



“EMPRESA DE CAPACITACION, ENTRENAMIENTO Y ASESORIA EN LA INDUSTRIA MINERA EXTRACTIVA DE LA II REGION”

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

**Alumno: Leonardo Mercado Zamorano
Profesor Guía: Claudio Dufeu**

Antofagasta, julio de 2016

INDICE

	Página
Resumen Ejecutivo	5
1. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	7
1.1. Identificar empresa y la oportunidad	7
❖ Visión, misión y objetivo	7
❖ Descripción de producto/servicio	7
❖ Qué oportunidad/necesidad atiende	9
❖ Mercado Objetivo y Tamaño	10
1.2. Descripción equipo gestor proyecto	10
❖ Estructura y funciones	10
❖ Competencia distintivas/ experiencia relevante	11
❖ Participación, sociedad y compensaciones	12
2. ANALISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES Y CLIENTES	13
2.1 Análisis Industria Minera	13
❖ Actores claves de la industria	13
❖ Macros segmentos	13
❖ Análisis del entorno de la industria, PETS	14
❖ Análisis de la tendencia de la industria, ciclos de vida	15
❖ Análisis de las fuerzas competitivas de PORTER	17
2.2 Competidores	19
❖ Características de los competidores	19
❖ Fortalezas y debilidades	20
❖ Mapa posicionamiento relativo	21
❖ Matriz de perfiles Competitivos	21
2.3 Clientes	22
❖ Características de los consumidores	22
❖ Identificación macro y micro segmento	22

❖ Tamaño mercado y tendencias	23
❖ Conclusiones	24
3. DESCRIPCION MODELO DE NEGOCIO, FODA Y ESTRATEGIAS	25
3.1. Descripción modelo de negocio	25
❖ Segmentos de mercado	25
❖ Propuesta de valor	26
❖ Canales de distribución	29
❖ Relaciones con los clientes	29
❖ Flujo de ingreso	29
❖ Recursos claves	29
❖ Actividades claves	29
❖ Asociaciones Claves	29
❖ Estructura de costos	30
3.2. Análisis interno	30
❖ FODA	30
❖ Recursos, capacidades y competencias	31
❖ Ventajas competitivas	31
3.3. Estrategia entrada	32
3.4. Estrategia crecimiento	32
3.5. Estrategia salida	32
3.6 Cadena de valor	33
4. PLAN DE MARKETING	35
4.1 Objetivo Plan de Marketing	35
4.2 Estrategia Segmentación	35
4.3 Estimación de la demanda	36
4.4. Estrategia Producto/servicio	37
4.5. Estrategia Precio	37
4.6 Estrategia distribución	38

4.7.	Estrategia de comunicaciones	39
4.8.	Estrategia de ventas	40
4.9.	Presupuesto de MKT	40
4.10.	Métricas para monitorear plan de MKT	41
5.	PLAN DE OPERACIONES	42
5.1	Estrategia, Alcance y Tamaño Operaciones	42
5.2	Flujo Operaciones	42
5.3	Tecnología, procesos, recursos claves y rol de las personas	43
5.4	Ubicación geográfica	43
5.5	Plan de Desarrollo e Implementación	43
6.	EQUIPO DEL PROYECTO	44
6.1	Estructura organizacional	44
6.2	Dotación y Características	44
6.3	Incentivos y Compensaciones	45
7.	PLAN FINANCIERO	46
7.1	Supuestos	46
7.2	Estimación de ingresos	47
7.3	Estado de resultados	48
7.4	Flujo de caja	49
7.5	Balance	50
7.6	Requerimiento de capital	51
7.7	Evaluación Financiera del proyecto (puro, sin deuda)	52
8.	RSE Y SUSTENTABILIDAD	52
9.	RIESGOS CRITICOS	53
10.	PROPUESTA INVERSIONISTA	54
11.	CONCLUSION	54
12.	BIBLIOGRAFIA	55
13.	ANEXO	56

Resumen Ejecutivo

La minería está enfrentando un conjunto complejo de desafíos para mantenerse competitiva y sustentable en el largo plazo. Disponer del capital humano con la calificación requerida y en el momento adecuado se mantiene como uno de estos desafíos urgentes de abordar, tanto para las propias compañías mineras como para los colaboradores de servicios permanentes porque deben operar en ambientes de alta productividad.

Capacitar, entrenar y asesorar en este escenario es muy importante y relevante porque significa contribuir al desarrollo personal del individuo, entregándole conocimientos técnicos, teóricos y prácticos para que pueda desarrollar su labor de la mejor manera, y de esta forma poder aportar valor y eficiencia a la organización.

La idea de negocio está basada en poder desarrollar capacitación, entrenamiento y asesorías a gerentes, superintendentes, jefe de operaciones, jefes de turno, supervisores y operadores de la unidad de negocio de Operaciones Mina de las 13 compañías más importantes de la industria extractiva del cobre de la II región, en el horizonte de cinco años. Del mismo modo, incluir en este plan de negocio a las empresas mineras de la I región a partir del año 3 de este plan.

Nuestra visión, es ser reconocidos como una empresa que aporta efectivamente a la gestión de los profesionales de la industria minera de la II Región y misión, es entregar capacitación y herramientas efectivas para el desarrollo de habilidades concretas que permitan el mejoramiento de los resultados de la industria minera.

Nuestros objetivos son que el 100% de las OTEC y OTIC nos conozcan como empresa de capacitación, entrenamiento y asesoría en los primeros 2 años, ejecutar 30% de las capacitaciones y entrenamientos que realizan las empresas mineras en los primeros 2 años, asesorar al 30% de los ejecutivos y supervisores de las empresas mineras presentes en la II Región en los primeros 2 años y lograr una rentabilidad anual mayor a \$120.000.000.

Para lograr los objetivos hemos definido un modelo de negocio que articula cuatro pilares principales, infraestructura, oferta, cliente y finanzas. En infraestructura se describen las redes de alianzas, recursos y actividades claves para el buen desarrollo de la empresa. En oferta, se indica la propuesta de valor de la empresa con objetivos claros para los clientes la que se relaciona directamente con el segmento al cual se quiere capturar, como también los

canales que se van a utilizar. Finalizando, encontramos finanzas con estructura de costos más importante y los flujos de ingresos considerados.

Nuestra empresa será liderada por un equipo con vasta experiencia en la industria minera y administración de negocios apoyados profesionales part time, según requerimientos de cada cliente.

En síntesis y como conclusión existe una real oportunidad de negocio en la industria minera extractiva de la segunda región, que es **la necesidad de capacitar, entrenar y asesorar a la unidad de negocio de Operaciones Mina de las empresas mineras más importantes de la II región**, si bien es cierto, existen varias empresas dedicadas a la capacitación, entrenamiento y asesorías en el mercado, en la mayoría de los casos están enfocadas, específicamente, al desarrollo de competencias laborales y la formación calificada de los operadores de equipos mineros, operadores de planta procesos, entre otros. Por lo tanto, estamos convencidos que se puede desarrollar esta idea de negocio.

La ventana de oportunidad, se basa en usar todas las capacidades del equipo de trabajo, tales como: experiencia de 20 años en operaciones mineras, conocimiento del negocio minero, manejo de operaciones mineras con alta concentración de operadores, conocimiento técnico en Seguridad, Perforación & Tronadura, Carguío & Transporte, Chancado & Correa y administración contratos para lograr la ventaja competitiva que permita alcanzar nuestras metas como empresa.

1. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

1.1. Identificar empresa y la oportunidad:

La empresa se orientará a la **Capacitación, Entrenamiento y Asesorías (CEA)** en la industria extractiva minera a cielo abierto de la II Región. El foco, será transmitir toda la experiencia y herramientas, a los profesionales que trabajan en esta industria para que ellos puedan usarlas para mejorar su gestión y lograr buenos resultados en materia de seguridad, medio ambiente, KPI'S, gastos y costos.

- ✓ **Visión:** “Ser reconocidos como una empresa que aporta efectivamente a la gestión de los profesionales de la industria minera de la II Región ”
- ✓ **Misión:** “Entregar capacitación y herramientas efectivas para el desarrollo de habilidades concretas que permitan el mejoramiento de los resultados de la industria minera”.
- ✓ **Objetivos:** (1) el 100% de las OTEC y OTIC nos conozcan como empresa de capacitación, entrenamiento y asesoría en los primeros 2 años, (2) ejecutar 30% de las capacitaciones y entrenamientos que realizan las empresas mineras en los primeros 2 años, (3) asesorar al 30% de los ejecutivos y supervisores de las empresas mineras presentes en la II Región en los primeros 2 años y (4) lograr una rentabilidad anual mayor a \$120.000.000.

❖ Descripción producto/servicio:

El punto de partida es la necesidad de mostrar a las redes de contactos de profesionales que trabajaban en la industria minera, específicamente, en Operaciones Mina que en tiempos de crisis es posible ser competitivos. De esta forma, por medio de los resultados de nuestra gestión y las acciones realizadas en tiempos de crisis donde ha prevalecido una baja en el precio del cobre, hemos concluido que es posible transferir las buenas prácticas y la experiencia para asegurar el fortalecimiento de la industria, transmitiendo la experiencia a profesionales con el objetivo de que ellos puedan mejorar su gestión y lograr buenos resultados en materia de seguridad, medio ambiente, KPI'S, gastos y costos. Creemos que para nuestros clientes los factores diferenciadores deben ser:

- **Ambientes de trabajo saludables y libres de lesiones**
 - ✓ Minimizar los incidentes CTP (con tiempo perdido) y STP (sin tiempo perdido) en las personas.
 - ✓ Incentivar la denuncia de incidentes que afectan el medio ambiente.
 - ✓ Incentivar 100% de reportabilidad e investigación de todo el incidente menor.
 - ✓ Reducción en 40% el gasto por daño a equipos respecto al año anterior.
- **Maximización del valor de los activos:**
 - **Perforación y Tronadura**
 - ✓ Incremento índice de perforación de producción en un 30% en los próximos 2 años.
 - ✓ Reducción en 20% el factor de carga en los próximos 2 años.
 - ✓ Uso flota perforadoras sostenible en el tiempo mayor a 80%.
 - ✓ Incremento vida útil de triconos en un 80%.
 - **Carguío y Transporte**
 - ✓ Uso de flota de palas y cargadores frontales sostenible en el tiempo sobre 83% y 75% respectivamente.
 - ✓ Uso flota camiones sostenible en el tiempo sobre 83%.
 - ✓ Alternativas para reducir costo tales en la mantención de caminos mineros, 20% al año.
 - ✓ Reducción 30% en el concepto de indisponibilidad de CAEX por neumático.
 - **Chancado y Correa**
 - ✓ Incremento rendimiento chancado en 15% al año.
- **Competitividad de costos a través de los ciclos:**
 - ✓ Ahorro de 10% en Opex según budget.
 - ✓ 100% cumplimiento de Capex.
 - ✓ Oportunidades de mejoras en contratos estratégicos.
- **Desarrollo de potencial de trabajadores propios y colaboradores:**
 - ✓ Entrenamiento en terreno para mejorar productividad de trabajadores propios como colaboradores.
 - ✓ Charlas de Liderazgo en Seguridad.
 - ✓ Charlas de Liderazgo para jefes de área y supervisores.

❖ **Qué Oportunidad o necesidad atiende:**

Las proyecciones del precio del cobre indican que este podría caer hasta los US\$ 1,92 la libra este 2016 y topar los US\$ 1,80 el próximo año. Sería el menor valor desde el 1 de mayo de 2009. Esto debido a la debilidad China como la apreciación del dólar a nivel internacional, que este año ha subido un 10%. Según estimaciones del Banco Mundial, el metal continuará bajo los US\$ 2,5 la libra hasta el año 2025.

Ante la baja del precio del cobre, los actuales desafíos como industria minera se centran en tres focos importantes: reducir costos, incrementar la producción y aprovechar oportunidades por baja de precios de insumos críticos, específicamente, petróleo. Respecto a la reducción de costos, en general la tendencia es generar ahorros en función de elevar la eficiencia y la productividad, provenientes de optimización de indicadores de consumos (materiales, energía y combustibles), racionalización de contratos (niveles de actividad, precios y alcances), gestión de mantenimiento y disminución de inversiones.

Desde el punto de vista de la necesidad de incrementar la producción, la tendencia es maximizar el uso de los activos de la Compañía. Es decir, ser más eficientes. Bajo este concepto los trabajadores de las empresas mineras ocupan un rol fundamental en la identificación de oportunidades y en la implementación de medidas de ahorro. Por último, las renegociaciones de contrato para optimización de los costos de los mismos serán la tendencia en este periodo también.

