría nuestro producto, principalmente por las características de este.

16.3 Segmentación Psicográfica:

En esta variable al igual que en el punto anterior, definimos que nuestro público objetivo es a partir de la clase social C2 hacía arriba, incluyendo las clases AB, C1a y C1b. Otras variables de esta segmentación que podrían influir es la motivación por la compra y tranquilidad que les podría generar la adquisición de nuestro producto a la hora de cuida a su ser querido.

16.4 Segmentación Conductual:

Con la utilización de esta variable, nos permitiría dividir el comportamiento de nuestros clientes, el reconocimiento hacia nuestra marca, su actitud hacia nuestro producto y la disposición de adquirirlo.

En varios aspectos la segmentación conductual se mezcla con la segmentación psicográfica para conformar una sola variable. Si logramos comprobar la relación estadística entre ambos segmentos, podremos concluir que las personas poseen y utilizan características psicográficas para definir un segmento en particular.

En virtud de lo anterior, definiremos una segmentación conductual por beneficio. Localizando clientes que busquen un beneficio mayor que les permita valorar nuestra innovación, calidad y servicio.

17 Estrategia de mix de marketing

Estrategia de Producto:

A través de una venta de un producto de calidad, en “Recorre Mis Pasos” nos enfocamos en mejorar la experiencia de nuestros clientes. Posiblemente la personalización de la plantilla y un eventual desarrollo de nuevas líneas de producto podrían satisfacer las expectativas del público objetivo.

Para ello, nuestro producto contara con algunas características que a nuestro juicio podrían presentar una ventaja competitiva. Dentro de estas características podemos mencionar: Material resistente; hermético; seguro; confort y diseño; batería recargable incorporada y sistema operativo.

Nuestra estrategia se basará en la diferenciación del producto. Esto implica lograr que nuestro producto sea único y diferente a los de la competencia.

En el caso de la plantilla con GPS incorporado, nos diferenciaremos como producto a través de características exclusivas, como una mayor precisión en la geolocalización, una mayor duración de la batería, una mayor comodidad y una mejor integración con otros dispositivos tecnológicos. Además de ofrecer a los clientes una experiencia de compra exclusiva, que incluya un servicio de atención al cliente personalizado de venta y post venta con la finalidad de fidelizar y aumentar la lealtad de los clientes.

Estrategia de Precio:

Para poder determinar el precio de nuestro producto, necesitaremos comprender el escenario actual del mercado a nivel nacional. Esto, porque el precio es uno de los principales factores que evalúa el consumidor para decidir si efectuar o no la compra.

Adicionalmente, para definir nuestra estrategia de precio necesitaremos ponderar los costos asociados a la importación, internalización, almacenaje y también los posibles productos competitivos o sustitutos que determinaran el precio final de venta de nuestro producto.

En virtud de lo anterior, utilizaremos una estrategia de precio de penetración. Esta estrategia implica establecer precios bajos para nuevos productos con la finalidad de aumentar la participación de mercado. Junto con la estrategia de precio de penetración, complementaremos con una estrategia de promoción que sería una estrategia Pull.

Con la estrategia Pull, nos enfocaremos en atraer a los clientes hacia el producto a través de promociones y publicidad. En este caso, consideraremos utilizar publicidad en línea y en medios tradicionales, promociones de venta, eventos de lanzamiento del producto, y otros medios para atraer a los clientes hacia nuestro producto a un precio reducido.

De esta manera, al utilizar las estrategias antes mencionadas podríamos atraer a los clientes hacia nuestro producto y aumentar la participación de mercado, con la expectativa de que una vez que los clientes prueben las plantillas y experimenten sus beneficios, puedan estar dispuestos a pagar un precio más elevado en el futuro.

Estrategia de Promoción:

El objetivo de la estrategia de promoción se enfoca en la creación de valor y de una experiencia positiva para el cliente, asociada a nuestra marca en el largo plazo.

A través de promociones y publicidad, mediante la estrategia Pull buscaremos generar una demanda por parte del cliente. De esta manera, esperamos que el cliente se sienta atraído hacia el producto y busque adquirirlo.

Nuestra estrategia se centrará en la publicidad a través de canales digitales y de medios tradicionales como la radio, utilizando publicidad efectiva en línea, anuncios en redes sociales, Google Ads y otros medios digitales relevantes para nuestro público objetivo. Por otra parte, se podría también determinar la participación en ferias de carácter social, que tengan un enfoque al trato y cuidado del adulto mayor.

Cómo se trata de un producto innovador en el mercado, pretendemos anticiparnos a que lo implementen otras empresas. Para ello, definimos realizar un evento de lanzamiento para la prensa especializada de rubro tecnológico y social.

Estrategia de Plaza:

En una primera etapa, orientaremos la comercialización de nuestro producto a que se realice por 3 canales.

1. **Venta en línea:** Añadir una tienda en línea para que los clientes puedan comprar la plantilla desde cualquier lugar y en cualquier momento.
2. **Venta directa:** Vender directamente a los clientes a través de tiendas físicas o pop-up stores. Esto puede ayudar a generar interés en el producto y a proporcionar una experiencia de compra personalizada.
3. **Alianza estratégica:** Establecer alianzas estratégicas con empresas complementarias, como distribuidores de artículos médicos con oficina de ventas en cada región o centros de larga estadía, podría ayudar a aumentar la visibilidad de nuestro producto.

En una segunda etapa planificamos expandir la distribución a nuevas regiones geográficas, de esta forma, podemos llegar a un público más amplio y aumentar la participación en el mercado.

18 Formulación de matriz de ANSOFF

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	<p>RMP podría aumentar la participación en el mercado actual. Este aumento podría tener relación con el desarrollo o comercialización de nuevos formatos que busquen satisfacer la misma necesidad.</p> <p>Para ello, buscaremos definir nuevas estrategias que permitan comercializar productos complementarios con la misma funcionalidad,</p>	<p>RMP podría implementar una nueva línea de negocio que tenga relación con planes asociados al producto o el envío de reportes de movilidad a los tutores designados.</p> <p>Para ello será necesario investigar nuevos servicios y con nuevas tecnologías a fin de determinar la viabilidad de comercialización de estos.</p>
	NUEVOS	<p>RPM podría explorar en nuevos mercados con nuestro producto actual, no sólo para personas con deterioro cognitivo, sino también, a un mercado orientado a personas con TEA, depresión endógena o que padezcan algún grado de adicción.</p> <p>Para ello será necesario investigar nuevos productos y con nuevas tecnologías a fin de determinar la viabilidad de comercialización de</p>	<p>RMP podría comercializar nuevos productos relacionado con nuestra línea de negocio actual ofreciendo nuevos formatos (colgantes o banda electrónica) para satisfacer la misma necesidad.</p> <p>Adicionalmente, se podría expandir esta idea de negocio a otros mercados, fuera del mercado nacional ya que la necesidad es global.</p>

19 Estimación de demanda

Con el objetivo de conocer las preferencias de consumo de los potenciales clientes de nuestra idea de negocio, definimos estimar el tamaño de mercado a través de la metodología TAM-SAM-SOM, la cual lleva asociada tres mediciones que resultaran claves para “Recorre Mis Pasos”.

- Mercado total de personas adultos mayores en la Región Metropolitana (TAM).
- Mercado de personas adultos mayores en la Región Metropolitana y que pertenecen al nivel socioeconómico AB – C1a – C1b – C2, que además se encuentran en situación de dependencia (SAM).
- Mercado de personas en situación de dependencia y que tienen diagnóstico clínico de deterioro cognitivo. Además del % del tutor o cuidador que reside dentro o fuera del hogar (SOM).

Esta información para estimar el mercado es muy importante, ya que nos permite dimensionar el potencial del nuestro proyecto y su proyección.

Para realizar los cálculos de los mercados anteriormente indicados, se basó en la información entregada en artículos publicados en un estudio realizado por la facultad de medicina de la Universidad Católica. (Católica, 2019)

Mercado Total

El tamaño del mercado total, de nuestra idea de negocio, será definido como la cantidad de población que presentan algún tipo de discapacidad.

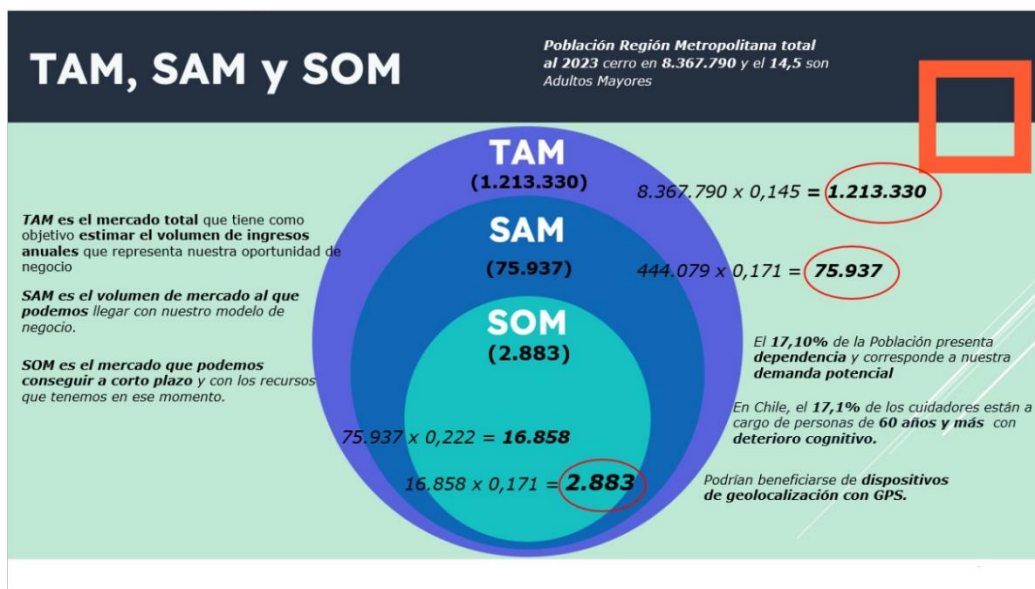
La población de Chile cerró el año 2021 en 19.493.184 habitantes. La cantidad de personas adulto mayor en la región metropolitana corresponde al 14,5% del total de la población (8.367.790 habitantes). Con esto, podemos indicar que nuestro TAM corresponde a 1.213.330 personas. (Datosmacro.com, 2021)

Mercado que podemos servir

Para estimar el mercado al cual podemos servir, se considerará la cantidad de personas adulto mayor y que corresponden a los grupos socioeconómicos AB (4,2%), C1a (10,2%), C1b (8,3%) y C2 (13,9%), cuya edad sea superior a 60 años. A partir de esta información, se tiene que la cantidad de adultos mayores que tienen sobre 60 años corresponde al 36,6% y cuyas personas se encuentran diagnosticadas con deterioro cognitivo que representan el 17,1% de esta población. Dado lo anterior, nuestro mercado SAM corresponde a 75.937 personas.