La minería está enfrentando un conjunto complejo de desafíos para mantenerse competitiva y sustentable en el largo plazo. Disponer del capital humano con la calificación requerida y en el momento adecuado se mantiene como uno de estos desafíos urgentes de abordar, tanto para las propias compañías mineras como para los proveedores de servicios permanentes para operar en ambientes de alta productividad.

Capacitar y entrenar en este escenario es muy importante y relevante porque significa contribuir al desarrollo personal de un individuo, entregándole los conocimientos técnicos, teóricos y prácticos para que pueda desarrollar su labor de la mejor manera, y de esta forma poder aportar valor y eficiencia a la organización.

❖ **Mercado objetivo y tamaño:**

- **Mineras de la II Región con dotación menor a 350 trabajadores en el área de Operaciones Mina:**
 - ✓ 9 mineras cielo abierto del Cu de la II Región.
 - ✓ 2564 Ejecutivos, jefes de área, supervisores y operadores.
- **Mineras de la II Región con dotación mayor a 350 trabajadores en el área de Operaciones Mina:**
 - ✓ 4 mineras cielo abierto del Cu de la II Región.
 - ✓ 3888 Ejecutivos, jefes de área, supervisores y operadores.
- **Mineras de la II Región con dotación mayor a 350 trabajadores en el área de Operaciones Mina:**
 - ✓ 3 mineras cielo abierto del Cu de la I Región.
 - ✓ 2252 Ejecutivos, jefes de área, supervisores y operadores.

1.2. Equipo gestor del proyecto:

❖ **Estructura y funciones:**

La estructura operacional de MS Trainig&Advisors, nuestra empresa, está liderada por el Gerente General, quien cuenta bajo su liderazgo con tres unidades de gestión con reportabilidad directa, Administración, Finanzas y Operación.

Nuestra estructura organizacional nos posibilita autonomía y está pensada en lograr un mejor desempeño y una mayor eficiencia entre las diferentes áreas de gestión con el objeto de adecuarnos para ingresar al mercado.

La unidad de Administración en líneas generales está enfocada en asegurar el normal desempeño de las actividades de la empresa, tales como, atención al cliente y organización de las CEA (Capacitación, Entrenamiento y Asesoría).

La unidad de Finanzas, tiene como foco principal el resguardo de la rentabilidad lograda con el objeto de resguardar los compromisos con el personal y proveedores, como también el ahorro necesario para futura expansiones.

La unidad de Operaciones, tiene como principales focos: captar, ejecutar y mantener al cliente interesado en nuestra propuesta de valor. Los roles indicados en esta área, Asesor PR, Abogado y Psicólogo se consideran bajo el concepto de part-time según requerimiento de las necesidades de los clientes. De esta forma, nuestra estructura es la siguiente:

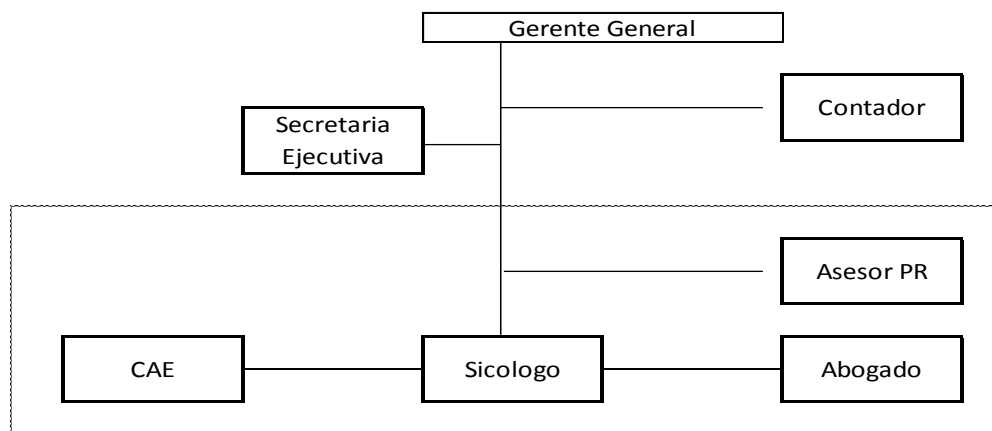


Figura 1: Estructura Organizacional

❖ **Competencias distintivas del equipo:**

- ✓ **TANGIBLES:** Oficinas, estructura organizacional, capital humano y redes de contactos.
- ✓ **INTANGIBLES:** Cultura, valores y relaciones interpersonales.
- ✓ **CAPACIDADES:** Experiencia 20 años en operaciones mineras y negocio minero, manejo de operaciones mineras con 600 operadores como media por turno, conocimiento técnico en: Seguridad, Perforación y Tronadura, Carguío y Transporte, Chancado y Correas y administración contratos estratégicos.

❖ **Participación, sociedad y compensaciones:**

- ✓ **Participación:** 100% capital propio.
- ✓ **Sociedad:** Empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL).
- ✓ **Compensaciones:** Los incentivos y compensaciones están orientados a retener a los trabajadores con una alta productividad dentro de la organización como también del clima laboral. Los incentivos, para nuestra empresa serán de 5% de las utilidades logradas en el año fiscal. La tabla de más abajo resume, los valores a compensar por la labor encomendada dentro de la empresa.

Gerente General	6.000.000
Secretaria Ejecutiva	1.000.000
Contador	1.000.000
Asesor PR	1.500.000
Abogado	1.000.000
CAE	1.500.000
Sicologo	1.000.000
Total	13.000.000

Tabla 1: Compensaciones Personal

2. ANALISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES Y TAMAÑO MERCADO

2.1. Análisis de la industria minera extractiva del cobre:

❖ Actores claves de la industria:

Actualmente nuestro país posee el 29.7% del total mundial de la reserva de cobre que representa el 54.2% de los ingresos de exportaciones, el 33% de la inversión extranjera y la mayor demanda de cobre para nuestro país proviene de China, USA y Corea del Sur con 43.8%, 12.2% y 8% respectivamente.

Por lo anterior, tenemos 10 regiones relacionadas a la industria minera metálica y no-metálica con un total de 127 faenas y/o plantas y 22 proyectos que se encuentran en revisión. El universo total de trabajadores en esta industria es de 178.000 personas distribuidas en 48.138 para el área de la minería y 130.744 colaboradores, ambos representan el 3.01% de la poblacional nacional que trabaja en esta industria, figura 1. Anexo A.

❖ Macros segmentos:

La mayor parte de la producción de metales en Chile se concentra entre las regiones de Antofagasta, Atacama y Coquimbo, siendo Antofagasta la región más importante para la extracción de cobre, molibdeno, oro y plata con 53%, 32%, 45% y 59% respectivamente.

La minería del cobre en la región de Antofagasta está desarrollada por 13 compañías entre las que podemos destacar Escondida, Zaldivar, Lomas Bayas, etc. El universo total de trabajadores en esta industria es aproximadamente 26.098 personas distribuidas en 6.452 para el área de la minería, específicamente, Operaciones Mina y 19.646 para otras áreas de mineras y colaboradores. Ambos representan el 21.18% de la población de la región que trabaja en esta industria, figura 2 y 3. Anexo A.

❖ **Análisis del entorno de la industria, PETS:**

A continuación, se resume análisis PEST de la industria de capacitación, entrenamiento y asesorías de la industria minera del cobre, éste permite analizar los factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos que pueden influir en el desarrollo de la empresa.

Político:

- ✓ La actividad minera en el país se rige por la constitución política de 1980. La Ley Orgánica sobre Concesiones Mineras (N° 18,097) y por el Código de Minería.
- ✓ La Franquicia Tributaria, permite descontar del pago de impuestos a la renta, los gastos relacionados con capacitación y/o evaluación y certificación de competencias laborales, en un monto de hasta el 1% de la planilla anual de remuneraciones imponibles.
- ✓ La empresa puede administrar directamente la franquicia tributaria o hacerlo a través de un Organismo Técnico Intermedio para Capacitación (OTIC) que actúa como ente intermediario ante Sence.
- ✓ 17 instituciones y organismos relacionados con la industria, sus objetivos son de caracteres muy diversos, todos tienen algo en común: reforzar y potenciar la actividad minera y mejorar las condiciones en las cuales opera.

Economico:

- ✓ 10 regiones, 127 faena y/o plantas. 22 proyectos en revisión.
- ✓ 178 mil personas trabajan en la industria. 130 mil de empresas proveedoras y 48 mil de empresas mineras. 3,01% de la población nacional.
- ✓ Los mayores demandantes de Cu son China 43,8%, USA 12,2% y Corea del sur 8%.
- ✓ Chile, posee el 29,7% del total mundial de la reserva de Cu.
- ✓ El precio del cobre continuará bajo los US\$ 2,5 la libra, proyección especialistas.
- ✓ Exploración e inversión, 7% de la inversión mundial en este concepto.
- ✓ Cu, representa el 54,2% de los ingresos de exportaciones.

Tecnologico

- ✓ La minería presenta grandes oportunidades de modernización, a través, del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones. El desafío de maximizar la productividad de la mano de obra y procesar minerales más complejos y de menores leyes implicara automatizar, monitorear, controlar y gestionar proactivamente los procesos mineros-metalúrgicos.

Socio – Cultural:

- ✓ En Antofagasta, se encuentra el 53% de la dotación de internos y el 58% de proveedores del total nacional: 123.220 personas.
- ✓ 31 mil millones de pesos destinados a desarrollar capital humano en diversas áreas. 74 mil personas capacitadas y 180 mil asistentes.
- ✓ Antofagasta, 80 OTEC, de las cuáles 85% se encuentran en Antofagasta, 10% en Calama y el 5% restante en el resto de la región.
- ✓ Demanda 2023, 26.346 personas será la necesidad de contratación, distribuidos en 17 perfiles importantes, supervisores, técnicos y operadores.

❖ Análisis de la tendencia de la industria:

- **Demanda capital humano:**

El estudio de fuerza laboral realizado por el Consejo de Competencias Mineras (CCM) para el periodo de estudio 2014-2023, indica que la mayor demanda estará enfocada a mantenedores mecánicos y operador de equipos móviles los que representaran el 32% y 27% de la demanda total. Estos es: 8.658 y 6.354 personas con una media de demanda anual del 11% aproximadamente al año 2023.

Si se cumplen las estimaciones de demanda entregadas, la relación de trabajadores de empresas proveedoras, por trabajadores de empresas mineras tendrá una tendencia similar a la de hoy, habiendo disminuido de 1:1,53 en la actualidad a 1:1,46 al final del periodo, figura 4, anexo A.

- **Oferta capital humano:**

A partir del año 2010, la oferta formativa en minería ha crecido en número de programas y matrículas de primer año, hasta alcanzar casi 37 mil matrículas nuevas en 2014, con fuerte énfasis en mantenimiento y en programas de Técnico de Nivel Superior. Entre los años 2014 y 2023, 15.604 personas formadas serán potencialmente atraídas por la minería.

Las personas formadas en minería se duplicarán en 10 años. La mitad de las matrículas nuevas de 2014 está representada por programas originados a partir de 2010, lo que plantea el desafío de comprobar la calidad de estos nuevos programas, asegurar la empleabilidad de los egresados según los niveles de titulación, revisar la real pertinencia y su ajuste a la demanda de trabajadores para dar respuesta a las necesidades de la industria.

76% de los programas de minería pertenecen a una institución acreditada por 4 años o más, 13% a una acreditada por menos de 4 años y un 11% a una sin acreditación. En el área geología, destaca el crecimiento de matrícula de primer año en programas TNS, figura 5, anexo A.

- **Brechas de capital humano:**

Considerando la baja en la demanda y el aumento en la oferta, las brechas muestran una situación más bien estructural. Es decir, concentración en los perfiles de operadores y mantenedores, así como supervisor y profesional de mantenimiento.

El cálculo de brechas está condicionado por la demanda de operadores de equipos móviles y fijos para los que no se consideró una oferta formal que provea de egresados. Las brechas en los perfiles de operadores se explican por la ausencia de oferta, o por un descalce completo entre la demanda de las empresas y la oferta a nivel de instituciones de educación superior, lo que vuelve a esta última como poco válida. Si bien existe oferta de oficios a nivel de organismos de capacitación, ésta no es proyectable, pues su cobertura depende de definiciones periódicas por parte de los organismos pertinentes (Ministerio del Trabajo y SENCE). Se requiere de una política permanente, de calidad y alineada con la demanda de trabajadores en el corto y mediano plazo, figura 6, anexo A.