Mercado que podemos conseguir

El mercado que podemos conseguir se estimara por la cantidad de personas con diagnóstico de deterioro cognitivo y en situación de dependencia que representan el 22,2% de esta población. Adicionalmente, el 22,2% de la población sobre 60 años y que se encuentra al cuidado de un tutor o cuidador que reside dentro o fuera del hogar representan el 17,1% de la población. De acuerdo con el análisis antes expuesto, determinamos nuestro mercado SOM que podemos conseguir en el corto plazo es de 2.883 personas. (Medina, 2023)



Pronóstico de ventas

El pronóstico de ventas se basa en el análisis de la demanda y las tendencias que se presentan en el mercado. En este caso utilizamos el método de incremento absoluto para pronosticar las ventas futuras, este método implica un aumento anual en las ventas del 8%.

Es importante tener en cuenta que el pronóstico de ventas es una estimación y puede estar sujeto a cambios debido a factores externos, como la competencia, la volatilidad económica y los cambios en las tendencias del mercado. Por lo tanto, es importante revisar y actualizar regularmente nuestro pronóstico de ventas, a fin de identificar oportunamente algunas desviaciones que se pudiesen presentar.



Método de incremento absoluto

Periodo	Año	Venta en unidades - Producto	Incremento
1	2023	2.883	
2	2024	3.114	231
3	2025	3.363	249
4	2026	3.632	269
5	2027	3.922	291
6	2028	4.182	260
	Total		1.039

Cálculo Pronóstico 2028

$$\text{Promedio Pr I.A.} = \frac{\text{Total I.A.}}{n-1} = \frac{1.039}{4} = \mathbf{260}$$

* Para el pronóstico de ventas se considero un aumento anual en ventas del 8%

19.1 Presupuesto de Marketing

El principal objetivo del plan de marketing es lograr conocimiento de nuestra marca y posicionamiento en el mercado, el presupuesto de marketing será mayor al inicio, siendo considerado en la inversión inicial para posteriormente, convertirse en un gasto mensual.

A continuación, se muestra en la siguiente tabla la estimación de la inversión inicial para el plan de marketing, donde se consideran principalmente los costos asociados a la página web, logo y marca además de publicidad en RRSS y otros:



Categorías	Presupuesto Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Diseño Pagina Web	1.000.000	1.000.000											
Mantenión Pagina Web	600.000	200.000				200.000				200.000			
NIC	54.750	54.750											
Hosting	65.331	65.331											
Carro de compra	240.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Campaña RRSS	348.000	58.000		58.000		58.000		58.000		58.000		58.000	
Diseño logo	65.000	65.000											
Radio	360.000	180.000						180.000					
Eventos	1.500.000	1.000.000			250.000				250.000				
Community Manager	3.000.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
Total	7.233.081	2.893.081	270.000	328.000	520.000	528.000	270.000	508.000	520.000	528.000	270.000	328.000	270.000

20 Plan de operaciones

En el siguiente plan de operaciones, se contemplan todos los aspectos necesarios para garantizar la calidad y la eficiencia en la importación, distribución y servicio postventa de “Recorre Mis Pasos” Entre los aspectos clave del plan se encuentran el diseño y desarrollo de las plantillas, el control de calidad, el almacenamiento y distribución, En general, nuestro plan de operaciones considera los aspectos clave necesarios para garantizar el éxito del negocio.

20.1 Mapa de procesos de la empresa

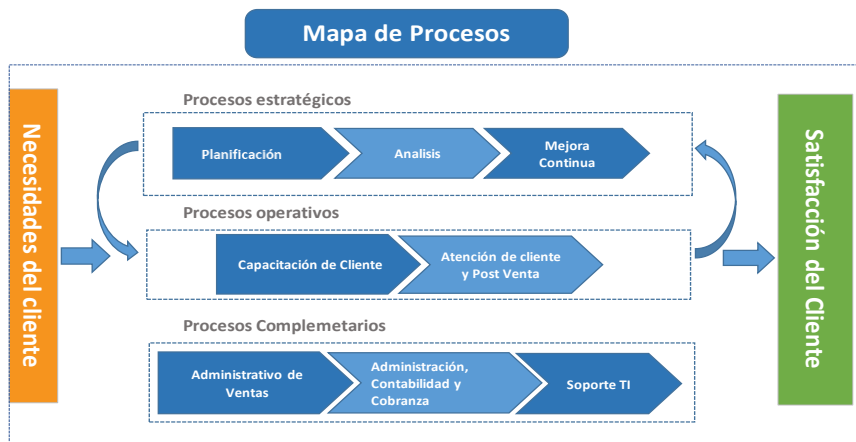
En nuestra empresa “Recorre Mis Pasos” desarrollaremos los tres procesos fundamentales:

Procesos estratégicos: Estos procesos están dirigidos por la gerencia; es decir, por el área administrativa que llevará una ardua tarea de planificación, análisis, medición y mejora continua en los procesos. Permitirá establecer estrategias apropiadas para cumplir los objetivos establecidos.

Procesos operativos: Nuestra prioridad como empresa es tener un cliente satisfecho, esta satisfacción se medirá a través de pequeñas encuestas telefónicas las cuales están estarán confeccionadas para tener claridad en las oportunidades de mejoras, por ello es fundamental brindar una experiencia agradable.

Procesos complementarios: Son todas las actividades que van de la mano con la gestión de cada área, esto con la finalidad de ser más eficientes, productivos y fidelizar a más clientes a nuestra marca.

A continuación, se presenta el mapa de procesos para nuestra empresa “**Recorre mis pasos**”.



Investigación de proveedores: Proceso de investigación y análisis de proveedores de plantillas con GPS en diferentes países y regiones del mundo.

Selección de proveedores: Proceso de selección de los proveedores más adecuados y confiables de plantillas con GPS, basado en criterios como calidad, precio, plazos de entrega y reputación.

Negociación y contratación: Proceso de negociación y contratación de acuerdos con los proveedores seleccionados, incluyendo el establecimiento de precios, términos de pago, plazos de entrega y garantías.

Fabricación de las plantillas: Proceso de fabricación de las plantillas con GPS, incluyendo la selección de materiales y la incorporación de los dispositivos de GPS.

Pruebas de calidad: Pruebas de calidad para asegurarse de que las plantillas cumplen con los estándares de calidad y funcionan correctamente.

Trámites de importación: Proceso de trámites de importación, incluyendo la obtención de documentos como facturas comerciales, certificados de origen y permisos de importación.

Recepción de mercancías: Proceso de recepción en el almacén de la empresa, incluyendo la inspección y verificación de la calidad y cantidad de las mercancías recibidas.

Almacenamiento y gestión de inventario: Proceso de almacenamiento y gestión del inventario, incluyendo el control de inventario, la rotación de existencias y la gestión de pedidos.

Gestión de servicio y de relación con el cliente:

Recepción de pedidos: Proceso que incluye la recepción de pedidos por parte de los clientes.

Verificación de la información: Verificación de la información proporcionada por el cliente, incluyendo la talla de la plantilla y los detalles de envío.

Proceso de gestión de la relación con el cliente, incluyendo la recopilación de comentarios y sugerencias de los clientes y la implementación de mejoras en el producto y el servicio.

Ventas y distribución: Proceso de venta y distribución a los clientes, incluyendo el procesamiento de pedidos, el empaque y envío, y la gestión de la relación con el cliente.

Empaque y envío: Proceso de empaque y envío de las plantillas a los clientes, incluyendo la selección del método de envío y la generación de etiquetas de envío.

Asistencia y servicio postventa: Proceso de atención al cliente y servicio postventa, incluyendo el soporte técnico, la resolución de problemas y la gestión de garantías y devoluciones.

Postventa técnica: Proceso de asistencia postventa para ayudar a los clientes con la configuración y el uso de las plantillas con GPS, el soporte técnico y la resolución de problemas.

20.2 Carta Gantt



Carta Gantt

FALSO

=Y(I\$7>=SF9;I\$7<=\$G9)
=Y(I\$7>=SF9;I\$7<=(((S\$9-SF9+1)*S
=(((S\$9-SF9+1)*S\$D9)+SF9-1)

Inicio del Proyecto				149	mié, 31/05/2023		Inicio Proyecto
							Jun, 02/01/2023
TAREA	RESPONSABLE	Progreso	Duración	Fecha de inicio	Fecha de finalización		
Fase 1							
Fase 1							
1.1	Planificación del proyecto	Gerente General	80%	6 semanas	07-01-2023	13-02-2023	
1.2	Identificación de objetivos y metas del proyecto.		80%		10-01-2023	13-02-2023	
1.3	Identificación de los recursos necesarios para el proyecto (humanos, financieros, materiales, etc.).		80%		04-01-2023	10-01-2023	
1.4	Definición del equipo de proyecto y roles y responsabilidades		75%		02-01-2023	10-02-2023	
1.5	Establecimiento de acuerdos y contratos con proveedores		85%		02-01-2023	28-01-2023	
1.6	Definición del presupuesto del proyecto.		85%		02-01-2023	13-02-2023	
Fase 2							
2.1	Identificación de necesidades del usuario	Gerente General	95%	3 semanas	02-01-2023	23-01-2023	
2.2	Investigación de las necesidades		75%		06-01-2023	20-01-2023	
2.3	Análisis de los factores		65%		07-01-2023	21-01-2023	
2.4	Identificación de las funciones y características que se deben integrar en las plantillas GPS		100%		08-01-2023	22-01-2023	
2.5	Identificación de las preferencias y expectativas		75%		09-01-2023	23-01-2023	
2.6	Evaluación de la viabilidad técnica y económica		95%		10-01-2023	20-01-2023	
Fase 3							
3.1	Análisis de mercado	Gerente General	85%	3 semanas	23-01-2023	13-02-2023	
3.2	Identificación de los competidores		85%		24-01-2023	10-02-2023	
3.3	Análisis de la oferta existente en el mercado		85%		25-01-2023	11-02-2023	
3.4	Evaluación de la demanda del mercado		75%		26-01-2023	12-02-2023	
3.5	Identificación de los canales de distribución		75%		27-01-2023	13-02-2023	
3.6	Investigación de las regulaciones y normativas		98%		28-01-2023	14-02-2023	
Fase 4							
4.1	Marketing y publicidad	Gerente General	65%	3 semanas	23-01-2023	10-09-2023	
4.2	Identificación del público objetivo		85%		24-01-2023	11-09-2023	
4.3	Diseño y desarrollo de la estrategia de marketing		75%		25-01-2023	12-09-2023	
4.4	Creación de materiales de marketing y publicidad		65%		26-01-2023	13-09-2023	
4.5	Establecimiento de acuerdos y contratos de participación en ferias y eventos		75%		27-01-2023	14-09-2023	
4.6	Medición de la efectividad de los mensajes, la retroalimentación de los clientes y la evaluación del retorno de inversión	Gerente General	20%		28-01-2023	15-09-2023	
Fase 5							
5.1	Diseño del producto	Gerente General	80%	10 semanas	14-02-2023	15-04-2023	
5.2	Definición de los requisitos y especificaciones técnicas		80%		15-02-2023	16-04-2023	
5.3	Creación de un prototipo inicial del producto		80%		16-02-2023	17-04-2023	
5.4	Evaluación y optimización del prototipo		75%		17-02-2023	18-04-2023	
5.5	Integración del hardware y software necesarios para el funcionamiento del GPS		65%		18-02-2023	19-04-2023	
5.6	Diseño de la apariencia, ergonomía y otros aspectos estéticos del producto		95%		19-02-2023	20-04-2023	
Fase 6							
6.1	Investigación y selección de materiales	Gerente General	80%	5 semanas	14-02-2023	10-03-2023	
6.2	Evaluación de los materiales en función de su durabilidad, resistencia, higiene, facilidad de limpieza		75%		15-02-2023	11-03-2023	
6.3	Evaluación de la compatibilidad de los materiales con los componentes electrónicos y el software		65%		16-02-2023	12-03-2023	
6.4	costos y la disponibilidad de los Materiales		85%		17-02-2023	13-03-2023	
6.5	Pruebas y validación de los materiales seleccionados		95%		18-02-2023	14-03-2023	
	Confirmar su viabilidad y calidad en la fabricación		60%		19-02-2023	15-03-2023	
Fase 7							
Fase 7							
7.1	Diseño y prototipado	Gerente General	60%	5 semanas	21-03-2023	25-04-2023	
7.2	Pruebas y validación del prototipo		80%	2 semanas	24-04-2023	08-05-2023	
7.3	Producción y ensamblaje		75%	12 semanas	08-05-2023	31-07-2023	
7.4	Adquisición de materiales y componentes		65%	5 semanas	08-05-2023	12-06-2023	
Fase 8							
8.1	Ensamblaje y pruebas de calidad	Gerente General	75%	7 semanas	13-06-2023	01-08-2023	
8.2	Realización de pruebas de calidad en las plantillas		65%		14-06-2023	02-08-2023	
8.3	pruebas de GPS, pruebas de durabilidad y pruebas de seguridad.		90%		15-06-2023	03-08-2023	
Fase 8							
8.1	Validación y pruebas del producto final	Gerente General	95%	3 semanas	31-07-2023	21-08-2023	
Fase 9							
Fase 9							
9.1	Lanzamiento del producto	Gerente General	85%	1 semana	22-08-2023	29-08-2023	
9.2	Definición de la estrategia de lanzamiento del producto		85%		23-08-2023	30-08-2023	
9.3	Preparación de los materiales de marketing y publicidad		80%		24-08-2023	31-08-2023	
9.4	Participación en ferias y eventos		55%		25-08-2023	01-09-2023	
9.5	Producción y envío de las primeras unidades del producto		95%		26-08-2023	02-09-2023	
9.6	Monitoreo y evaluación del lanzamiento del producto		70%		27-08-2023	03-09-2023	
Fase 10							
10.1	Capacitación y soporte técnico	Gerente General	80%	4 semanas	28-08-2023	20-09-2023	
10.2	Inicio del funcionamiento del centro de soporte técnico para atender las necesidades de los usuarios		75%		30-08-2023	21-09-2023	
10.3	Diseño y desarrollo de materiales de capacitación		65%		31-08-2023	22-09-2023	
10.4	Capacitación de los cuidadores y familiares de los usuarios sobre el uso de las plantillas GPS		70%		01-09-2023	23-09-2023	
10.5	Monitoreo y evaluación del desempeño del producto		75%		02-09-2023	24-09-2023	
Fase 11							
11.1	Finalización de la puesta en Marcha	Gerente General	50%	1 semana	25-09-2023	30-09-2023	