- **Capacitación, entrenamiento y asesoría capital humano:**

Según lo reportado por las empresas, en el último año se destinaron más de 31 mil millones de pesos a desarrollar capital humano en diversas áreas, cifra que no incluye necesariamente la capacitación que realizan de manera interna, generalmente en seguridad.

Durante el mismo periodo, 74 mil personas únicas fueron capacitadas. Los programas de capacitación tuvieron una cobertura de 180 mil asistentes. La información disponible sobre capacitación es poco exhaustiva, por lo que los resultados deben analizarse con cautela.

- ❖ **Análisis fuerzas de PORTER:**

Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa, por tal razón, usamos esta herramienta con el objeto de poder realizar un análisis de la situación macro de los competidores en el mercado de capacitación, entrenamiento y asesoría de la industria minera, logrando lo siguiente:

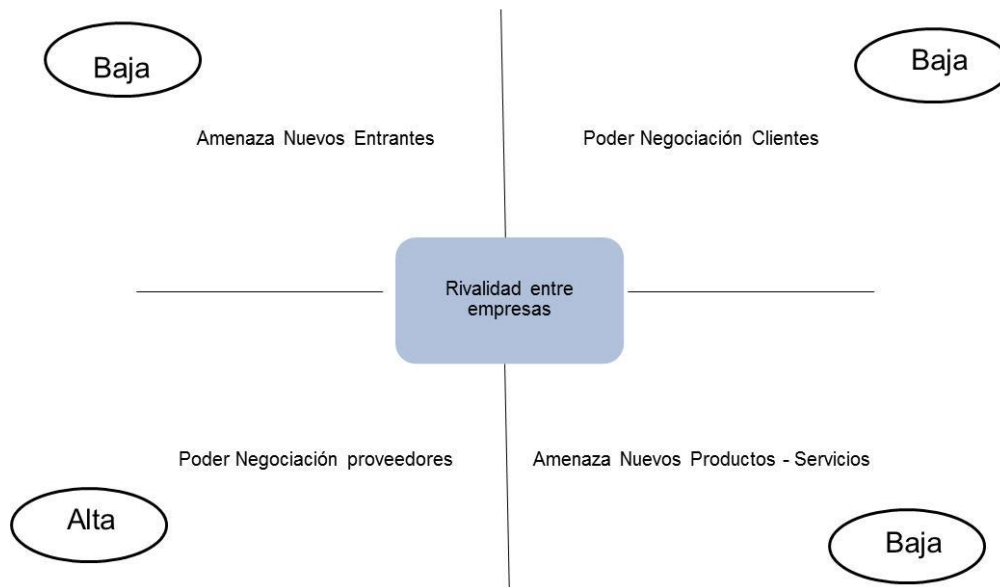


Figura 2: Análisis de Porter

Amenazas Nuevos Entrantes: Baja

- ✓ Estado, siempre deberá contribuir al mejoramiento de las condiciones de empleabilidad de los trabajadores.
- ✓ Requisitos para formar OTEC están regulados.
- ✓ En los inicios como OTEC, la posibilidad de entrar al mercado es alta por apoyo de las OTIC y posibles contrataciones de empresas existentes.
- ✓ Bajo costo inversión.
- ✓ Mercado con alta demanda de capacitación, entrenamiento y asesoría.

Amenazas Productos Sustitutos: Baja

- ✓ Servicios con más bajo costo.
- ✓ Servicio con bajo capacidad de innovación.
- ✓ Bajo uso de publicidad efectiva y de marca.
- ✓ Servicios con más bajo costo.

Poder Negociación Clientes: Baja

- ✓ Necesidad del servicio de capacitación y entrenamiento.
- ✓ Mercado muy técnico.
- ✓ Altos costos de conexión a través de OTIC.
- ✓ Ausencia de productos sustitutos todos indican que el poder de compra es bajo.

Poder Negociación Proveedores: Alta

- ✓ Capacidad de manejar precio.
- ✓ Su producto, es un componente esencial del producto final de su cliente.

Competencia en el mercado: Alta

- ✓ Presencia de 80 empresas de capacitación y entrenamiento muy diversas.
- ✓ Permiten incentivo de franquicia tributaria.

- ✓ Crecimiento de capacitación y entrenamiento en la industria minera más intensivo por mejorar productividad de las empresas mineras.
- ✓ Alto costo de capacitación y entrenamiento.
- ✓ Insatisfacción clientes por calidad de servicio y a veces no pueda diferenciar realmente su utilidad.
- ✓ Baja capacidad de saturación de mercado y experiencia de relatores muy diversa.

2.2. Competidores:

❖ Características de los competidores:

Los Organismos Técnicos de Capacitación (OTEC) son instituciones acreditadas por SENCE que tienen la exclusividad para ejecutar actividades de capacitación que puedan ser imputadas a la franquicia tributaria. A nivel nacional existen más de 2000.

Los únicos cursos no ejecutados por un OTEC que podrán imputarse a la franquicia tributaria son los cursos internos y los interempresas.

Los Organismos Técnicos Intermedios para Capacitación (OTIC) son organismos que administran para capacitación parte o todo del 1% de remuneración imponible de sus empresas afiliadas. Además, sirven de nexo entre la empresa y el OTEC. La adhesión a un OTIC es de carácter voluntario. A nivel nacional existen 20.

Para satisfacer las demandas de capacitaciones, entrenamiento y asesorías en la región de Antofagasta existe un total de 80 OTEC, de las cuales el 85% se encuentran en Antofagasta, 10% en Calama y el 5% restante en el resto de la región.

En minería, la tendencia de los requerimientos de capacitación, entrenamiento y asesorías proviene siempre de las áreas operativas (mina, planta, mantenimiento y administración) hacia el área de RRHH quienes son los encargados de gestionar con las OTEC, OTIC y empresas de asesorías el requerimiento solicitado por las áreas operativas. La figura 2, ilustra un flujo explicativo de la forma de gestionar capacitación, entrenamiento y asesoría en la industria extractiva minera.

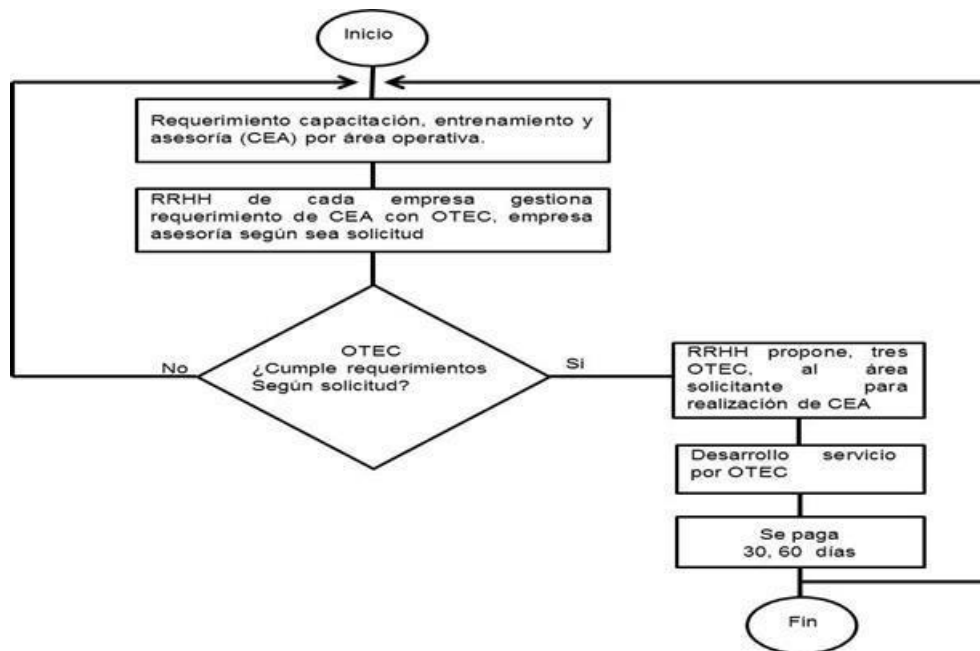


Figura 3: Diagrama Tipo Solicitud CEA

❖ **Fortalezas/debilidades competidores:**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>La empresa puede administrar directamente la franquicia tributaria o hacerlo a través de un Organismo Técnico Intermedio para Capacitación (OTIC) que actúa como ente intermediario ante Sence.</p> <p>Antofagasta, se encuentra 53% de la dotación de internos y 58% de proveedores del total nacional. 129.120 personas.</p> <p>Demanda 2023. 26.346 personas será la necesidad de contratación, distribuidos en 17 perfiles importantes, supervisores, Técnicos y operadores.</p>	<p>Orientada están, específicamente, en el desarrollo de competencias laborales y la formación calificada de los operadores equipos mineros, operadores planta y proceso.</p> <p>Bajo conocimiento técnico del negocio.</p>

Tabla 2: Fortalezas/Debilidades competidores

❖ **Mapa Posicionamiento Relativo**

La figura siguiente muestra el posicionamiento relativo de las competencias en función del precio y calidad lo que permite ubicar a nuestra empresa en un sector con respecto al precio y calidad de los competidores, se revisaron las 6 empresas más importantes de la región.

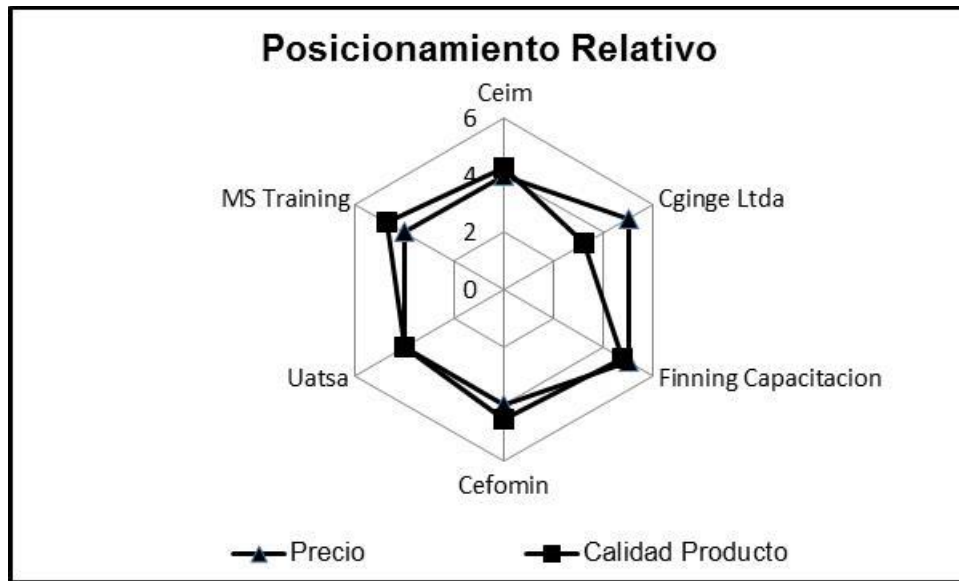


Figura 4: Análisis de PORTER para Competidores CAE

❖ **Matriz de perfiles competitivos:**

O TEC	Precio	Calidad Producto	Infraestructura	Nivel Profesionales	Evaluacion Curso por Asistentes	Promedio
Ceim	4	3	5	5	4	4,2
Cginge Ltda	5	5	1	4	3	3,6
Finning Capacitacion	5	5	5	5	4	4,8
Cefomin	4	5	4	4	5	4,4
Uatsa	4	4	4	5	3	4
MS Training	4	5	5	5	4	4,6

Tabla 3: Fortalezas/Debilidades competidores

2.3. CLIENTES

❖ Características Consumidores:

Gerentes, superintendentes, jefe de operaciones, jefes de turno, supervisores y operadores/as de la unidad de negocio de Operaciones Mina de las 13 mineras más importantes de la industria extractiva minería del cobre de la II Región, en el horizonte de cinco años. Incluiremos en este plan de negocio a las tres mineras más importantes de la primera región a partir del año 3 del plan.

❖ Macro Segmento:

La región de Antofagasta tiene una superficie de 126.049 km², representando el 16.7% de la superficie del país. La población regional es de 613.328 habitantes, equivalente al 3.27% de la población nacional y su densidad alcanza a 3.9 hab/km². La región tiene un crecimiento de población promedio anual de 2,0%. La población rural es de 11.438 personas, representando el 2,3% de la población total regional. La capital de la región es Antofagasta. La región de Antofagasta está dividida administrativamente en 3 provincias y 9 comunas.