21 Presupuesto de Operaciones

El presupuesto de operaciones será una herramienta esencial para nuestro proyecto, ya que nos permitirá planificar y controlar nuestros gastos en función de los ingresos. Lo anterior, nos proporcionará una visión detallada de los recursos que necesitaremos para llevar a cabo nuestras operaciones durante un período determinado.

En el siguiente presupuesto de operaciones incluiremos una proyección de ingresos y gastos, así como los supuestos y variables claves que se utilizaron para desarrollar esta proyección.

Podemos identificar que el presupuesto de operaciones es una herramienta dinámica que se debe ajustar a medida que nuestra empresa evoluciona y enfrenta nuevas situaciones, revisándose y actualizándose regularmente para lograr el éxito del negocio.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Datos					
Total	\$ 414.296.920	\$447.440.674	\$483.235.927	\$521.894.802	\$563.646.386
Costo de ventas	\$ 62.175.680	\$ 67.149.734	\$ 72.521.713	\$ 78.323.450	\$ 84.589.326
Beneficio Bruto	\$ 352.121.240	\$ 380.290.939	\$ 410.714.214	\$ 443.571.351	\$ 479.057.060
Costos Variables					
Costo por devolución	\$ 351.077	\$ 379.163	\$ 409.496	\$ 442.256	\$ 477.636
Promotoras	\$ 344.810	\$ 372.395	\$ 402.186	\$ 434.361	\$ 469.110
Publicidad digital	\$ 402.363	\$ 434.552	\$ 469.316	\$ 506.861	\$ 547.410
Costos de inspección y certificación	\$ 350.000	\$ 378.000	\$ 408.240	\$ 440.899	\$ 476.171
Costos de reparación o reemplazo	\$ 366.713	\$ 396.050	\$ 427.734	\$ 461.953	\$ 498.909
Combustible	\$ 1.254.267	\$ 1.354.608	\$ 1.462.977	\$ 1.580.015	\$ 1.706.416
Viaticos por alojamiento, comida y gastos generales	\$ 2.682.418	\$ 2.897.011	\$ 3.128.772	\$ 3.379.074	\$ 3.649.400
Honorarios de consultoría	\$ 350.000	\$ 378.000	\$ 408.240	\$ 440.899	\$ 476.171
Alquiler de equipos/salas	\$ 150.000	\$ 162.000	\$ 174.960	\$ 188.957	\$ 204.073
Gastos de capacitación	\$ 300.000	\$ 324.000	\$ 349.920	\$ 377.914	\$ 408.147
Costos de exámenes y certificación	\$ 450.000	\$ 486.000	\$ 524.880	\$ 566.870	\$ 612.220
Contratación de publicaciones	\$ 120.000	\$ 129.600	\$ 139.968	\$ 151.165	\$ 163.259
Evaluaciones Psicotécnicas	\$ 350.000	\$ 378.000	\$ 408.240	\$ 440.899	\$ 476.171
Seguimiento de los costos del sistema de selección	\$ 204.000	\$ 220.320	\$ 237.946	\$ 256.981	\$ 277.540
Desarrollo web / Mantenimiento	\$ 500.000	\$ 540.000	\$ 583.200	\$ 629.856	\$ 680.244
Verificación de antecedentes	\$ 45.000	\$ 48.600	\$ 52.488	\$ 56.687	\$ 61.222
Administración del sistema de Recursos Humanos	\$ 680.000	\$ 734.400	\$ 793.152	\$ 856.604	\$ 925.132
Administración evaluación de desempeño	\$ 750.000	\$ 810.000	\$ 874.800	\$ 944.784	\$ 1.020.367
Relaciones laborales (abogados, consultores)	\$ 600.000	\$ 648.000	\$ 699.840	\$ 755.827	\$ 816.293
Software	\$ 847.679	\$ 915.493	\$ 988.732	\$ 1.067.831	\$ 1.153.258
Total costos variables	\$ 11.098.326	\$ 11.986.192	\$ 12.945.088	\$ 13.980.695	\$ 15.099.150
Beneficio (B): (Ventas - Costos Variables)	\$ 341.022.914	\$ 368.304.747	\$ 397.769.127	\$ 429.590.657	\$ 463.957.909
Margen (Beneficio en %)					
Costos Fijos					
Sueldos fijos	\$ 124.654.032	\$134.626.355	\$145.396.463	\$157.028.180	\$169.590.434
Crédito Bodega	\$ 15.000.000	\$ 16.200.000	\$ 17.496.000	\$ 18.895.680	\$ 20.407.334
Servicios básicos (agua, luz, calefacción)	\$ 1.920.000	\$ 2.073.600	\$ 2.239.488	\$ 2.418.647	\$ 2.612.139
Teléfono e internet	\$ 1.200.000	\$ 1.296.000	\$ 1.399.680	\$ 1.511.654	\$ 1.632.587
Costo de seguridad	\$ 540.000	\$ 583.200	\$ 629.856	\$ 680.244	\$ 734.664
Insumos aseo y domésticos	\$ 1.020.000	\$ 1.101.600	\$ 1.189.728	\$ 1.284.906	\$ 1.387.699
Insumos elementos oficina	\$ 600.000	\$ 648.000	\$ 699.840	\$ 755.827	\$ 816.293
Carro de compra	\$ 240.000	\$ 259.200	\$ 279.936	\$ 302.331	\$ 326.517
Patente	\$ 500.000	\$ 540.000	\$ 583.200	\$ 629.856	\$ 680.244
Community Manager	\$ 3.000.000	\$ 3.240.000	\$ 3.499.200	\$ 3.779.136	\$ 4.081.467
Total Costos Fijos	\$ 148.674.032	\$ 160.567.955	\$ 173.413.391	\$ 187.286.462	\$ 202.269.379
Resultado antes de Interés y Depreciación/Amortización	\$ 192.348.882	\$ 207.736.792	\$ 224.355.736	\$ 242.304.195	\$ 261.688.530
Intereses					
Intereses crédito banco	\$ 5.000.000	\$ 5.400.000	\$ 5.832.000	\$ 6.298.560	\$ 6.802.445
Total Intereses	\$ 5.000.000	\$ 5.400.000	\$ 5.832.000	\$ 6.298.560	\$ 6.802.445
Amortización / Depreciación					
Bodega	\$ 1.875.000	\$ 2.025.000	\$ 2.187.000	\$ 2.361.960	\$ 2.550.917
Amortización/Depreciación Vehículo	\$ 2.500.000	\$ 2.700.000	\$ 2.916.000	\$ 3.149.280	\$ 3.401.222
Software, computadores	\$ 1.833.333	\$ 1.980.000	\$ 2.138.400	\$ 2.309.472	\$ 2.494.230
Otros Mobiliario	\$ 2.666.667	\$ 2.880.000	\$ 3.110.400	\$ 3.359.232	\$ 3.627.971
Total Depreciación	\$ 8.875.000	\$ 9.585.000	\$ 10.351.800	\$ 11.179.944	\$ 12.074.340
Costos Fijos - Intereses y Depreciación:	\$ 134.799.032	\$ 145.582.955	\$ 157.229.591	\$ 169.807.958	\$ 183.392.595
Beneficio Neto (B - Costos Fijos - Interes y Depreciación)	\$ 178.473.882	\$ 192.751.792	\$ 208.171.936	\$ 224.825.691	\$ 242.811.746
Impuesto a la renta 25%	\$ 44.618.470	\$ 48.187.948	\$ 52.042.984	\$ 56.206.423	\$ 60.702.936
Beneficio Neto	\$ 133.855.411	\$ 144.563.844	\$ 156.128.952	\$ 168.619.268	\$ 182.108.809

21.1 Plan de Recursos Humanos

A continuación, desarrollaremos el plan de recursos humanos para nuestra idea de negocios “Recorre Mis Pasos”. En el detallaremos las distintas estrategias y prácticas que utilizaremos para administrar nuestro capital de trabajo de forma efectiva.

La definición de una buena política dentro del plan de recursos humanos tendrá un impacto positivo en la productividad, rentabilidad, estabilidad y satisfacción de los colaboradores a largo plazo.