Geográfica	Region de Antofagsta
Segmento	123.220 trabajadores relacionados en la industria minera metalica, no-metalica y colaboradores.
Beneficio	Capacitar entrenar y asesorar a persona de empresa minera y/o colaboradora que trabaja en la industria minera extractiva a cielo abierto de la segunda región
Diferenciación	Conocimiento técnico en operaciones mineras.

Tabla 4: Identificación Macro Segmento – Clientes CAE

❖ **Micro Segmento:**

Geográfica	Region de Antofagsta.
Segmento	26.098 trabajadores relacionados en la industria minera metalica, no-metalica y colaboradores. De este total: 6.308 trabajadores en la industria minera metalica del cobre, operaciones mina, y 19.720 industria minera metalica, no-metalica y colaboradores.
Beneficio	Capacitar entrenar y asesorar a persona de empresa minera y/o colaboradora que trabaja en la industria minera extractiva a cielo abierto de la segunda región
Diferenciación	Conocimiento técnico en operaciones mineras.

Tabla 5: Identificación Micro Segmento – Clientes CAE

❖ **Tamaño mercado y tendencia:**

- **Mineras de la II Región con dotación menor a 350 trabajadores en el área de Operaciones Mina:**
 - ✓ 9 mineras cielo abierto del Cu de la II Región.
 - ✓ 2564 Ejecutivos, jefes de área, supervisores y operadores.
- **Mineras de la II Región con dotación mayor a 350 trabajadores en el área de Operaciones Mina:**
 - ✓ 4 mineras cielo abierto del Cu de la II Región.
 - ✓ 3888 Ejecutivos, jefes de área, supervisores y operadores.
- **Mineras de la II Región con dotación mayor a 350 trabajadores en el área de Operaciones Mina:**
 - ✓ 3 mineras cielo abierto del Cu de la I Región.
 - ✓ 2252 Ejecutivos, jefes de área, supervisores y operadores.

El estudio de fuerza laboral realizado por el Consejo de Competencias Mineras (CCM) para el periodo de estudio 2014-2023, indica que la mayor demanda estará enfocada a mantenedores mecánicos y operador de equipos móviles los que representaran el 32% y 27% de la demanda total. Estos es: 8.658 y 6.354 personas con una media de demanda anual del 11% aproximadamente al año 2023.

A partir del año 2010, la oferta formativa en minería ha crecido en número de programas y matrículas de primer año, hasta alcanzar casi 37 mil matrículas nuevas en 2014, con fuerte énfasis en mantenimiento y en programas de Técnico de Nivel Superior. Entre los años 2014 y 2023, 15.604 personas formadas serán potencialmente atraídas por la minería.

❖ **Conclusión:**

La minería está y estará enfrentando un conjunto complejo de desafíos para mantenerse competitiva y sustentable en el largo plazo. La estrategia de disponer del capital humano con la calificación requerida y en el momento adecuado se mantiene como uno de estos desafíos urgentes de abordar, tanto para las propias compañías mineras como para los colaboradores de servicios permanentes para operar en ambientes de alta productividad.

Capacitar y entrenar en este escenario es fundamental y relevante porque significa contribuir al desarrollo personal de un individuo, entregándole los conocimientos técnicos, teóricos y prácticos para que pueda desarrollar su labor de la mejor manera, y de esta forma poder aportar valor y eficiencia a la organización.

En síntesis y como conclusión existe una real oportunidad de negocio en la industria minera extractiva de la II Región, **la necesidad de capacitar, entrenar y asesorar a su capital humano**. Si bien es cierto, en el mercado existen varias empresas dedicadas a la capacitación, entrenamiento y asesorías en la mayoría de los casos están enfocadas, específicamente, en el desarrollo de competencias laborales y la formación calificada de los operadores equipos mineros, operadores planta procesos, entre otros. Por tanto, estamos convencidos de que se puede desarrollar esta idea de negocio.

3. MODELO DE NEGOCIO, FODA Y ESTRATEGIAS

3.1. Descripción modelo de negocio:

El modelo de negocio (CANVAS) de nuestra empresa posee cuatro pilares principales: infraestructura, oferta, cliente y finanzas. En infraestructura se describen las redes de alianzas, recursos y actividades claves para el buen desarrollo de la empresa. En oferta, se indica la propuesta de valor de la empresa con objetivos claros para los clientes la que se relaciona directamente con el segmento al cual se quiere capturar, como también los canales que se van a usar. Finalizando, encontramos finanzas con estructura de costos más importante y los flujos de ingresos considerados, ver figura 4.

❖ Segmentos de mercado:

Ubicación Geográfica	2° Región
Población	613.328 habitantes
Psicografía	Persona de empresa minera metálica y no-metálica y/o colaboradora que trabaja en la industria minera extractiva a cielo abierto de la segunda región
Demografía	Hombre 65 años, mujeres 60 años
Usuarios	Gerentes, superintendentes, jefes, supervisores, operadores y profesionales relacionados con las operaciones de perforación, tronadura, carguío, transporte, chancado y correas de la minera extractiva del cobre de la segunda Región como también todas las empresas colaboradoras del este rubro.
Perfil de venta	Diseñado según requerimiento del cliente
Socio - Económica	Toda empresa rubro minero

Tabla 6: Segmentación de Mercado

❖ **Propuesta de Valor:**

Por los análisis realizados hasta el momento podemos darnos cuenta que las principales empresas de la región que participan en la industria de capacitación, entrenamiento y asesorías en la mayoría de los casos están enfocadas en el desarrollo del capital humano. Específicamente, en el desarrollo de competencias laborales y la formación calificada de operadores de equipos mineros, operadores de planta procesos, entre otros.

Actualmente, la industria minera en su conjunto, articulada bajo el Consejo Minero, ha tomado la decisión de adaptar el modelo australiano de desarrollo de competencias al contexto chileno. Esto se ha traducido en la publicación del Marco de Calificaciones Minero (MCM) y el progresivo alineamiento de las empresas de la gran minería del cobre en cuanto a perfiles ocupacionales, programas de formación y certificación de competencias bajo este mismo modelo. Nuestra propuesta de valor está orientada a ayudar a nuestros clientes potenciales a construir un presente y un futuro de éxito donde su objetivo como empresa sea el eje central de nuestra actividad. Nuestros factores diferenciadores para lograr nuestra propuesta de valor son:

1. Ambientes de trabajo saludables y libres de lesiones

- ✓ Minimizar los incidentes CTP (con tiempo perdido) y STP (sin tiempo perdido) en las personas.
- ✓ Incentivar la denuncia de incidentes que afectan el medio ambiente.
- ✓ Incentivar 100% de reportabilidad e investigación de todo el incidente menor.
- ✓ Reducción en 40% el gasto por daño a equipos respecto al año anterior.

2. Maximización del valor de los activos físicos

2.1. Perforación y Tronadura

- ✓ Incremento índice de perforación de producción en un 30% en los próximos 2 años.
- ✓ Reducción en 20% el factor de carga en los próximos 2 años.
- ✓ Uso flota perforadoras sostenible en el tiempo mayor a 80%.
- ✓ Incremento vida útil de triconos en un 80%.

2.2. Carguío y Transporte

- ✓ Uso de flota de palas y cargadores frontales sostenible en el tiempo sobre 83% y 75% respectivamente.
- ✓ Uso flota camiones sostenible en el tiempo sobre 83%.
- ✓ Alternativas para reducir costo tales en la mantención de caminos mineros, 20% al año.
- ✓ Reducción 30% en el concepto de indisponibilidad de CAEX por neumático.

2.3. Chancado y Correa

- ✓ Incremento rendimiento chancado en 15% al año.

3. Competitividad de costos a través de los ciclos:

- ✓ Ahorro de 10% en Opex según budget.
- ✓ 100% cumplimiento de Capex.
- ✓ Oportunidades de mejoras en contratos estratégicos.

4. Desarrollo de potencial de trabajadores propios y colaboradores:

- ✓ Entrenamiento en terreno para mejorar productividad de trabajadores propios como colaboradores.
- ✓ Charlas de Liderazgo en Seguridad.
- ✓ Charlas de Liderazgo para jefes de área y supervisores, figura 5.

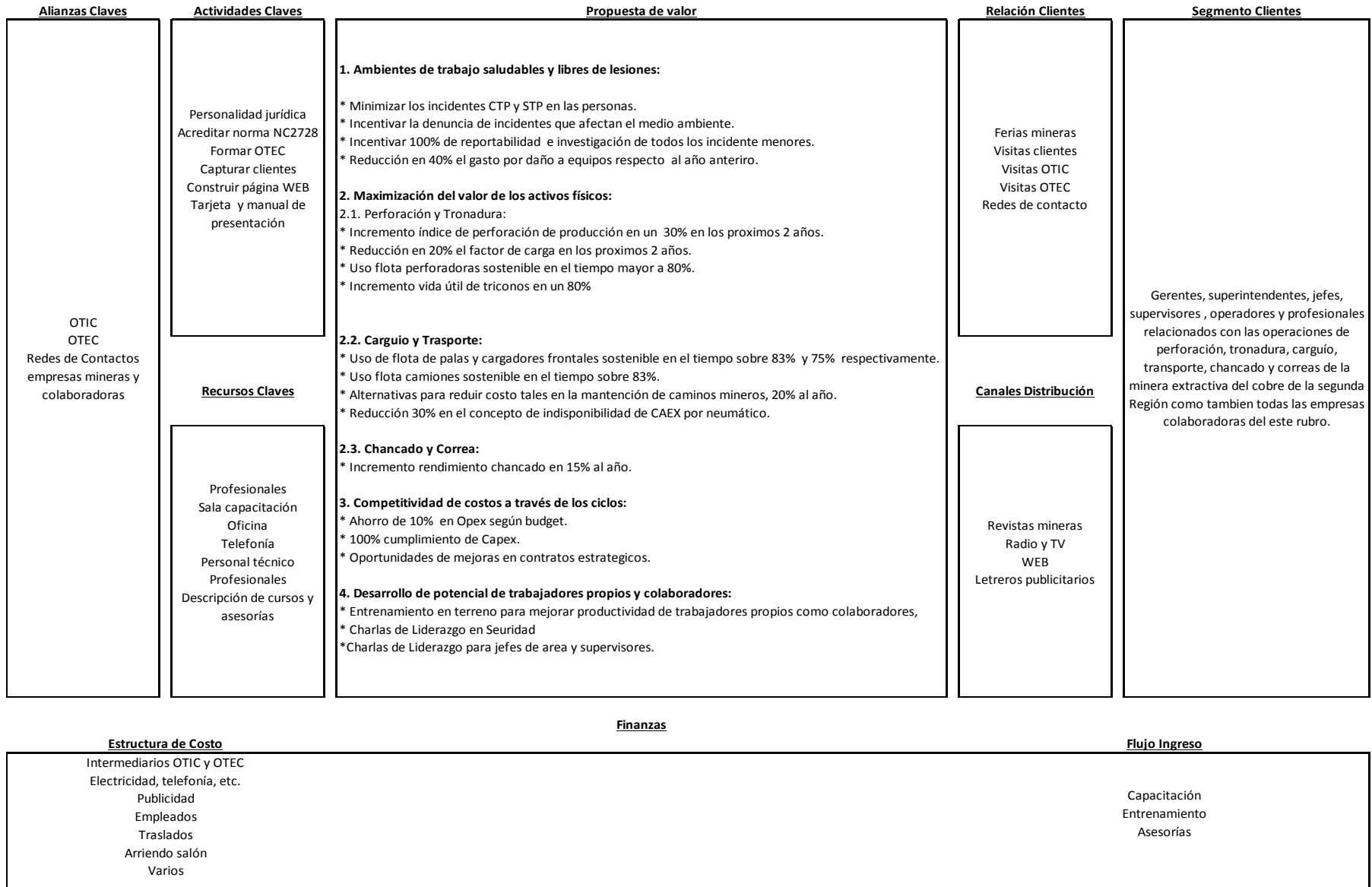


Figura 5: Modelo Negocio

❖ **Canales de Distribución:**

Nuestro modelo se enfocara en la relación directa con nuestros clientes, a través de revistas mineras, web, TV y radios regionales y letreros publicitarios. Además de alianzas estratégicas con OTIC y OTEC.

❖ **Relación con Clientes:**

Desarrollaremos la relación con nuestros clientes en forma directa con las áreas operativas y/o RRHH gestionando los requerimientos con profesionales de nuestra empresa con el objeto de entregar una atención de excelencia enfocados en cumplir siempre lo planteados en nuestra propuesta de valor.

❖ **Flujo de ingresos:**

Los flujos de ingresos deben ser constantes (30 días) función de las ventas de capacitación, entrenamiento y las asesorías a nuestros clientes.

❖ **Recursos Claves:**

Para el desarrollo de las operaciones de la empresa podemos identificar las siguientes recursos claves: sala capacitación, oficina, telefonía, profesionales, descripción de cursos y asesorías.

❖ **Actividades Claves:**

Respecto a las actividades claves que identificamos como estratégicas para nuestro desempeño las resumimos en las siguientes: Personalidad jurídica, acreditación norma NC2728, formar OTEC, capturar clientes y mantenerse en el mercado.

❖ **Asociaciones Claves:**

Dentro de las asociaciones claves que podemos mencionar: OTIC, contactos con profesionales minería, procesamiento, mantenimiento y administración y contactos empresas colaboradoras.

❖ **Estructura de Costos**

Para asegurar el buen desempeño de la empresa se hace necesario identificar los costos y su distribución porque nos permitirá implementar los controles necesarios para asegurar la rentabilidad operacional del negocio, en líneas generales:

- ✓ **Costos Fijos:** Todos los necesarios para la operación de la empresa, tales como, energía, agua, etc.
- ✓ **Costos Variables:** Son variables en el tiempo, tales como, materias prima, impuestos, sueldo, etc.

3.2 **Análisis interno:**

❖ **FODA:**

Este análisis, es una herramienta que permite confirmar la situación actual de la empresa con el objeto de obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas definidas:

Fortalezas:

- ✓ Colaboradores con más de 20 años de experiencia en minería metálica y no metálica.
- ✓ Asesoría externa de profesionales con basta expertis en el área de capacitación y entrenamiento.
- ✓ Incorporación a SENSE para mejorar captación de clientes, a través de la franquicia Sence.
- ✓ Conocimiento mercado regional.
- ✓ Oficina ubicada en la ciudad de Antofagasta cercana a los clientes y de fácil acceso.
- ✓ Cultura de la empresa, en lo que respecta a manejo de los recursos financieros, operacionales y marketing.

Oportunidades:

- ✓ Integración horizontal con OTEC y OTIC.
- ✓ Uso franquicia tributaria, 1% de la planilla anual de remuneraciones imponibles para capacitación.

- ✓ Demanda nuevos profesionales, técnicos y operadores. 11,1% anual proyectado al 2023.
- ✓ Alta demanda de capacitación al 2023.
- ✓ Baja diferenciación.

Debilidades:

- ✓ Bajo posicionamiento de Marca.
- ✓ Alto costo en MKT.

Amenazas:

Reacción en precios de la competencia

❖ **Recursos, capacidades y competencias:**

- ✓ **TANGIBLES:** Oficinas, estructura organizacional, capital humano y redes de contactos.
- ✓ **INTANGIBLES:** Cultura, Valores, Relaciones interpersonales.
- ✓ **CAPACIDADES:** Experiencia 20 años en operaciones mineras y negocio minero, manejo de operaciones con 600 operadores como media por turno, conocimiento técnico en: seguridad, perforación y tronadura, carguío y transporte, chancado y correas, administración de contratos.

❖ **Ventajas Competitivas:**

- ✓ Empresa Local
- ✓ Liderazgo en costo 15% respecto a la a la media del mercado.
- ✓ Experiencia 20 años en operaciones mineras y negocio minero
- ✓ Conocimiento técnico en: seguridad, perforación y tronadura, carguío y transporte, chancado y correas, administración de contratos.

3.3. Estrategia de Entrada

Una vez constituida la razón social de MS Trainig&Advisors nuestro foco estará orientado en hacernos conocido en el menor tiempo posible mediante un plan de marketing agresivo y una operación eficiente, en lo que respecta a captar clientes.

Nuestro principal objetivo, estará en varias actividades tales como: Personalidad jurídica, acreditar norma NC2728, formar OTEC, capturar clientes, construir página WEB, tarjeta y manual de presentación como también iniciar relaciones con los clientes.

3.4. Estrategia de Crecimiento

Enfocaremos nuestros recursos y esfuerzos en capturar capacitaciones, entrenamiento ya asesorías mediante, las actividades de Ferias mineras: visitas clientes, visitas OTIC, visitas OTEC y redes de contacto con el objeto de capturar la cuota inicial de mercado por cercanía y presencia.

Por el desarrollado de nuestro flujo de caja, proyectaremos buscar a partir del año 2 buscaremos integración geográfica con las cuatro mineras más grandes de la segunda región y de la primera región.

3.5. Estrategia de Salida

Una vez generada rentabilidad operacional y sustentabilidad, generemos un plan que permita salir del negocio, específicamente, valorando la empresa para maximizar el valor de retribución, es decir, el mayor precio posible porque las patentes son cedibles y los derechos traspasables.

Abastecimiento	Alta calidad de profesionales para producto final, relación de asociación con los profesionales, construir reconocimiento y comunicación sobre la marca-				
Desarrollo Tecnológico	Evolucionando con las comunicaciones para satisfacer las necesidades del cliente en forma eficientes.				
RRHH	Baja rotación, programa profesionales jóvenes, crecimiento personal y profesional.				
Infraestructura de la empresa	Oficina, Administración, metodología de cobro de los ingresos, presupuesto ingreso estimado por volumen de venta, inversiones y programa de manejo de excedente.				
<p style="text-align: center;">Cadena Valor</p> <p style="text-align: center;">MS Trainnig & Advisors</p>	Logistica Interna	Operaciones	Logistica Externa	MKT - Ventas	Atencion Cliente
	<p>Confeccion de programas de requerimientos de CEA según necesidad de clientes.</p> <p>Gestión de relaciones y negociaciones con los proveedores de la segunda región.</p> <p>Programas CEA que permitan el mejoramiento continuo.</p> <p>Gestionar la incorporación a SENSE para mejorar captación de clientes, a través de la franquicia sense.</p> <p>Construcción y actualización de pagina WEB cada vez que ingrese nuevos productos.</p> <p>Resguardar que en cada contacto con el cliente siempre se debe transmitir nuestra propuesta de valor</p>	<p>Oficina ubicada en la ciudad de antofagasta cercana a los clientes y de facil acceso.</p> <p>Colaboradores con más de 20 años de experiencia en minería metálica y no metálica.</p> <p>Asesoría externa de profesionales con basta expertis en el area de capacitación y entrenamiento.</p> <p>Diseño de requerimiento CEA de clientes diferente para cada caso.</p> <p>Dar a conocer a los clientes el valor agregado de cada una de las actividades.</p>	<p>Lograr que en el corto plazo se reconozca a la empresa como una empresa que ayuda al gestión de los resultados en las empresas mandantes.</p> <p>Relación con cliente, en ferias mineras, visitas de terreno, visitas OTIC-OTEC y redes de contacto.</p> <p>Diagnosticos de CEA en terreno.</p> <p>Buscar siempre la mejor alternativa en costo para poder ejecutar nuestras actividades.</p>	<p>Centrado en marca.</p> <p>Oficina como punto de venta de productos a clientes.</p> <p>Investigación mercado con personal propio.</p> <p>Relación con cliente, en ferias mineras, visitas de terreno, visitas OTIC-OTEC y redes de contacto.</p> <p>Distribución, através de revistas mineras, radio, TV, WEB y Letreros publicitarios.</p>	<p>Formación personal para asesorar profesionalmente a clientes.</p> <p>Central con tecnología necesaria que permita atender las solicitudes de clientes de forma eficiente.</p> <p>Dar respuesta a los clientes en no más de 48 horas habiles.</p>

Figura 6: Cadena de Valor

<p>TANGIBLES Oficinas</p> <p>Estructura Organizacional</p> <p>Capital Humano</p> <p>Redes de contactos</p> <p>INTANGIBLES Cultura</p> <p>Valores</p> <p>Relaciones interpersonales</p> <p>CAPACIDADES Experiencia 20 años en operaciones mineras y negocio minero.</p> <p>Manejo de operaciones con 600 operadores como media por turno</p> <p>Conocimiento Técnico en: Seguridad, P&T, C&T, CH&CV.</p> <p>Administración Contratos Estratégicos</p>	<p>R E C U R S O S</p>	<p>VISION</p>	<p>N E G O C I O</p>	<p>1. Industria extractiva Minería Metálica.</p> <p>2. Empresas colaboradoras relacionadas a la industria minera extractiva Metálica.</p>	<p>V E N T A J A C O M P E T I T I V A</p>	<p>Empresa Local.</p> <p>Liderazgo en costo 15% respecto a la a la media del mercado.</p> <p>Experiencia 20 años en operaciones mineras y negocio minero.</p> <p>Conocimiento técnico en: seguridad, perforación y tronadura, carguío y transporte, chancado y correas, administración de contratos.</p>
		<p>Ser reconocidos como una empresa que aporta efectivamente a la gestión de los profesionales de la industria minera de la II Región</p>				
		<p>MISION</p>				
		<p>Entregar capacitación y herramientas efectivas para el desarrollo de habilidades concretas que permitan el mejoramiento de los resultados de la industria minera</p>				
		<p>OBJETIVOS</p>				
		<p>(1) el 100% de las OTEC y OTIC nos conozcan como empresa de capacitación, entrenamiento y asesoría en los primeros 2 años, (2) ejecutar 30% de las capacitaciones y entrenamientos que realizan las empresas mineras en los primeros 2 años, (3) asesorar al 30% de los ejecutivos y supervisores de las empresas mineras presentes en la II Región en los primeros 2 años y (4) lograr una rentabilidad anual mayor a \$120.000.000.</p>				
		<p>METAS</p>				
		<p>1. Ayudar a nuestros clientes a construir un presente y un futuro de éxito donde sus objetivos empresariales sean el eje central de nuestra actividad.</p> <p>2. A partir del año 3, buscar integración geografica con empresas de la primera región.</p> <p>3. Captura el 25% de las capacitaciones de las 4 empresas mineras grandes de la segunda región.</p>				
<p>CASA MATRIZ Rentabilidad >= \$120.000.000</p>						

Figura 7: Estrategia Corporativa

4. PLAN DE MARKETING

4.1. Objetivos Plan de Marketing

Nuestros objetivos del plan de marketing están orientados a dos conceptos, posicionamiento y rentabilidad, la siguiente tabla resume nuestros objetivos de marketing.

Concreto	Medible	Alcanzable	Realista	Tiempo
Posicionamiento: Lograr ser reconocidos como una empresa de excelencia en la capacitación, entrenamiento y asesoría en la segunda región	100%	Personalidad jurídica Acreditación norma NC2728 Formar OTEC Capturar clientes Mantenerse en el mercado	OTIC Contactos Profesionales minería, procesamiento, mantenimiento y administración Contactos empresas colaboradoras.	2 años
Rentabilidad: Buen manejo de costos y gastos que permitan captar utilidades = al 30% del producto vendido.	100%	Vender las capacitaciones, Entrenamiento y asesorías programadas en el periodo	OTIC. Contactos Profesionales minería, procesamiento, mantenimiento y administración Contactos empresas colaboradoras.	2 años

Tabla 7: Objetivos Plan de MKT

4.2. Estrategia de segmentación

Nuestro mercado corresponde a toda persona que trabaje en: Industria extractiva Minería Metálica, Industria extractiva Minería No-Metálica y Empresas colaboradoras relacionadas a la industria minera extractiva Metálica y No Metálica de la región de Antofagasta.

Geográfica	Region de Antofagsta.
Segmento	26.098 trabajadores relacionados en la industria minera metalica, no-metalica y colaboradores. De este total: 6.882 trabajadores en la industria minera metalica del cobre y 19.216 industria minera metalica, no-metalica y colaboradores.
Beneficio	Capacitar entrenar y asesorar a persona de empresa minera y/o colaboradora que trabaja en la industria minera extractiva a cielo abierto de la segunda región
Diferenciación	Conocimiento técnico en operaciones mineras.

Tabla 8: Estrategia Segmentación

4.3. Estimación de la Demanda

Considerando la salida de varios proyectos en la cartera analizada, la demanda de dotaciones que se estima para los próximos años alcanza los 26.098 trabajadores relacionados en la industria minera metálica, no-metálica y colaboradores. De este total: 6.882 trabajadores en la industria minera metálica del cobre y 19.216 industria minera metálica, no-metálica y colaboradores.