22 Estructura organizacional de la empresa

La estructura organizacional de nuestra empresa se organiza en torno a los diferentes departamentos o áreas funcionales, cada uno con su propio líder y conjunto de responsabilidades y objetivos específicos. La colaboración y la comunicación entre los diferentes departamentos es clave para el éxito de la empresa. La estructura organizacional de nuestra empresa es una estructura jerárquica y funcional, con un Gerente General a la cabeza de la organización, seguido por otros líderes de departamento y empleados que reportan a ellos.

Gerente General: Es el líder de la empresa y tiene autoridad sobre todas las áreas funcionales. Es responsable de definir la estrategia y los objetivos de la empresa y supervisar el desempeño de los diferentes departamentos.

Jefe de Venta Bodega y Distribución: Es responsable del departamento de operaciones comerciales supervisa la gestión de ventas, la gestión de inventarios y la distribución de los productos. Este departamento se encarga de asegurar que los productos estén disponibles para su venta y entrega a los clientes.

Jefe de Administración y Finanzas: Es responsable del departamento de soporte de administración y finanzas está encargado de supervisar la gestión financiera de la

empresa. Se encarga de la contabilidad, la elaboración de presupuestos, la gestión de tesorería y la gestión de los recursos financieros de la empresa.

Administrativos de Venta y Post Venta: Pertenecen al departamento de operaciones comerciales y reportan directamente al jefe de venta, bodega y distribución, son los encargados de la gestión administrativa relacionada con las ventas y el servicio postventa de la empresa. Encargan de la gestión de pedidos, la facturación, la gestión de garantías y la atención al cliente.

Soporte TI de Sistema y Post Venta: Pertenecen al departamento de operaciones comerciales y reportan directamente al jefe de venta, bodega y distribución, encargados de brindar soporte técnico a los clientes y a los empleados de la empresa en relación con el uso del software y los sistemas de la empresa.

Analista contabilidad y proveedores: Pertenecen al departamento de soporte de administración y finanzas, reportan directamente al jefe de administración y finanzas, es el responsable de la gestión de la contabilidad y la gestión de los proveedores de la empresa. Este departamento se encarga de la gestión de las cuentas por pagar y de las relaciones con los proveedores.

Analista de Crédito y Cobranza: Pertenecen al departamento de soporte de administración y finanzas, reportan directamente al jefe de administración y finanzas. Es el responsable de la gestión de la cartera de clientes de la empresa, este departamento se encarga de la evaluación de riesgos crediticios, la gestión de cobranzas y la gestión de las cuentas por cobrar.

Administrativo Estafeta: Pertenecen al departamento de soporte de administración y finanzas, reportan directamente al jefe de administración y finanzas. Es el personal encargado de la gestión administrativa básica en todas las áreas funcionales de la empresa. Este departamento se encarga de la gestión de archivos, la recepción de llamadas, la atención al público y otras tareas administrativas básicas.

23 Estructura funcional de la empresa

La estructura funcional de nuestra organización se divide en dos grandes áreas lideradas por el Gerente General quien a su vez entrega las directrices para que los dos departamentos que tiene a cargo se cohesionen y logren llegar a una comunicación efectiva para la organización de nuestra empresa.

Nuestra estructura se divide en dos áreas, una de soporte y otra operativa, obedeciendo a la necesidad de distinguir entre las funciones integradoras y de soporte a nivel general y a las funciones planificadoras y gestoras de las actividades propias que se presentan dentro de la empresa.

El área operativa se enfoca en llevar a cabo las actividades principales del negocio, mientras que el área de soporte se enfoca en brindar apoyo a las operaciones diarias de la empresa. Ambas áreas son esenciales para el éxito de nuestra empresa y trabajan en conjunto para lograr los objetivos de la organización.

El jefe de venta bodega y distribución encargado del departamento de operaciones y el jefe de administración y finanzas encargado del departamento de soporte administrativo. Esta estructura permite una mayor especialización y eficiencia en el trabajo.

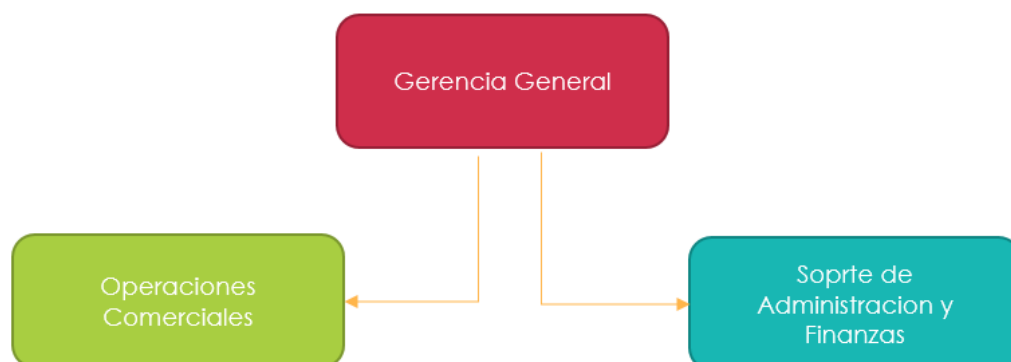
Departamento Operaciones: El área operativa es el núcleo de nuestra organización, donde se lleva a cabo el proceso principal del negocio. Esta área se enfoca en la producción o la entrega de bienes y servicios, así como en la satisfacción de las necesidades del cliente. El personal del área operativa se encarga de realizar las tareas necesarias para cumplir con los objetivos de la empresa.

El responsable del departamento de operaciones es el jefe de venta bodega y distribución quien reporta directamente al Gerente General. Este departamento se encarga de la gestión de las ventas, la administración de la bodega y la distribución de los productos de la empresa. El jefe de venta bodega y distribución está a cargo del

Administrativo de venta y post venta y del soporte ti de sistema y postventa. Sus funciones principales son garantizar que los productos estén disponibles en el momento y lugar adecuados para satisfacer las necesidades de los clientes y supervisar el desempeño del personal a su cargo.

Departamento de Soporte: El área de soporte se enfoca en brindar apoyo a las actividades principales de la empresa y asegurar que las operaciones se lleven a cabo de manera efectiva. El personal del área de soporte se encarga de proporcionar servicios y recursos que apoyen las operaciones diarias de la empresa.

El responsable del departamento de Soporte quien reporta directamente al Gerente General es el jefe de administración y finanzas. Este departamento se encarga de la gestión financiera de la empresa, incluyendo el control de costos, la gestión de presupuestos y la elaboración de informes financieros. El jefe de administración y finanzas está a cargo del analista de contabilidad y proveedores, el analista de crédito y cobranza y el administrativo estafeta. Sus funciones principales son supervisar el desempeño del personal a su cargo y garantizar el cumplimiento de los objetivos financieros de la empresa.



24 Estructura legal de la empresa

La estructura legal de nuestra empresa de plantillas con GPS “Recorre Mis Pasos” es la Sociedad por Acciones (SpA). Por consiguiente, al tratarse de una sociedad de capital, deberemos constituirla a través de una escritura pública.

La decisión de esta estructura legal tiene como objetivo responder limitada y únicamente por el aporte realizado, de tal forma que no afecte nuestro patrimonio personal.

En virtud de lo anterior, definimos que nuestro capital es el siguiente:

Capital social: nuestro capital social inicial es de 100.000.000 Millones de pesos chilenos.

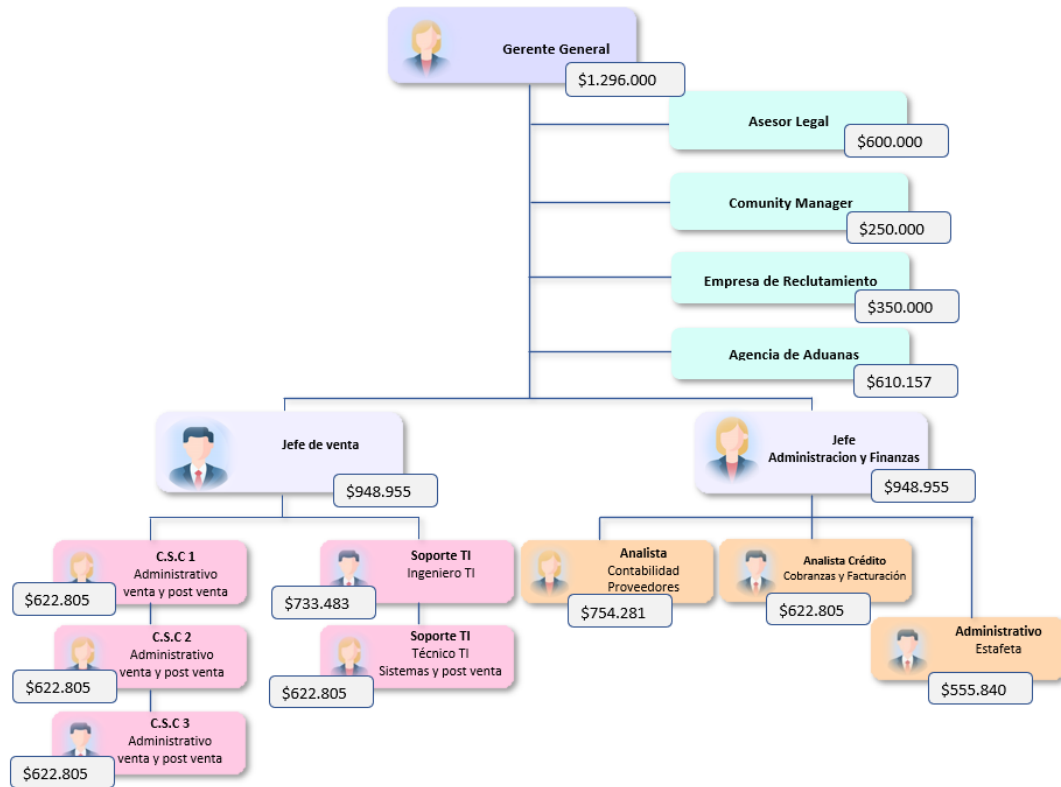
Accionistas: nuestra sociedad se compone de 2 Accionistas:

Rene Muñoz Serey con un 50% de participación

Natalia Vilches Godoy con un 50% de participación.

Adicional a lo antes expuesto, deberemos cumplir con otras obligaciones de carácter legal como lo son el Registro de empresas y sociedades, obtención de RUT, registro en el SII. No obstante, a través de nuestro asesor legal buscaremos la orientación necesaria para garantizar el correcto cumplimiento de todas las regulaciones necesarias para mantener una operación en el país.

25 Organigrama de la empresa



26 Dotación de personal

Una de las responsabilidades clave de nuestra organización es identificar y seleccionar a los candidatos más adecuados para cada uno de los puestos disponibles en la empresa. Además, una vez que los empleados son contratados, es importante asegurarse de que estén debidamente integrados y apoyados para que puedan tener éxito en su trabajo.

Análisis de puesto: es necesario realizar un análisis de los diferentes puestos de la empresa, con el fin de determinar las habilidades, conocimientos y experiencia que se requieren para desempeñar cada posición de manera efectiva. De esta forma, se puede identificar a los candidatos que mejor se ajusten a las necesidades de la empresa y asegurarse de que sean contratados para los puestos adecuados.

Reclutamiento: se deben desarrollar estrategias de reclutamiento efectivas para atraer a los candidatos adecuados para los diferentes puestos de la empresa. Esto puede incluir la publicación de ofertas de trabajo en sitios web de trabajo, redes sociales y otros canales relevantes.