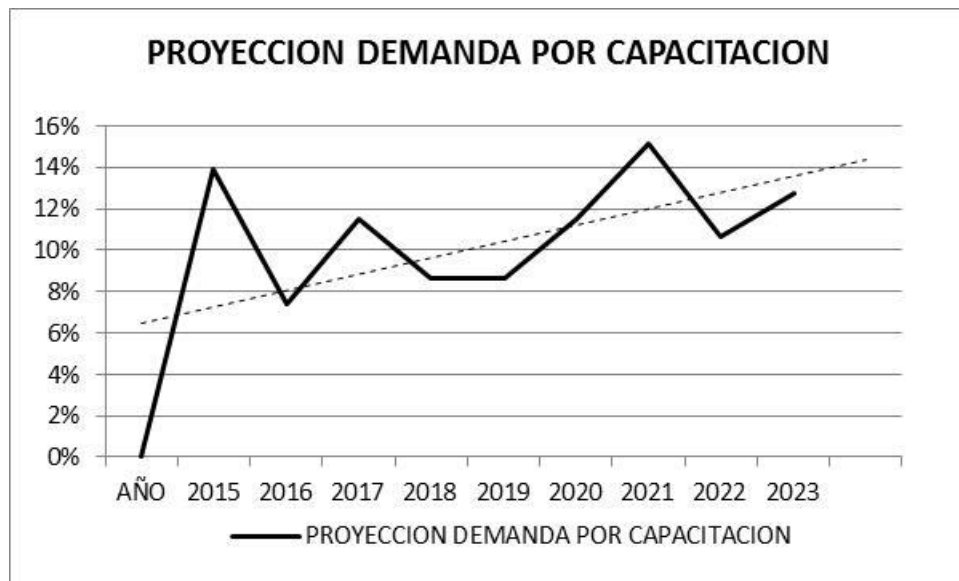


Figura 8: Demanda Acumulada por perfil al 2023

UNIDADES x AÑO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Participación de mercado	%	20%	30%	32%	34%	36%
Capacitación	UND/año	513	771	1818	2449	2504
Entrenamiento	UND/año	20	30	48	60	62
Asesorías	UND/año	9	14	21	26	27
Total	UND/año	542	814	1887	2535	2593

Tabla 9: Estimación de la Demanda

4.4. Estrategia Producto/Servicio

La estrategia de producto, definida para nuestra empresa tiene como principal objetivo expandir de forma rentable las ventas del producto ofrecido a los clientes. Por ende el factor experiencia, conocimiento del mercado y conocimiento de los propios productos es vital.

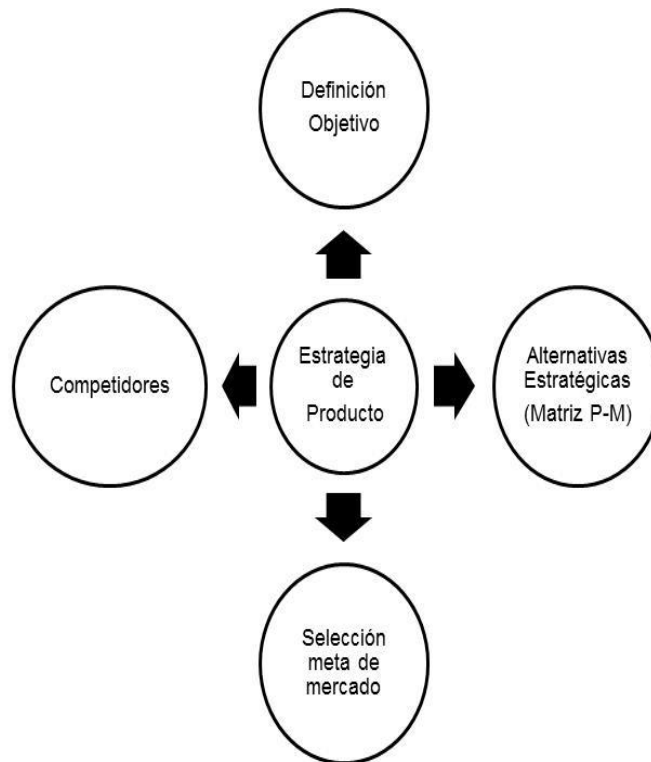


Figura 9: Estrategia Producto

4.5. Estrategia de Precio

El precio es una variable fundamental a corto plazo, a diferencia del producto y la distribución. El hecho de ser más flexible hace que la empresa pueda modificarlo rápidamente para mejorar beneficios, rentabilidad o iniciar y responder a una guerra de precios.

Para fijar el precio en la empresa consideramos el margen (utilizando como límite inferior los costes y la rentabilidad mínima y, como máximo, la capacidad de la demanda en el mercado), ventajas competitiva (precios pueden ser ligeramente superiores), por objetivos (beneficios, rentabilidad, cuota de mercado o imagen), marco legal de cada país

(regulaciones) y cambios tecnológicos en el mercado. Finalmente, la estrategia de precio de la empresa será función de las necesidades vs beneficio de nuestros clientes, como también variación anual de IPC.

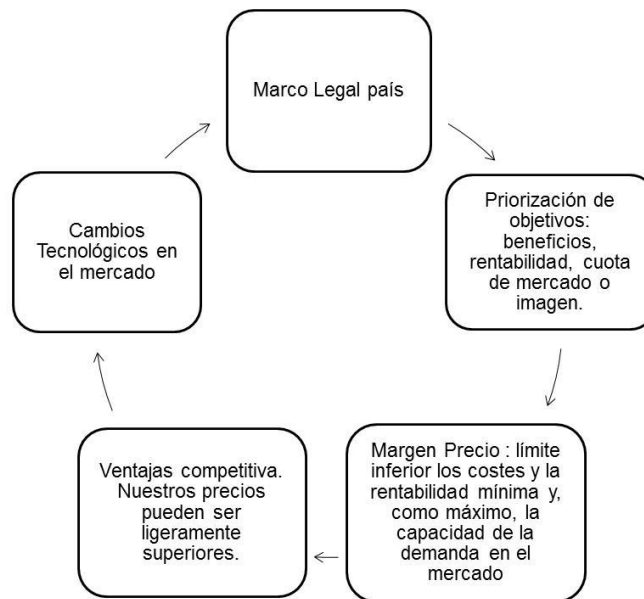


Figura 10: Estrategia Precio

4.6. Estrategia de Distribución

Definido el cliente objetivo, debemos considerar estrategia de distribución como la oportunidad de crecimiento futuro de la empresa, en un entorno con presencia de 80 OTEC y 20 OTIC presentes en la II Región. Nuestra estrategia de distribución está orientada a una estrategia de publicidad para dar a conocer nuestro producto, a través de concepto de idea, propuesta de compra o simplemente una recordación, a través de, revistas mineras, radio y TV, WEB y letreros publicitarios.

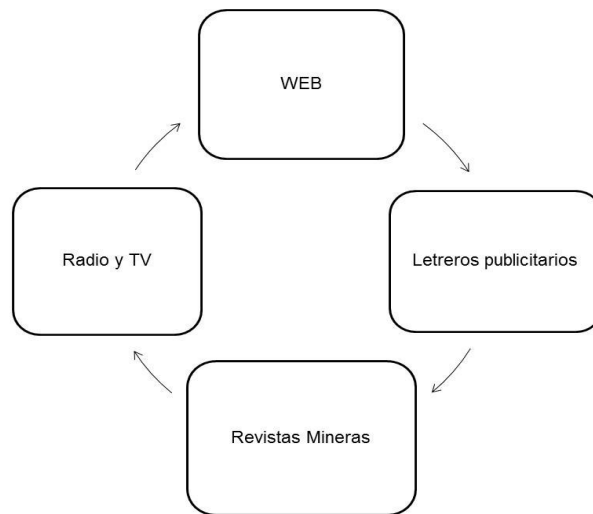


Figura 11: Estrategia Distribución

4.7. Estrategia de Comunicación

Definidos nuestros objetivos, la estrategia de comunicación para nuestra empresa permitirá comunicar de manera efectiva, los lineamientos para alcanzar los objetivos globales de la organización, participar de manera efectiva con las partes interesadas, demostrar y exhibir el éxito de nuestro trabajo, asegurar que las personas entiendan lo que hacemos y cambiar el comportamiento y las percepciones de los usuarios

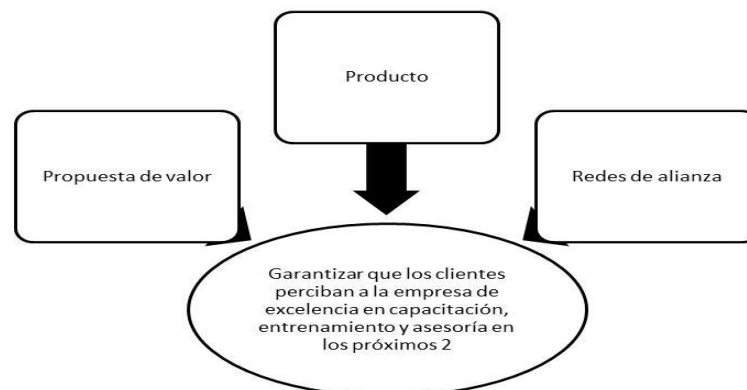


Figura 12: Estrategia Comunicación

4.8. Estrategia de Ventas

Respecto a la estrategia de ventas, la tendencia será: ser efectivo (hay que hacer la tarea), conocer más a fondo a tus clientes (ser proactivo y definir las características de los candidatos a convertirse en tus clientes), poner atención en los detalles cálese y venda (“cierren la boca” y aprendan a escuchar), cumplir lo que prometes, Se vale diversificar.

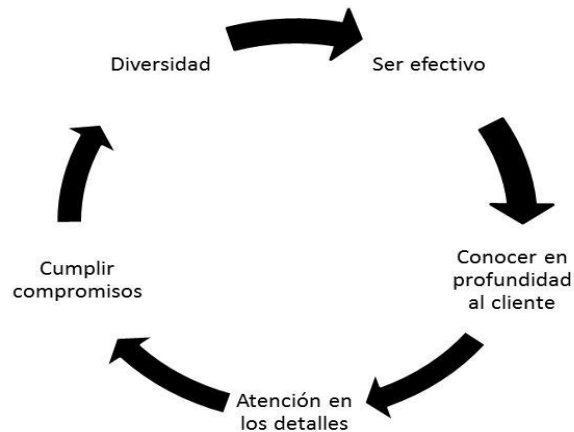


Figura 13: Estrategia Venta

4.9. Presupuesto de Marketing

Item	USD				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Revista Minera	4.408	4.540	4.677	4.817	4.961
Radio	2.939	3.027	3.118	3.211	3.308
TV	4.408	4.540	4.677	4.817	4.961
WEB	1.469	1.513	1.559	1.606	1.654
Letreros publicitarios	5.878	6.054	6.236	6.423	6.615
Total	19.102	19.675	20.266	20.873	21.500

Tabla 10: Presupuesto MKT

4.10. Métricas para monitorear plan de MKT

GASTOS MKT	PONDERACION	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	YTD Mayo	CUMPLIMIENTO %
Asegurar cumplimiento de gastos según budget	50%							#DIV/0!
BUDGET								
ACTUAL								
AHORRO							-	
Asegurar nivel de ventas según budget	50%							#DIV/0!
Meta Budget (Und)								
Actual (Und)								
Diferencia								
Ponderacion	100%							#DIV/0!

Tabla 11: Métrica MKT

5. PLAN DE OPERACIONES

El plan de operaciones que a continuación se presenta resume los aspectos técnicos y organizativos que conciernen a la elaboración de los productos de capacitación, entrenamiento y asesorías.

5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

- **Estrategia:** Ayudar a nuestros clientes a construir un presente y un futuro de éxito donde sus objetivos empresariales sean el eje central de nuestra actividad.
- **Alcance:** es apoyar a las empresas mineras a lograr sus objetivos de seguridad, producción y costos.
- **Tamaño:** La industria es de 26.098 personas, en la región de Antofagasta, distribuidas en 13 operaciones mineras dedicadas a la extracción de minerales de cobre.

5.2. Flujo de Operaciones

El mejoramiento continuo es un proceso que describe la esencia de la calidad y refleja lo que la empresa necesita hacer si quieren ser competitiva a lo largo del tiempo. Por tal razón, consideramos este proceso como base suponiendo que la empresa está en operación de régimen, ver figura 14.

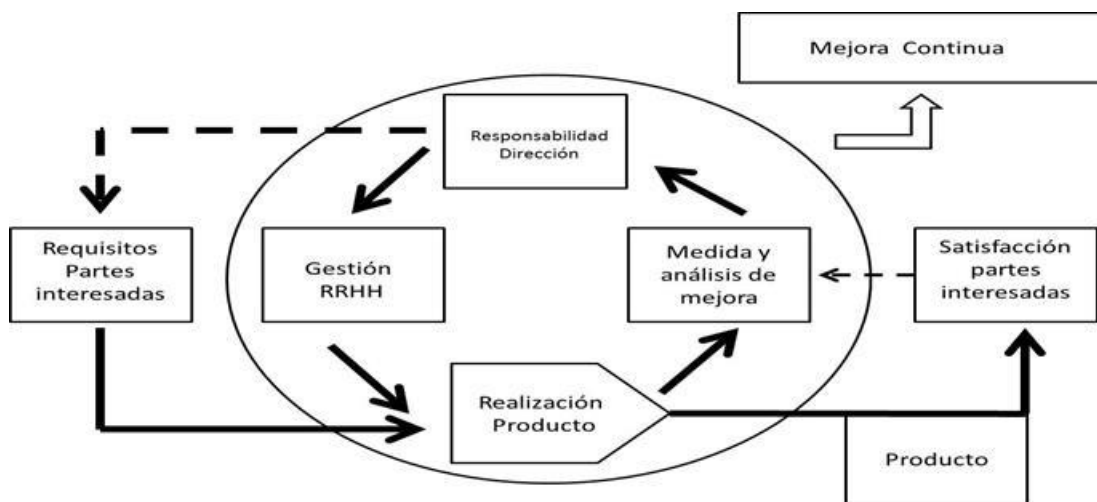


Figura 14: Modelo Flujo Operaciones

Item	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacitación	513	771	1818	2449	2504
Entrenamiento	20	30	48	60	62
Asesorías	9	14	21	26	27
Total	542	814	1887	2535	2593

Tabla 12: Flujo Operaciones

5.3. Tecnología, Procesos, recursos claves y rol de las personas

- **Recursos Claves:** Profesionales, sala de capacitación, oficina, telefonía, personal técnico, profesionales, descripción de cursos y asesorías.
- **Tecnología:** Revistas mineras, radio y TV, WEB y letreros publicitarios.
- **Rol de las personas:** Autónoma que logre buen desempeño y mayor eficiencia.
- **Proceso:** Personalidad jurídica, acreditar norma NC2728, formar OTEC, Capturar clientes, construir página WEB, tarjeta y manual de presentación.

5.4. Ubicación Geográfica

La empresa estará ubicada en la región de Antofagasta porque existen en la región 50 faenas mineras y/o plantas en la región. Existe un mercado, por tanto, que también podría ser explorado. Esto se traduce también en menor costo de traslados por las cercanías de las mineras a esta ciudad.

5.5. Plan de desarrollo e implementación

El Plan de desarrollo resume las actividades y tiempos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

Tarea	Plazo	TRIMESTRE											
		Q1 - 2017	Q2	Q3	Q4	Q5 - 2018	Q6	Q7	Q8	Q9-2019	Q10	Q11	Q12
Creación Legal OTEC	Trimestre												
Cumplimiento requisito Norma Nch2728	Trimestre												
Certificación Sistema Calidad Bajo Nch2728	Trimestre												
Entregas carpetas con requisitos ante SENSE	Trimestre												
Inscripción Sense como OTEC	Trimestre												
Inscripción de cursos ante OTEC	Trimestre												
Aplicación plan MKT	Trimestre												
Presentación a OTIC	Trimestre												
Captación de clientes	Trimestre												
Realización Producto	Trimestre												
Operación en regimen	Trimestre												

Tabla 13: Plan Desarrollo - Implementación

6. EQUIPO DEL PROYECTO

6.1. Estructura organizacional

La estructura operacional de MS Trainig&Advisors está liderada por el Gerente General, quien cuenta bajo su liderazgo con tres unidades de gestión con reportabilidad directa: Administración, Finanzas y Operación.

La simpleza de nuestra estructura organizacional permite autonomía y ésta pensada para alcanzar un mejor desempeño y una mayor eficiencia entre las diferentes áreas de gestión con el objeto de adecuarnos para ingresar al mercado.

La unidad de administración en líneas generales está enfocada en asegurar el normal desempeño de las actividades de la empresa: atención al cliente y organización de las CEA.

El foco principal de la unidad de Finanzas, es el resguardo de la rentabilidad lograda con el objeto de resguardar los compromisos con el personal y proveedores, como también el ahorro necesario para futura expansiones.

La unidad de Operaciones, tiene como principal foco captar, ejecutar y mantener al cliente interesado en nuestra propuesta de valor. Los roles indicados en esta área, Asesor PR, Abogado y Psicólogo están considerados bajo el concepto de part-time según requerimiento de las necesidades de los clientes.

6.2. Dotación y características

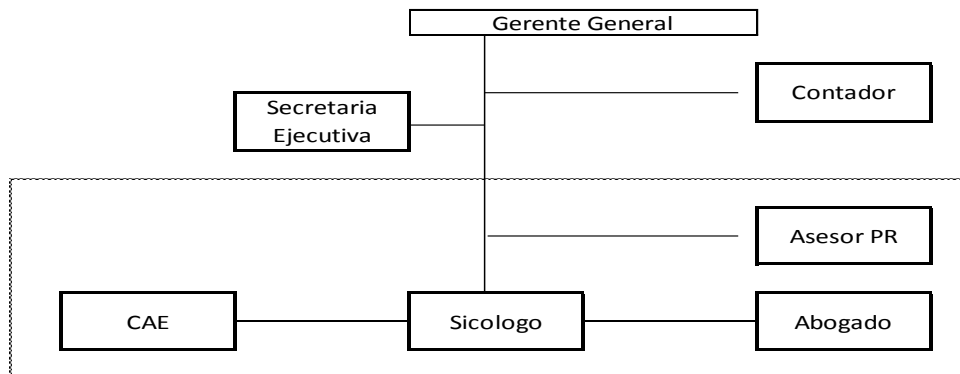


Figura 15: Estructura Organizacional

6.3. Incentivos y Compensaciones

Los incentivos y compensaciones están orientados a mantener a los trabajadores con una alta productividad dentro de la organización y con un buen clima laboral. Los incentivos, para nuestra empresa serán del 5% de las utilidades logradas en el año fiscal. La tabla de más abajo resume los valores a compensar por la labor encomendada como base dentro de la empresa.

Gerente General	6.000.000
Secretaria Ejecutiva	1.000.000
Contador	1.000.000
Asesor PR	1.500.000
Abogado	1.000.000
CAE	1.500.000
Sicologo	1.000.000
Total	13.000.000

Tabla 14: Compensaciones Personal

7. PLAN FINANCIERO

7.1. Supuestos

Valor Dólar	:	680,55 \$ observado al 06/06/2016				
IPC	:	3 % Anual				
Tasa Descuento	:	10% % Anual				
Mercado Objetivo	:	3.900.000 USD/año gasto total empresas por CEA a un trabajador del mercado total de KUSD 13000.				
Participación Mercado	:	25% 975.000 USD				
9 Minerías Cielo Abierto del Cu de la 2° Región con dotación menor a 350 operadores en Operaciones mina.						
2.564 Ejecutivos, jefes de area, supervisores y operadores.						
MINERA 2° Región < 350 Trabajadores	:	Part. Mercado Año 1	Part. Mercado Año 2	Part. Mercado Año 3	Part. Mercado Año 4	Part. Mercado Año 5
		20%	30%	32%	34%	36%
Sueldo Empleados	:	Consideran valores brutos				
Margen Utilidad	:	25% en la vida proyecto			5% anual	
4 Minerías Cielo Abierto del Cu de la 2° Región con dotación menor a 350 operadores en Operaciones mina.						
3.888 Ejecutivos, jefes de area, supervisores y operadores.						
MINERA 2° Región > 350 Trabajadores	:	Part. Mercado Año 1	Part. Mercado Año 2	Part. Mercado Año 3	Part. Mercado Año 4	Part. Mercado Año 5
				25%	25%	25%
3 Minerías Cielo Abierto del Cu de la 2° Región con dotación menor a 350 operadores en Operaciones mina.						
2.252 Ejecutivos, jefes de area, supervisores y operadores.						
MINERA 1° Región	:	Part. Mercado Año 1	Part. Mercado Año 2	Part. Mercado Año 3	Part. Mercado Año 4	Part. Mercado Año 5
					25%	25%
Demanda	:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		11,48%	8,61%	8,61%	11,48%	15,16%

7.2. Estimación Ingresos

UNIDADES x AÑO		Q1	Q2	Q3	Q4	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacitación	UND/año			257	257	513	771	1818	2449	2504
Entrenamiento	UND/año			10	10	20	30	48	60	62
Asesorías	UND/año			5	5	9	14	21	26	27
Total	UND/año			271	271	542	814	1887	2535	2593

INGRESO x AÑO			Q1	Q2	Q3	Q4	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacitación	367,3	USD/UND	-	-	94.297	94.297	188.594	283.134	668.005	899.706	920.014
Entrenamiento	1.469	USD/UND	-	-	14.564	14.564	29.128	43.729	70.950	87.560	90.619
Asesorías	7.347	USD/UND	-	-	33.100	33.100	66.199	99.384	152.059	190.133	197.071
Total	9.183,7	USD/UND	-	-	141.960	141.960	283.920	426.247	891.014	1.177.400	1.207.704

7.3. Estado Resultados

Estados de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	283.920	426.247	891.014	1.177.400	1.207.704
Costo Venta	290.044	298.745	307.708	316.939	326.447
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	- 6.124	127.501	583.306	860.461	881.257
COSTOS FIJOS	268.783	276.846	285.151	293.706	302.517
Mano de Obra	229.226	236.103	243.186	250.482	257.996
Gastos Generales& Administración	20.454	21.068	21.700	22.351	23.021
Costo MKT	19.102	19.675	20.266	20.873	21.500
EBIT	- 274.906	- 149.345	298.155	566.755	578.739
Depreciación	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939
UTILIDAD BRUTA	- 277.845	- 152.284	295.216	563.816	575.801
IMPUESTOS 25%	-	-	-	107.226	143.950
UTILIDAD NETA	- 277.845	- 152.284	295.216	456.590	431.851

Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD NETA	-	277.845	- 152.284	295.216	456.590	431.851
DEPRECIACION		2.939	2.939	2.939	2.939	2.939
INVERSIONES	- 14.694	- 107.601	34.726	147.128	84.228	- 5.881
Inversión en activos	- 14.694	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	-29.411	-403.572	-368.846	-221.718	-137.491	-143.372
Inversión en capital de trabajo	- 29.411	- 107.601	34.726	147.128	84.228	- 5.881
FLUJO DE CAJA NETO	- 14.694	- 167.305	184.071	151.027	375.301	440.670
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	- 14.694	- 181.999	366.070	215.043	160.258	600.929

7.4. Flujo Caja

ITEM	0 Y	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos				141.960	141.960	283.920	426.247	891.014	1.177.400	1.207.704
Costos de Venta				145.022	145.022	290.044	298.745	307.708	316.939	326.447
MARGEN DE CONTRIBUCION				- 3.062	- 3.062	- 6.124	127.501	583.306	860.461	881.257
Costos Fijos		71.971	62.420	71.971	62.420	268.783	276.846	285.151	293.706	302.517
Mano de Obra		57.307	57.307	57.307	57.307	229.226	236.103	243.186	250.482	257.996
Gastos Generales & Administración		5.114	5.114	5.114	5.114	20.454	21.068	21.700	22.351	23.021
Costo MKT		9.551	-	9.551	-	19.102	19.675	20.266	20.873	21.500
EBIT		- 71.971	- 62.420	- 75.033	- 65.482	- 274.906	- 149.345	298.155	566.755	578.739
Depreciación		735	735	735	735	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939
UTILIDAD BRUTA		- 72.706	- 63.155	- 75.768	- 66.217	- 277.845	- 152.284	295.216	563.816	575.801
IMPUESTOS 25%		-	-	-	-	-	-	-	107.226	143.950
UTILIDAD NETA		- 72.706	- 63.155	- 75.768	- 66.217	- 277.845	- 152.284	295.216	456.590	431.851
DEPRECIACION		735	735	735	735	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939
INVERSIONES	- 44.105	- 35.363	8.596	- 89.430	8.596	- 107.601	34.726	147.128	84.228	- 5.881
Inversión en activos	- 14.694	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital de trabajo	-29.411	-64.774	-56.178	-145.608	-137.012	-403.572	-368.846	-221.718	-137.491	-143.372
Inversión en capital de trabajo	- 29.411	- 35.363	8.596	- 89.430	8.596	- 107.601	34.726	147.128	84.228	- 5.881
FLUJO DE CAJA NETO	- 14.694	- 36.608	- 71.016	14.397	- 74.078	- 167.305	- 184.071	151.027	375.301	440.670