Selección de candidatos: se debe seleccionar a los candidatos adecuados para los diferentes puestos de la empresa, a través de la revisión de currículums, entrevistas y evaluaciones de habilidades.

Integración de nuevos empleados: debemos asegurarnos de que los nuevos empleados sean debidamente integrados a la empresa, proporcionándoles información sobre la cultura, políticas y procedimientos de la empresa, y brindándoles el apoyo necesario para desempeñarse de manera efectiva en sus nuevos puestos.

Evaluación del desempeño: se debe evaluar el desempeño de los empleados de manera regular, proporcionando retroalimentación y apoyo para mejorar el desempeño y garantizar su éxito en la empresa.

27 Las descripciones de cada cargo están compuestas por:

Identificación del cargo: En la identificación del cargo se describe el nombre del cargo, departamento, área, cargo jefe directo, cargos a los que supervisa.

Competencias relevantes para el cargo: Las competencias inherentes al cargo son las que debe tener según la familia del cargo (gerente, Jefatura, profesional, técnico, apoyo y ventas). Por otro lado, las competencias transversales son aquellas que deben tener todas las personas de Recorrer mis pasos.

Objetivo de cargo: Es el objetivo global con el que tiene que contribuir el ocupante del cargo. Es la razón por la cual existe el cargo.

Acciones claves y actividades asociadas: Es el desglose del objetivo general y las actividades asociadas al cumplimiento de los objetivos del cargo. Incluye también las responsabilidades que tiene en conjunto con la misión del cargo.

Estudios, experiencia y conocimientos: Son los estudios y años de experiencia y conocimientos que debe tener el ocupante del cargo, especificando la carrera que debe tener la persona, en caso de que aplique indicando desde el nivel mínimo requerido hasta el nivel deseable. También incluye los conocimientos técnicos que debe tener la persona.

28 Perfiles de cargo

DESCRIPCIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Gerencia General
Área	Administración General
REQUISITOS DEL CARGO	
Formación académica	Ingeniero en Adm. Empresas o Ingeniería 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	2.100.000-
OBJETIVO	
Es liderar la empresa hacia el éxito a largo plazo, a través de la gestión eficaz de recursos humanos, financieros y operativos, garantizando la rentabilidad, la satisfacción del cliente, el cumplimiento de las leyes y normativas, el desarrollo de nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo, la creación y mantenimiento de relaciones sólidas con los empleados y otras partes interesadas, el desarrollo de una cultura empresarial positiva y la promoción de altos estándares de ética y responsabilidad social.	
PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO	
Es el líder ejecutivo de la organización y tiene la responsabilidad general del desempeño de la empresa.	
PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO	
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.	
RELACIONES INTERNAS	
Garantiza relaciones laborales armoniosas con los empleados y los representantes de cada área.	
RELACIONES EXTERNAS	
Establecer y mantener relaciones sólidas con clientes, proveedores y otros socios comerciales	
RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO	
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. La Gerencia General es una posición clave en la jerarquía de la empresa y se espera que tenga amplia experiencia y habilidades de liderazgo para enfrentar los desafíos y oportunidades en un entorno empresarial cambiante.	

DESCRIPCIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Jefe de Administración y Finanzas
Área	Administración y Contabilidad
REQUISITOS DEL CARGO	
Formación académica	Auditoría, Ingeniero en Administración de Empresas Finanzas y Control de Gestión.
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	1.300.000-
OBJETIVO	
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	
PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO	
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.	
PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO	
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.	
RELACIONES INTERNAS	
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.	
RELACIONES EXTERNAS	
trabaja en estrecha colaboración con proveedores, clientes, bancos e instituciones financieras, agencias de aduanas.	
RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO	
Es responsable de liderar la gestión financiera y administrativa de la empresa, lo que implica una amplia variedad de responsabilidades, desde la planificación financiera y la gestión de costos hasta la gestión de tesorería, la gestión de compras, la gestión de riesgos. También es responsable de liderar y desarrollar al equipo de finanzas y administración de la empresa, y de establecer un ambiente de trabajo colaborativo y efectivo. La capacidad de tomar decisiones estratégicas y trabajar en un entorno de ritmo rápido	

DESCRIPCIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Jefe de Venta Bodega y Distribución
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	1.300.000-
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	
es un 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	

DESCRIPCIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Analista de Crédito y Cobranza
Área	Administración y Finanzas
Formación académica	Contador General, Auditoria, Tecnico en Administracion de Empresa mencion finanzas o Control de Gestion..
Años de experiencia en cargo similar	5 Años
Aptitudes específicas en otras áreas que complementen su función	Tecnología de la información, gestión de cobranza, negociación y resolución de conflictos, y comunicación efectiva, normativas legales.
Lugar de trabajo	Oficina Comercial
Remuneración	750.000-
OBJETIVO	
<p>Maximizar la recuperación de cuentas por cobrar. Garantizar la exactitud y la integridad de los registros de facturación y cobranza. Mantener una comunicación efectiva con los clientes y el equipo interno de la empresa. Identificar y solucionar problemas relacionados con la facturación y cobranza de manera oportuna.</p>	
PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO	
<p>Supervisar y gestionar las cuentas por cobrar de la empresa. Realizar el seguimiento de los pagos y las facturas pendientes. Procesar y verificar los documentos relacionados con la facturación y los pagos. Generar informes y análisis sobre el estado de las cuentas por cobrar y las tendencias de pago de los clientes. Comunicarse con los clientes para resolver problemas de facturación y cobranza. Trabajar en estrecha colaboración con otros departamentos, como ventas y contabilidad, para garantizar la exactitud y la integridad de los registros de facturación y cobranza. Identificar y solucionar problemas relacionados con la facturación y cobranza, incluyendo la resolución de disputas de pago y el seguimiento de las cuentas en mora.</p>	
PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO	
<p>Realizar el seguimiento de las cuentas por cobrar y los pagos pendientes. Procesar y verificar las facturas y otros documentos relacionados con la facturación y el pago. Comunicarse con los clientes para resolver problemas de facturación y cobranza. Generar informes y análisis sobre el estado de las cuentas por cobrar y las tendencias de pago. Realizar el seguimiento de las cuentas en mora y trabajar en estrecha colaboración con los clientes para resolver problemas de pago. Coordinar con otros departamentos, como ventas y contabilidad, para garantizar la exactitud. Realizar conciliaciones y ajustes de cuentas para garantizar la precisión de los registros financieros.</p>	
RELACIONES INTERNAS	
<p>Debe trabajar en estrecha colaboración con otros departamentos de la empresa, como el equipo de Venta, Operaciones, para garantizar una gestión integrada y eficiente</p>	
RELACIONES EXTERNAS	
<p>Desarrollar relaciones claves con clientes externos e internos y con los proveedores.</p>	
RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO	
<p>Responsable de garantizar que la empresa reciba los pagos de manera oportuna y exacta, y de mantener registros precisos y completos de las transacciones financieras relacionadas con la facturación y cobranza.</p>	

DESCRIPCIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Analista Contabilidad y Proveedores
Área	Administración y Finanzas
Formación académica	Contador General, Auditoría, Técnico en Administración de Empresa mención finanzas o Control de Gestión..
Años de experiencia en cargo similar	5 Años
Aptitudes específicas en otras áreas que complementen su función	Tecnología de la información, gestión de cobranza, negociación y resolución de conflictos, y comunicación efectiva, normativas legales.
Lugar de trabajo	Oficina Comercial
Remuneración	850.000-
OBJETIVO	
<p>Objetivo principal llevar a cabo el registro y control de los movimientos contables de la empresa, así como la gestión de los proveedores de bienes y servicios.</p>	
PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO	
<p>Mantener actualizada la información financiera de la organización. Control de cuentas por pagar verificando las facturas recibidas de los proveedores y asegurándose de que se paguen en tiempo y forma. Control de cuentas por cobrar, verificando el cumplimiento de los plazos de pago por parte de los clientes y realizando el seguimiento necesario para el cobro de las facturas. Gestión de proveedores asegurándose de que se cumplan con los requisitos y estándares de calidad y servicio establecidos por la organización.</p>	
PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO	
<p>Registro contable y de las operaciones de la empresa, como ingresos, gastos, compras y ventas Evaluación y selección de proveedores, la negociación de contratos y condiciones de pago, y la resolución de problemas relacionados con los proveedores. Elaboración de informes elaboración de estados financieros, reportes de cuentas por pagar y por cobrar, y otros informes contables necesarios. Control de los inventarios, asegurándose de que se registren adecuadamente las entradas y salidas de los mismos, y que se realicen las valoraciones necesarias. Procesar los pagos a proveedores de la empresa, asegurándose de que se cumplan con los plazos de pago establecidos y que se realicen adecuadamente los registros contables correspondientes. Realizar análisis financieros de la empresa, a fin de identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. Esto implica el análisis de los estados financieros, la identificación de tendencias y la elaboración de proyecciones financieras.</p>	
RELACIONES INTERNAS	
<p>Debe trabajar en estrecha colaboración con otros departamentos de la empresa, como el equipo de Venta, Operaciones, para garantizar una gestión integrada y eficiente</p>	
RELACIONES EXTERNAS	
<p>Desarrollar relaciones claves con clientes estratégicos y con los proveedores.</p>	
RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO	
<p>Responsable asegurar que los registros contables sean precisos y actualizados, y que la gestión de proveedores se lleve a cabo de manera efectiva y eficiente. Además, debe ser capaz de analizar la información financiera de la empresa y proporcionar recomendaciones al Jefe de Finanzas y a la Gerencia General para mejorar el desempeño financiero de la organización.</p>	

DESCRIPCIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Administrativo de Venta y Post Venta
Área	Venta, Atención al cliente.
REQUISITOS DEL CARGO	
Formación académica	Auditoría, Ingeniero en Logística, 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	750.000
OBJETIVO	
<p>Garantizar la satisfacción del cliente antes, durante y después de la venta. Asegurar la correcta administración de los procesos de venta y post venta. Optimizar la gestión de los documentos y registros relacionados con las ventas y post ventas. Mantener una comunicación efectiva con los clientes y el equipo interno de la empresa.</p>	
PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO	
<p>Procesar y gestionar las órdenes de compra y ventas. Realizar seguimiento a los pedidos y entregas de productos o servicios. Coordinar con el departamento de logística para garantizar que los productos sean entregados en tiempo y forma. Administrar los registros y documentos relacionados con las ventas y post ventas. Gestionar las garantías y reclamos de los clientes. Brindar soporte y atención al cliente antes, durante y después de la venta. Realizar seguimiento a la satisfacción del cliente y proponer mejoras en los procesos de venta y post venta.</p>	
PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO	
<p>Procesar las órdenes de compra y ventas de manera eficiente y precisa. Coordinar con el departamento de logística para asegurar la entrega oportuna de los productos o servicios vendidos. Gestionar los documentos y registros relacionados con las ventas y post ventas, como facturas, contratos, garantías, entre otros. Atender las consultas y requerimientos de los clientes de manera efectiva y amable. Realizar el seguimiento a los pedidos y entregas de los productos o servicios vendidos. Resolver los reclamos y problemas de los clientes de manera oportuna y efectiva. Gestionar los procesos de garantía y devolución de productos. Realizar encuestas de satisfacción del cliente y proponer mejoras en los procesos de venta y post venta. Mantener una comunicación efectiva con los clientes y el equipo interno de la empresa. Proporcionar informes y análisis sobre las ventas y post ventas a la gerencia de la empresa.</p>	
RELACIONES INTERNAS	
<p>Debe trabajar en estrecha colaboración con otros departamentos de la empresa, como el equipo de Administración y finanzas, Cobranza y Bodega y Distribución , para garantizar una gestión integrada y eficiente</p>	
RELACIONES EXTERNAS	
<p>Desarrollar relaciones claves con clientes tanto estratégicos como clientes nuevos.</p>	
RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO	
<p>Administrativo de Venta y Post Venta es responsable de garantizar una gestión eficiente de los procesos de ventas y post ventas, asegurando la satisfacción del cliente y manteniendo registros precisos y completos de las transacciones comerciales. Además, este cargo brinda soporte y atención al cliente antes, durante y después de la venta, y colabora con otros departamentos para garantizar una gestión integral de las ventas y post ventas.</p>	

DESCRIPCIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Soporte TI
Área	Ventas - Administración
REQUISITOS DEL CARGO	
Formación académica	Ingeniero en Informática, Técnico Profesional en Informática
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	850.000- 750.000
OBJETIVO	
Objetivo principal brindar apoyo técnico y solucionar problemas relacionados con el uso de tecnologías de información	
PRINCIPALES FUNCIONES DEL CARGO	
Garantizar el correcto funcionamiento de los sistemas informáticos y de comunicaciones de una organización, así como para brindar asistencia técnica y capacitación a los usuarios de la misma. Además, tiene la responsabilidad de garantizar la seguridad de la información y de cumplir con las políticas y normas establecidas por la organización en cuanto al uso de tecnologías de la información. Debe estar en constante actualización y evaluación de nuevas tecnologías para mejorar y optimizar los sistemas de la organización	
PRINCIPALES TAREAS DEL CARGO	
<p>Mantener la seguridad de la información y de los sistemas de la organización</p> <p>Mantener actualizada la documentación técnica de los sistemas y herramientas de la organización.</p> <p>Evaluar y proponer nuevas tecnologías y herramientas informáticas que puedan ser útiles para la organización, y recomendar su implementación si se considera pertinente.</p> <p>Colaborar en la implementación de políticas y normas de seguridad, privacidad</p> <p>Resolución de problemas y la implementación de nuevas soluciones tecnológicas.</p> <p>Realizar tareas de mantenimiento preventivo, como actualización de software y limpieza de hardware, para evitar problemas técnicos</p>	
RELACIONES INTERNAS	
Debe trabajar en estrecha colaboración con todos los departamentos de la empresa, como Gerencia General, el equipo de Administración y finanzas, Ventas, Operaciones, para garantizar una gestión integrada y eficiente	
RELACIONES EXTERNAS	
Con clientes en Generales y Estratégicos.	
RESPONSABILIDADES ASOCIADAS AL CARGO	
Es responsable de desarrollar e implementar, tienen como finalidad garantizar la disponibilidad, seguridad y eficiencia de los sistemas informáticos y de comunicaciones de la organización y con clientes, brindando asistencia técnica, capacitación y soporte a los usuarios de la misma.	

DESCRIPCIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Administrativo Estafeta
Área	Administración y Finanzas
REQUISITOS DEL CARGO	
Formación académica	Administrativo
Años de experiencia en cargo similar	5 Años
Aptitudes específicas en otras áreas que complementen su función	Tecnología de la información, resolución de conflictos, y comunicación.
Lugar de trabajo	Oficina Comercial
Remuneración	600.000
OBJETIVO Y RESPONSABILIDADES GENERALES	
<p>Las responsabilidades y habilidades son que siga las instrucciones de sus supervisores y que colabore con otros miembros del equipo. Es posible que le asigne tareas y responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo en tareas administrativas y de oficina. • Asistencia en proyectos y tareas específicas. • Mantenimiento de registros y documentación. • Soporte en tareas administrativas en terreno. • Asistencia y Back up. • Comunicación con otros miembros del equipo y con clientes. 	

29 Políticas de la empresa

Para “Recorre Mis Pasos” las políticas y directrices que definiremos a continuación, nos permitirán obtener un lineamiento claro de los integrantes de nuestra organización para el cumplimiento de nuestra misión y visión.

Tener nuestras políticas claras, actualizadas y en constante difusión con los integrantes de la organización serán claves para el éxito de nuestra IDN.

29.1 Política de reclutamiento:

En primer lugar, deberemos identificar lo siguiente; nuestra necesidad; los puestos vacantes; perfiles requeridos y competencias con las que deben cumplir los candidatos. Posterior a esto, necesitaremos determinar que canal de reclutamiento utilizaremos para llegar a una mayor cantidad de potenciales postulantes.

Definiremos una evaluación de candidatos de manera objetiva, enfocado en un proceso de entrevistas y pruebas estandarizado que permita reducir los sesgos y rotatividad que tienen algunos puestos de trabajo en el mercado laboral.

Debemos tener la capacidad de vender nuestra organización al candidato seleccionado y que este tenga un gran entusiasmo por incorporarse a la empresa. Para ello, nuestra misión es ser claros y transparentes en mencionar las características positivas del cargo, cultura organizacional y sistema de beneficios.

29.2 Política de selección:

En nuestra organización se utilizarán políticas de selección de acuerdo con los diferentes niveles jerárquicos.

Para puestos operativos o de nivel de entrada, se realizarán entrevistas estructuradas, evaluaciones de habilidades y verificación de referencias.

Para puestos de nivel medio, se realizarán entrevistas de comportamiento, pruebas psicométricas y evaluaciones de casos.

Por último, para puestos de nivel ejecutivo o de alta dirección, se realizarán entrevistas conductuales basadas en competencias, evaluaciones de liderazgo y entrevistas con distintos stakeholders.

29.3 Política de contratación:

Dentro de la política de contratación definiremos estrategias efectivas para atraer, evaluar y seleccionar los candidatos idóneos para nuestras vacantes.

Los elementos claves de esta política considera lo siguiente:

Planificación de la contratación: En “Recorre Mis Pasos” debemos desarrollar un plan de contratación efectivo, que incluya plazos, recursos y objetivos para el proceso.

Atracción y evaluación de candidatos: Utilizando el canal de reclutamiento definido, procuraremos atraer los candidatos adecuados mediante referencias de empleados actuales, redes sociales o portales de reclutamiento web.

La empresa de reclutamiento deberá evaluar a los potenciales candidatos, los antecedentes, referencias y experiencia, así como también las habilidades y valores necesarios para el rol.

Selección y contratación: La empresa de reclutamiento deberá proponer una terna final con los mejores candidatos. Posteriormente la jefatura directa en conjunto con el Gerente de la “Recorre mis Pasos” definirán el mejor candidato luego de respectivas entrevistas y instruirá una oferta justa y equitativa en termino de remuneración.

Cómo política de contratación se definirán 2 contratos a plazo fijo de 90 días. Transcurrido este periodo, se contratará directamente a través de “Recorre Mis Pasos”.

Evaluación para internalización: Estableceremos una periodicidad mensual para la evaluación y desempeño de los candidatos con contrato a plazo fijo a fin de poder determinar la internalización en función de sus resultados.

Una política de contratación efectiva nos permitirá como organización contratar a colaboradores talentosos y motivados que se ajusten a nuestra cultura o objetivos definidos.

29.4 Política de inducción:

Cómo política de inducción definiremos estrategias y planes de trabajo que faciliten la integración de nuevos colaboradores a un ambiente grato, dónde puedan tener la oportunidad de desempeñar su nuevo rol de forma efectiva.

A continuación, mencionaremos algunos puntos clave dentro de la política de inducción:

Programa de inducción: Definiremos un programa de inducción claro y estructurado que incluya la presentación de nuestra empresa, introducción de nuestros procedimientos, políticas y descripción del rol a desempeñar.

También en este punto, comunicaremos de forma clara las expectativas y responsabilidades que debe adoptar cada nuevo empleado.

Designación de un facilitador: La organización, asignara un tutor o compañero de trabajo que acompañara en el proceso de integración al nuevo empleado, quién prestara soporte constante para facilitar la adaptabilidad al nuevo puesto.

Entrega de recursos: En nuestra compañía, entregaremos de forma oportuna a nuevos empleados las condiciones y herramientas de trabajo necesarios para desempeñar el rol, en conjunto con los accesos a sistemas y distintos programas informáticos.

29.5 Política de capacitación:

Cómo política de capacitación en “Recorre Mis Pasos” definiremos las estrategias y practicas necesarias para desarrollar las habilidades y conocimientos de nuestros empleados.

Dentro de nuestro plan de capacitación incluiremos distintos métodos orientados particularmente a la satisfacción de clientes. Dentro de ellos estarían capacitación intensiva de nuestra aplicación para monitoreo GPS, cursos en línea, talleres presenciales y capacitación de trabajo en equipo entre otros.

Lo anterior permitirá fomentar una cultura de constante aprendizaje para que nuestros colaboradores se sientan motivados y apoyados para mejorar sus habilidades, entregándoles el respaldo y facilidades para su desarrollo.

29.6 Política de remuneraciones:

Dentro de nuestra política de remuneraciones, definiremos una estrategia de asignación efectiva para atraer nuevos talentos y retener los ya existentes, fomentando un entorno de trabajo positivo y productivo.

Como puntos centrales determinamos los siguientes elementos claves:

Definición de niveles de remuneración: Estos se ajustarán al presupuesto según el cargo a desempeñar y expectativas del mercado laboral actual.

Evaluación de desempeño: Evaluaremos anualmente el desempeño de nuestros colaboradores. Los resultados de dichas evaluaciones nos permitirán definir planes de acción, nuevas estrategias, bonificaciones y aumentos salariales conforme correspondan.

Equidad: Nuestra política garantizará que los salarios se determinarán de manera justa y equitativa entre todos nuestros colaboradores, sin discriminación alguna.

30 Presupuesto de Recursos Humanos

En “Recorre Mis Pasos” hemos definido que las remuneraciones de los integrantes de nuestro equipo sean acordes al mercado, además estarán directamente relacionadas con el nivel de responsabilidad y complejidad del cargo, junto con las competencias, experiencia y potencial de la persona.

Adicionalmente, para el presupuesto de las remuneraciones mensuales y anuales, se ha considerado las obligaciones legales, donde también se contempla un incremento del 8% anual, de acuerdo con el desempeño y cumplimiento de resultados.



Meses

12

Porcentaje de reajuste anual

8%

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Compensaciones y beneficios					
Salarios	\$90.031.488	\$97.234.007	\$105.012.728	\$113.413.746	\$122.486.845
Asignación alimentación	\$13.200.000	\$14.256.000	\$15.396.480	\$16.628.198	\$17.958.454
Gratificación legal	\$21.422.544	\$23.136.348	\$24.987.255	\$26.986.236	\$29.145.135
AFP	\$14.958.484	\$16.155.163	\$17.447.576	\$18.843.382	\$20.350.852
Salud	\$8.725.782	\$9.423.845	\$10.177.752	\$10.991.973	\$11.871.330
Seguro de cesantía	\$747.924	\$807.758	\$872.379	\$942.169	\$1.017.543
Capacitación y Desarrollo					
Honorarios de consultoría	\$350.000	\$378.000	\$408.240	\$440.899	\$476.171
Alquiler de equipos/salas	\$150.000	\$162.000	\$174.960	\$188.957	\$204.073
Gastos de capacitación	\$300.000	\$324.000	\$349.920	\$377.914	\$408.147
Costos de exámenes y certificación	\$450.000	\$486.000	\$524.880	\$566.870	\$612.220
Reclutamiento y Selección					
Contratación de publicaciones	\$120.000	\$129.600	\$139.968	\$151.165	\$163.259
Evaluaciones Psicotécnicas	\$350.000	\$378.000	\$408.240	\$440.899	\$476.171
Seguimiento de los costos del sistema de selección	\$204.000	\$220.320	\$237.946	\$256.981	\$277.540
Desarrollo web / Mantenimiento	\$500.000	\$540.000	\$583.200	\$629.856	\$680.244
Verificación de antecedentes	\$45.000	\$48.600	\$52.488	\$56.687	\$61.222
Otros					
Administración del sistema de Recursos Humanos	\$680.000	\$734.400	\$793.152	\$856.604	\$925.132
Community management	\$3.000.000	\$3.240.000	\$3.499.200	\$3.779.136	\$4.081.467
Reconocimiento y Relaciones Laborales					
Administración evaluación de desempeño	\$750.000	\$810.000	\$874.800	\$944.784	\$1.020.367
Relaciones laborales (abogados, consultores)	\$600.000	\$648.000	\$699.840	\$755.827	\$816.293
Total Período	\$156.585.222	\$169.112.040	\$182.641.003	\$197.252.284	\$213.032.466

31 Objetivos Financieros

En “Recorre Mis Pasos” definimos como objetivo poder lograr un crecimiento durante los próximos años con un aumento de ventas de un 8% durante el primer año y 15% a partir del segundo año en adelante. Para concretarlo, necesitaremos elaborar un presupuesto que nos permita realizar un análisis estratégico y financiero óptimo.

Esperamos que nuestros objetivos de rentabilidad estén alineados con nuestros costos, teniendo en consideración factores como la inflación, volatilidad económica a nivel global y situación financiera de nuestra empresa.

En este sentido, “Recorre Mis Pasos” definimos centrar nuestra estrategia financiera en reducir nuestros costos y negociar con los proveedores a nivel de economía escala, de este modo, podremos obtener mejores beneficios a largo plazo. Trimestralmente revisaremos nuestro plan financiero, a fin de identificar si nuestros objetivos van en el rumbo correcto, o bien, necesitamos redireccionar algunas estrategias en función del comportamiento de la industria.

31.1 Ratios del VAN y TIR

Desde el punto de vista financiero, hemos llevado a cabo un análisis de los flujos de caja con una proyección a 5 años, considerando una inversión inicial de M\$146 CLP y una tasa de descuento del 13,71%. Tomando estos datos como referencia observamos que el proyecto es rentable ya que nos da como resultado una VAN de \$67.927.766 pesos.

VAN	\$	67.927.766
------------	----	------------

La TIR nos dio como resultado un 29,9% siendo mayor que la tasa de descuento, lo que nos indica que el proyecto generará un retorno mayor que el costo de oportunidad de la inversión. Esta inversión tiene un buen potencial para la generación de valor y debería ser considerada como una opción de inversión atractiva.

TIR	29,9%
------------	-------

En cuanto al payback, se determinó mediante el desarrollo de la información que el período de recuperación de la inversión se da en el año 2,6 meses de operación.

PAYBACK	2,67
PAYBACK DESCONTADO	3,50

A pesar de tener pérdidas en los primeros años, se estima que los años siguientes el negocio generará ganancias, lo anterior apoyado por los planes de marketing y comerciales, con la finalidad de alcanzar las metas de ventas planteadas.

En términos de la propuesta de valor, la experiencia de servicio que se entregaría a los clientes y usuarios será la fuente de su ventaja competitiva, por lo cual se todas las actividades deben estar enfocadas en entregar un buen servicio.

Los esfuerzos en marketing deben ser muy intensivos en el primer año de funcionamiento y en los meses de alta demanda, ya que al ser una empresa que recién ingresa al mercado, debe generar conocimiento de marca, con el fin de atraer, retener y fidelizar a éstos, para alcanzar las estimaciones de demanda realizadas en el plan de ventas.

31.2 Proyecciones de Ingresos

Para elaborar nuestra proyección de ingresos, consideramos el pronóstico mensual durante el primer año y luego la proyección a 5 años utilizando una variación anual de 15% sobre el año anterior. El objetivo de esta proyección tiene por finalidad planificar y controlar los gastos futuros en función de los ingresos proyectados.

Para controlar de forma eficiente nuestros costos, determinamos considerar los siguientes puntos:

Planificación: Su objetivo es poder tener un horizonte claro de los ingresos que esperamos recibir a futuro para planificar y tomar decisiones financieras adecuadas.

Será importante considerar factores como las tendencias del mercado, la eventual competencia, la volatilidad económica nacional y otros factores que puedan afectar nuestros ingresos futuros.

Control: Este punto resultará fundamental, ya que nos permitirá identificar desviaciones que impidan el cumplimiento de nuestros objetivos financieros. Este control lo realizaremos con una periodicidad mensual, para detectar oportunidades de mejora o problemas de forma oportuna a fin de tomar las medidas adecuadas para corregirlos, lo que permitirá mejorar nuestra rentabilidad a largo plazo.

Comunicación: Periódicamente informaremos de forma oportuna a nuestros departamentos y responsables dentro de “Recorre Mis Pasos”, el cumplimiento de

nuestras proyecciones para que puedan tomar las decisiones correctas y en conjunto ante situaciones inciertas o imprevistas.



Ventas "Recorre Mis Pasos"	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
	\$ 305.980	\$ 764.950	\$ 1.682.890	\$ 2.447.840	\$ 3.059.800	\$ 4.436.710	\$ 8.567.440	\$50.027.730	\$39.012.450	\$79.401.810	\$127.899.640	\$96.689.680	\$414.296.920
Total Costo de Ventas	\$ 45.920	\$ 114.800	\$ 252.560	\$ 367.360	\$ 459.200	\$ 665.840	\$ 1.285.760	\$ 7.507.920	\$ 5.854.800	\$11.916.240	\$ 19.194.560	\$14.510.720	\$ 62.175.680
Beneficio Bruto	\$ 260.060	\$ 650.150	\$ 1.430.330	\$ 2.080.480	\$ 2.600.600	\$ 3.770.870	\$ 7.281.680	\$42.519.810	\$33.157.650	\$67.485.570	\$108.705.080	\$82.178.960	\$352.121.240
Costos Operacionales	\$ 19.435.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 20.205.000
Costos Variables	\$ 1.931.833	\$ 485.857	\$ 498.140	\$ 594.906	\$ 940.847	\$ 1.147.490	\$ 552.364	\$ 655.532	\$ 999.593	\$ 599.183	\$ 616.138	\$ 2.076.441	\$ 11.098.326
Costos Fijos	\$ 13.014.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$13.014.503	\$12.764.503	\$12.764.503	\$12.764.503	\$ 12.764.503	\$12.764.503	\$153.674.032
Resultado antes de Interes y Depreciación/Amortización	\$ -34.121.276	\$ -12.670.209	\$ -11.902.313	\$ -11.348.929	\$ -11.174.750	\$ -10.211.123	\$ -6.355.186	\$29.029.776	\$19.323.554	\$54.051.884	\$ 95.254.439	\$67.268.016	\$167.143.882
Intereses Financieros	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 5.000.000
Total Depreciación	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 739.583	\$ 8.875.000
Beneficio antes de intereses	\$ -35.277.526	\$ -13.826.459	\$ -13.058.563	\$ -12.505.179	\$ -12.331.000	\$ -11.367.373	\$ -7.511.436	\$27.873.526	\$ 18.167.304	\$52.895.634	\$ 94.098.189	\$66.111.766	\$153.268.882
Impuesto a la renta 25%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.968.381	\$ 4.541.826	\$13.223.909	\$ 23.524.547	\$16.527.941	\$ 64.786.605
Beneficio Neto	\$ -35.277.526	\$ -13.826.459	\$ -13.058.563	\$ -12.505.179	\$ -12.331.000	\$ -11.367.373	\$ -7.511.436	\$20.905.144	\$13.625.478	\$39.671.726	\$ 70.573.642	\$49.583.824	\$ 88.482.277

31.3 Costos (Fijos y Variables)

Los costos fijos y variables son componentes importantes en la estructura de costos de nuestra empresa. Los costos fijos representan una carga constante, mientras que los costos variables varían en función del nivel de actividad. La gestión adecuada de estos costos es fundamental para mantener la rentabilidad y la viabilidad financiera de nuestra empresa.



Ventas "Recorre Mis Pasos"	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
	\$ 305.980	\$ 764.950	\$ 1.682.890	\$ 2.447.840	\$ 3.059.800	\$ 4.436.710	\$ 8.567.440	\$ 50.027.730	\$ 39.012.450	\$ 79.401.810	\$ 127.899.640	\$ 96.689.680	\$ 414.296.920
Costos Fijos													
Sueldos fijos	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 10.387.836	\$ 124.654.032
Crédito Bodega	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 15.000.000
Servicios básicos (agua, luz, calefacción)	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 1.920.000
Teléfono e internet	\$ 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
Costo de seguridad	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 540.000
Insumos aseo y domésticos	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 1.020.000
Insumos elementos oficina	\$ 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
Carro de compra	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 240.000
Patente	\$ 250.000						\$ 250.000						\$ 500.000
Intereses crédito banco	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 416.667	\$ 5.000.000
Community Manager	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Total Costos Fijos	\$ 13.014.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 13.014.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 12.764.503	\$ 153.674.032



Costos variables	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año 1
Costo por devolución	\$ 18.500	\$ 19.980	\$ 21.578	\$ 23.305	\$ 25.169	\$ 27.183	\$ 29.357	\$ 31.706	\$ 34.242	\$ 36.982	\$ 39.940	\$ 43.135	\$ 351.077
Promotoras	\$ 80.000			\$ 84.000				\$ 88.200				\$ 92.610	\$ 344.810
Publicidad digital	\$ 30.000	\$ 30.600	\$ 31.212	\$ 31.836	\$ 32.473	\$ 33.122	\$ 33.785	\$ 34.461	\$ 35.150	\$ 35.853	\$ 36.570	\$ 37.301	\$ 402.363
Costos de inspección y certificación	\$ 350.000												\$ 350.000
Costos de reparación o reemplazo	\$ 20.500	\$ 21.935	\$ 23.470	\$ 25.113	\$ 26.871	\$ 28.752	\$ 30.765	\$ 32.919	\$ 35.223	\$ 37.688	\$ 40.327	\$ 43.149	\$ 388.713
Combustible	\$ 85.000	\$ 86.700	\$ 90.168	\$ 93.775	\$ 97.526	\$ 101.427	\$ 105.484	\$ 109.703	\$ 114.091	\$ 118.655	\$ 123.401	\$ 128.337	\$ 1.254.267
Viajes por alojamiento, comida y gastos generales	\$ 200.000	\$ 204.000	\$ 208.080	\$ 212.242	\$ 216.486	\$ 220.816	\$ 225.232	\$ 229.737	\$ 234.332	\$ 239.019	\$ 243.799	\$ 248.675	\$ 2.682.418
Honorarios de consultoría	\$ 116.667				\$ 116.667				\$ 116.667				\$ 350.000
Alquiler de equipos/salas	\$ 50.000				\$ 50.000				\$ 50.000				\$ 150.000
Gastos de capacitación	\$ 100.000				\$ 100.000				\$ 100.000				\$ 300.000
Costos de exámenes y certificación	\$ 150.000				\$ 150.000				\$ 150.000				\$ 450.000
Contratación de publicaciones	\$ 60.000					\$ 60.000							\$ 120.000
Evaluaciones Psicotécnicas	\$ 175.000					\$ 175.000							\$ 350.000
Seguimiento de los costos del sistema de selección	\$ 102.000					\$ 102.000							\$ 204.000
Desarrollo web / Mantenimiento	\$ 250.000					\$ 250.000							\$ 500.000
Verificación de antecedentes	\$ 22.500					\$ 22.500							\$ 45.000
Administración del sistema de Recursos Humanos	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 56.667	\$ 680.000
Administración evaluación de desempeño													\$ 750.000
Relaciones laborales (abogados, consultores)													\$ 600.000
Software	\$ 65.000	\$ 65.975	\$ 66.965	\$ 67.969	\$ 68.989	\$ 70.023	\$ 71.074	\$ 72.140	\$ 73.222	\$ 74.320	\$ 75.435	\$ 76.567	\$ 847.679
Total Costos variables	\$ 1.931.833	\$ 485.857	\$ 498.140	\$ 594.906	\$ 940.847	\$ 1.147.490	\$ 552.364	\$ 655.532	\$ 999.593	\$ 599.183	\$ 616.138	\$ 2.076.441	\$ 10.747.249

31.4 Gastos de administración y Ventas (5 años).

Los gastos de administración y venta son componentes importantes en la estructura de costos de nuestra empresa. Los gastos de administración están relacionados con la gestión y administración de la empresa, mientras que los gastos de venta están relacionados con la comercialización y venta de los productos.

Nos proporciona información detallada sobre los gastos de administración y venta de la empresa para cada mes. Los gastos de administración totales varían de mes a mes, con cifras que van desde \$1.783.500 hasta \$71.340.000, mientras que los gastos de venta totales también varían de mes a mes, con cifras que van desde \$9.594.797 hasta \$449.966.874.

Es importante para nuestra empresa encontrar un equilibrio adecuado entre los gastos de administración y venta para mantener la rentabilidad y la viabilidad financiera. Un exceso de gastos de administración puede ser una carga financiera, mientras que un exceso de gastos de venta puede afectar los márgenes de beneficio.

En general, la gestión adecuada de los gastos de administración y venta son esenciales para mantener la rentabilidad y la viabilidad financiera de nuestra empresa.

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$124.654.032	\$134.626.355	\$145.396.463	\$157.028.180	\$169.590.434
Servicios básicos (agua, luz, calefacción)	\$ 1.920.000	\$ 2.073.600	\$ 2.239.488	\$ 2.418.647	\$ 2.612.139
Teléfono e internet	\$ 1.200.000	\$ 1.296.000	\$ 1.399.680	\$ 1.511.654	\$ 1.632.587
Costo de seguridad	\$ 540.000	\$ 583.200	\$ 629.856	\$ 680.244	\$ 734.664
Insumos aseos y domésticos	\$ 1.020.000	\$ 1.101.600	\$ 1.189.728	\$ 1.284.906	\$ 1.387.699
Insumos elementos oficina	\$ 600.000	\$ 648.000	\$ 699.840	\$ 755.827	\$ 816.293
Viaticos por alojamiento, comida y gastos generales	\$ 2.682.418	\$ 2.897.011	\$ 3.128.772	\$ 3.379.074	\$ 3.649.400
Eventos	\$ 1.500.000	\$ 1.620.000	\$ 1.749.600	\$ 1.889.568	\$ 2.040.733
Carro de compra	\$ 240.000	\$ 259.200	\$ 279.936	\$ 302.331	\$ 326.517
Campaña RRSS	\$ 348.000	\$ 375.840	\$ 405.907	\$ 438.380	\$ 473.450
Diseño logo	\$ 65.000	\$ 70.200	\$ 75.816	\$ 81.881	\$ 88.432
Radio	\$ 360.000	\$ 388.800	\$ 419.904	\$ 453.496	\$ 489.776
Promotoras	\$ 344.810	\$ 372.395	\$ 402.186	\$ 434.361	\$ 469.110
Publicidad digital	\$ 402.363	\$ 434.552	\$ 469.316	\$ 506.861	\$ 547.410
Local oficina/bodega	\$ 15.000.000	\$ 16.200.000	\$ 17.496.000	\$ 18.895.680	\$ 20.407.334
Total mensual	\$150.876.623	\$162.946.752	\$175.982.493	\$190.061.092	\$205.265.979

32 Inversión inicial Año (0).

Nos centramos para elaborar la inversión inicial del año cero en un análisis detallado de nuestro presupuestos y costos necesarios para ejecutar el proyecto y poder lograr nuestros objetivos financieros en el largo plazo. Nuestro objetivo es presentar un análisis financiero completo y detallado que demuestre la viabilidad de las inversiones y que proporcione una base sólida para la toma una correcta doma de decisiones informada.



Activos Fijos	Activos Intangibles	Capital de Trabajo
Activo fijo	Activos intangibles	Marketing
Bodega	Gastos de organización	Diseño Pagina Web
Vehículo	Patentes y licencias	Campaña RRSS
Equipamiento		Otros gastos de Marketing
\$ 123.000.000	\$ 15.856.606	\$ 7.233.081

Inversión inicial año 0
\$ 146.089.687

33 Capital de trabajo

El capital de trabajo de “Recorre Mis Pasos” es positivo, lo que indica una posición financiera sólida en términos de liquidez y capacidad para cumplir con las obligaciones a corto plazo.

El capital de trabajo resultante es de \$38.116.458 pesos. Esto indica que nuestra empresa tiene un margen de activos circulantes disponibles para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Es importante tener en cuenta que un capital de trabajo positivo es generalmente deseable, ya que indica que la empresa tiene suficientes activos circulantes para cubrir sus pasivos circulantes.

CAPITAL DE TRABAJO = ACTIVO CIRCULANTE- PASIVO CIRCULANTE

CAPITAL DE TRABAJO =	185.514.000	-	147.397.542
CAPITAL DE TRABAJO =	38.116.458		

RAZÓN DE CAPITAL DE TRABAJO = ACTIVO CIRCULANTE- PASIVO CIRCULANTE

VENTAS

RAZÓN DE CAPITAL DE TRABAJO =	185.514.000	-	147.397.542
	414.296.920		

RAZÓN DE CAPITAL DE TRABAJO = 9,20%

35 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es importante para determinar el nivel de ventas que nuestra empresa necesita para cubrir sus costos y alcanzar el equilibrio financiero. A continuación, se detalla el método de cálculo y el resultado del análisis de punto de equilibrio para el primer año contable del estado de resultados.

El método del Margen de Contribución: Consiste en dividir los costos fijos operativos entre el margen de contribución unitario.



36 Conclusión

Este proyecto de caso de negocio ha sido una experiencia valiosa para nosotros. En él, hemos podido analizar distintas variables que nos han permitido aplicar todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera y particularmente en la asignatura del Caso Integrador.

A lo largo del trimestre hemos explorado diferentes aspectos relevantes para un negocio, incluyendo la estrategia de mercado, estimación de demanda, modelo negocio, la estructura de costos y análisis financiero. Esto nos ha permitido evaluar y desarrollar un plan que sea viable y rentable.

Desde el punto de vista del mercado, las soluciones tecnológicas para el cuidado de adultos mayores que presenta deterioro cognitivo en Chile están en crecimiento y es cada vez más importante debido al envejecimiento de la población y al aumento de la prevalencia de enfermedades como el Alzheimer y otros tipos de demencia.

En Chile, se espera que el mercado de soluciones tecnológicas siga creciendo a medida que aumenta la conciencia sobre la importancia del cuidado de la salud de los adultos mayores y la necesidad de soluciones tecnológicas innovadoras para atender a esta población vulnerable.

Nuestro objetivo no es únicamente en la rentabilidad financiera del negocio, sino que también, quisimos demostrar en nuestro proyecto a través del desarrollo de una solución innovadora y efectiva, el impacto positivo que podría tener la implementación de nuestro producto en la comunidad.

37 Bibliografía

Católica, F. d. (1 de marzo de 2019). *Facultad de Medicina Pontificia Universidad* .

Obtenido de Epidemiología, diagnóstico y pruebas cognitivas de demencias en APS: [https://medicina.uc.cl/publicacion/epidemiologia-diagnostico-y-pruebas-cognitivas-de-demencias-en-](https://medicina.uc.cl/publicacion/epidemiologia-diagnostico-y-pruebas-cognitivas-de-demencias-en-aps/#:~:text=El%201%2C06%25%20de%20la,mayores%20de%2085%20a%C3%B1os3)

[aps/#:~:text=El%201%2C06%25%20de%20la,mayores%20de%2085%20a%C3%B1os3](https://medicina.uc.cl/publicacion/epidemiologia-diagnostico-y-pruebas-cognitivas-de-demencias-en-aps/#:~:text=El%201%2C06%25%20de%20la,mayores%20de%2085%20a%C3%B1os3)

Datosmacro.com. (1 de 12 de 2021). *Expansión.com*. Obtenido de

<https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/chile>

Medina, A. (28 de 01 de 2023). *Integrados Chile*. Obtenido de

<http://www.integradoschile.cl/2023/01/28/casi-10-de-la-poblacion-adulta-en-chile-presenta-discapacidad-y-dependencia/>

Minsal. (noviembre de 2017). *Minsal*. Obtenido de [https://www.minsal.cl/wp-](https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2017/11/PLAN-DE-DEMENCIA.pdf)

[content/uploads/2017/11/PLAN-DE-DEMENCIA.pdf](https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2017/11/PLAN-DE-DEMENCIA.pdf)

Autorización única para toda memoria presentada en Universidad Gabriela Mistral

I. Detalle de la memoria

Nombre de los integrantes:	Natalia Vilches Godoy Rene Muñoz Serey
Carrera / Magíster/Posgrado:	INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS ADVANCE
Correo electrónico:	nativitavg7@gmail.com reneams.2011@gmail.com
Título de la memoria:	Plan de Negocio “Recorre Mis Pasos”
Mención a la que opta (si tiene):	Finanzas corporativas y control de gestión.
Profesor (es) guía(s):	MBA Javier Castillo Bravo.
Materias o descriptores: Asignar conceptos específicos al tema desarrollado en la memoria (máximo 4)	Importación y venta de plantillas con sistema GPS integrado.
Fecha de entrega a biblioteca (día, mes, año):	15/ 07 /2023

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

	 	
Uso de embargo	Autorización total	No autorizo

Indique período de tiempo de embargo:

6 meses ____ 1 año ____ 2 años ____