7.5. Balance

ITEM	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS									
Activos Corrientes									
Efectivo	0	0	49.686	49.686	99.372	149.186	311.855	412.090	422.696
Cuentas por cobrar	0	0	92.274	92.274	184.548	277.060	579.159	765.310	785.007
Total Activos Corrientes	0	0	141.960	141.960	283.920	426.247	891.014	1.177.400	1.207.704
Inversiones largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedades y equipos									
Equipos	735	735	735	735	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939
Depreciacion acumulada	735	1.469	2.204	2.939	2.939	5.878	8.816	11.755	14.694
Total Propiedades y equipos	0	-734	-1.469	-2.204	0	-2.939	-5.878	-8.816	-11.755
TOTAL ACTIVOS	0	-734	140.491	139.756	283.920	423.308	885.137	1.168.583	1.195.949
PASIVOS									
Deudas a corto plazo (Cve+CF)	64.774	56.178	195.294	186.698	502.944	518.032	533.573	549.580	566.068
Deuda a largo plazo									
EQUIDAD DE ACCIONISTAS									
Capital aportado	7.932	78.949	156.825	230.903	58.822	335.404	515.998	372.505	-5.282
Utilidades (perdidas)	-72.706	-135.861	-211.628	-277.845	-277.845	-430.129	-164.434	246.497	635.162
TOTAL PASIVOS Y EQ. ACCION.	0	-734	140.491	139.756	283.920	423.308	885.137	1.168.583	1.195.949

7.6. Requerimiento Capital:

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Participación M° Proyectada		20%	30%	32%	34%	36%
Ventas Totales		283.920	426.247	891.014	1.177.400	1.207.704
EBIT		- 274.906	- 149.345	298.155	566.755	578.739
Utilidad Neta		- 277.845	- 152.284	295.216	456.590	431.851
Inversiones	- 14.694	- 107.601	34.726	147.128	84.228	- 5.881
Flujo de Caja Neto	- 14.694	- 167.305	- 184.071	151.027	375.301	440.670
Capital de Trabajo		- 403.572	- 368.846	- 221.718	- 137.491	- 143.372
Deficit Operacional		- 274.906	- 149.345	298.155	566.755	578.739

Capital de Trabajo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Circulante	99.372	149.186	311.855	412.090	422.696
Pasivo Corto Plazo	502.944	518.032	533.573	549.580	566.068
Total	- 403.572	- 368.846	- 221.718	- 137.491	- 143.372

Ratios Financieros Relevantes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Márgen de Contribución %	-2%	30%	65%	73%	73%
EBITDA/Ingresos	-97%	-35%	33%	48%	48%
Utilidad Neta/Ingresos	-98%	-36%	33%	39%	36%

7.7. Evaluación Financiera del Proyecto

VAN (KCLP)	324.512
TIR	41%
PAYBACK	3,6
ROI	350%

8. RSE Y SUSTENTABILIDAD

La empresa, desarrolla su RSE guiando y garantizando la aplicación de los valores, principios, procesos y buenas prácticas laborales con el objetivo de lograr un desarrollo sostenible, gestionando transversal y sistemáticamente las dimensiones económica, social y medio ambiental de nuestro negocio; buscando no sólo crecer en el ámbito económico, sino que también en el ámbito social y medioambiental. Para lograr esto a partir del año 3, asignaremos el 1% de nuestras utilidades para poder ayudar al colegio del sector coviefi de Antofagasta con el objeto de que puedan invertir en las necesidades que los alumnos necesiten.



Figura 4: Stakeholders Empresa

9. RIESGOS CRITICOS

INTERNO	EXTERNO	PLAN ACCION
Bajas en las competencias esenciales del equipo de trabajo, independiente de los recursos y conocimientos técnicos necesarios, son esenciales la actitud, proactividad y habilidad para aplicarlos a un objetivo específico.	Baja de ventas capacitación y entrenamiento, por baja de precios en los commodities.	Asesoría externa para entrenar a equipo de trabajo en manejo de habilidades técnicas y blandas.
Hay que recordar que el cliente siempre esperará que el primer paso lo dé el área de consultoría. Estar preparado para ello ayudará significativamente a lograr las expectativas del cliente.	Baja capacidad para manejar imprevistos, ejemplo, sala de proyecto, el espacio físico, el proyector, las salas de reuniones, la infraestructura tecnológica necesaria en general y el presupuesto, entre otros.	Entrenamiento de la forma de captar la atención del cliente.
Fallas en la metodología de trabajo, conceptualmente se orienta a tener productos claros y entregables, con planes de trabajo y documentación pre-establecida, que hacen que el desafío mayor sea que el cliente esté previamente empapado en su existencia y uso.	Lograr presencia en el tiempo, trabajar bajo el concepto de mejoramiento continuo con el objeto de permitir realizar seguimientos a las capacitaciones, entrenamientos y asesorías realizadas.	Entrenamiento en conocer la misión y visión del negocio.
Fallas en la administración, debe existir un control de los resultados en el tiempo, costo, retorno de la inversión, calidad y en percepción de cliente éstos deben ser medidos cuantitativa y cualitativamente.		Definir KPI internos con el objeto de ejecutar buenos planes para mejorar rentabilidad del negocio.

10. **PROPUESTA INVERSIONISTA**

Considerando los análisis realizados en esta plan de negocios creemos que invertir en esta propuesta es una excelente alternativa porque posee características que permiten generar rentabilidad a partir del primer año de desarrollo del negocio, estas características las podemos resumir en:

- ✓ Tamaño mercado: 26.098 personas en la industria minera extractiva de la segunda región.
- ✓ El crecimiento de la demanda por necesidades de capacitación es de 11% anual proyectada al año 2023.
- ✓ Mercado de 3.900.000 USD
- ✓ El desarrollo del negocio permite diferenciarse de la competencia a través de las ventajas competitivas.
- ✓ Solicitud capital: 24.039 USD; VAN Inversionista (USD): 73.360, TIR: 25%, participación sociedad 6%.

11. **CONCLUSIONES**

- ✓ La necesidad de capacitar, entrenar y asesorar a las empresas de la industria minera está proyectada hasta el 2023, con una media anual de 11.1%.
- ✓ La oportunidad de captar esta necesidad es función de los factores diferenciadores de la empresa, tales como, experiencia 20 años en operaciones mineras y negocio minero, manejo de operaciones con alta concentración de operadores como media por turno, conocimiento técnico en: Seguridad, Perforación, Tronadura, Carguío, Transporte, Chancado y Correas y Administración Contratos.
- ✓ El valor agregado para el cliente en este plan está orientado a maximizar el usos de los activos humanos y equipos en lo que respecta al logro de sus metas, Seguridad, Producción y Costos.
- ✓ Siguiendo el modelo presentado éste permitirá a la empresa MS Trainig&Advisors cumplir sus resultados financieros, que es obtener un ROI de 110%

Bibliografía

1. Compendio minería chilena, año 2015.
2. <http://www.sernageomin.cl/>
3. [http://aqmcopper.com/sp/Fundamentos del Cobre.asp](http://aqmcopper.com/sp/Fundamentos_del_Cobre.asp)
4. <http://www.sence.cl/portal/>
5. <http://web.sofofa.cl/>
6. <http://www.emol.com/noticias/Economia/2015/11/23/760512/Precio-del-cobre-vuelve-a-hundirse-La-culpa-es-de-China-o-de-Estados-Unidos.html>
7. <http://www.ccm.cl/ccm/site/edic/base/port/descargas.html>
8. <http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento>
9. <http://robertoespinosa.es/2013/04/08/por-que-utilizar-estrategias-de-venta-cruzada/>
10. <http://www.entel.cl/corporativo/pdf/manual%20RSE%20Entel.pdf>
11. <http://www.economiaynegocios.cl/especiales/cobre2004/minas.htm>
12. <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
13. <http://www.ciberaula.com/sence/pasos-sence.html>
14. <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/emprender-en-solitario/oportunidades-de-negocio>

ANEXO A

Página

Figura 1: Minería Metálica Por Regiones 2014	57
Figura 2: Capital Humano en Industria Minera 2014	58
Figura 3: Distribución Fuerza Laboral Interna Por Area	59
Figura 3.1: Participación porcentual de mujeres por perfil	60
Figura 4: Demanda Acumulada por Perfil al 2023	61
Figura 4.1: Demanda Acumulada por Perfil al 2023	62
Figura 5: Oferta Acumulada de Egresados por Perfil al 2023	63
Figura 5.1: Oferta de Egresados Atraídos por la Minera al 2023	63
Figura 6: Brecha Capital Humano por Perfil al 2023	64
Listado OTIC Segunda Región	65
Listado OTEC Segunda Region	66
Región Antofagasta	67
Futuros Clientes Mineras y Colaboradores	68

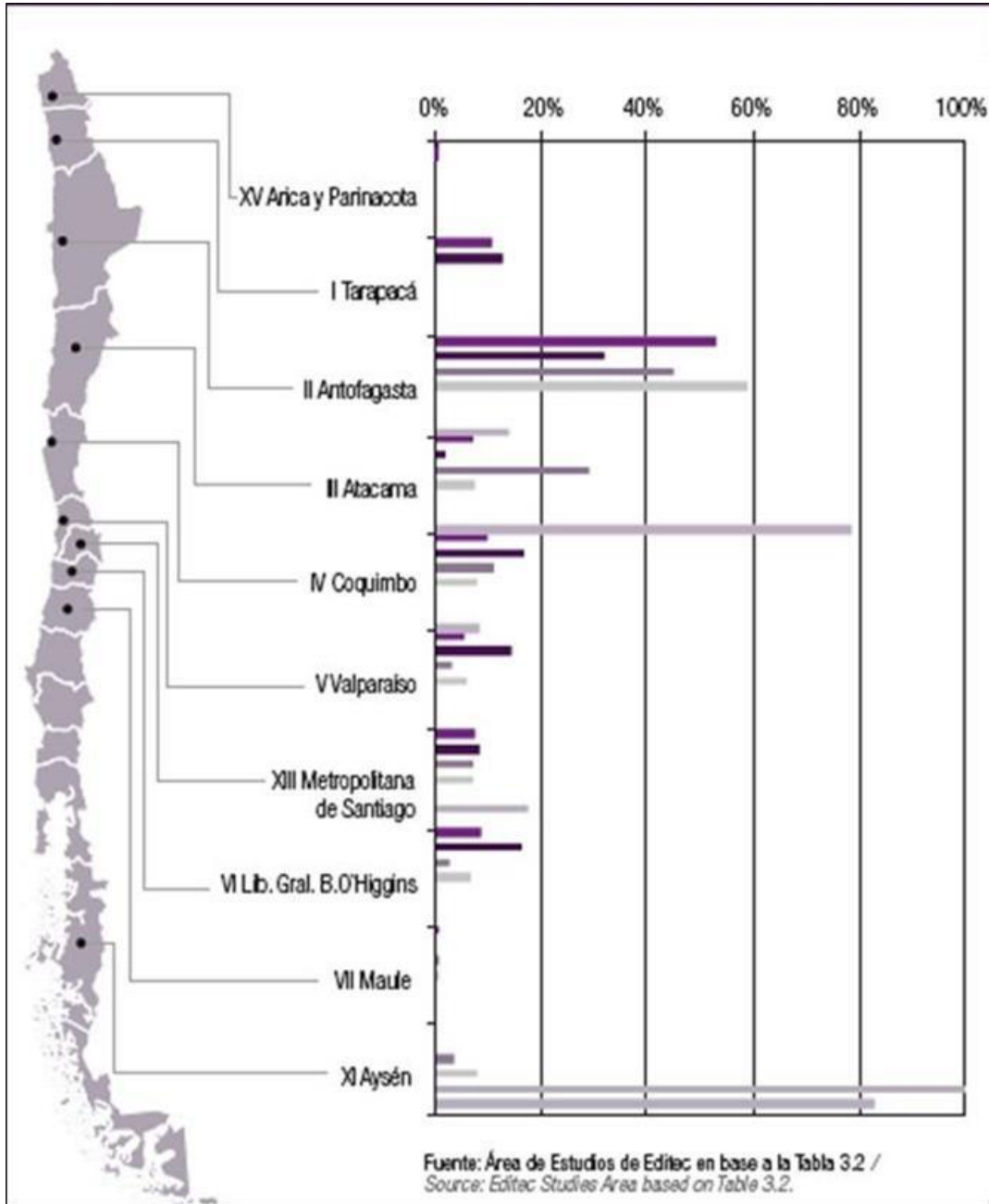


Figura 1: Minería Metálica Por Regiones 2014

Fuente: Área de Estudios de Editec

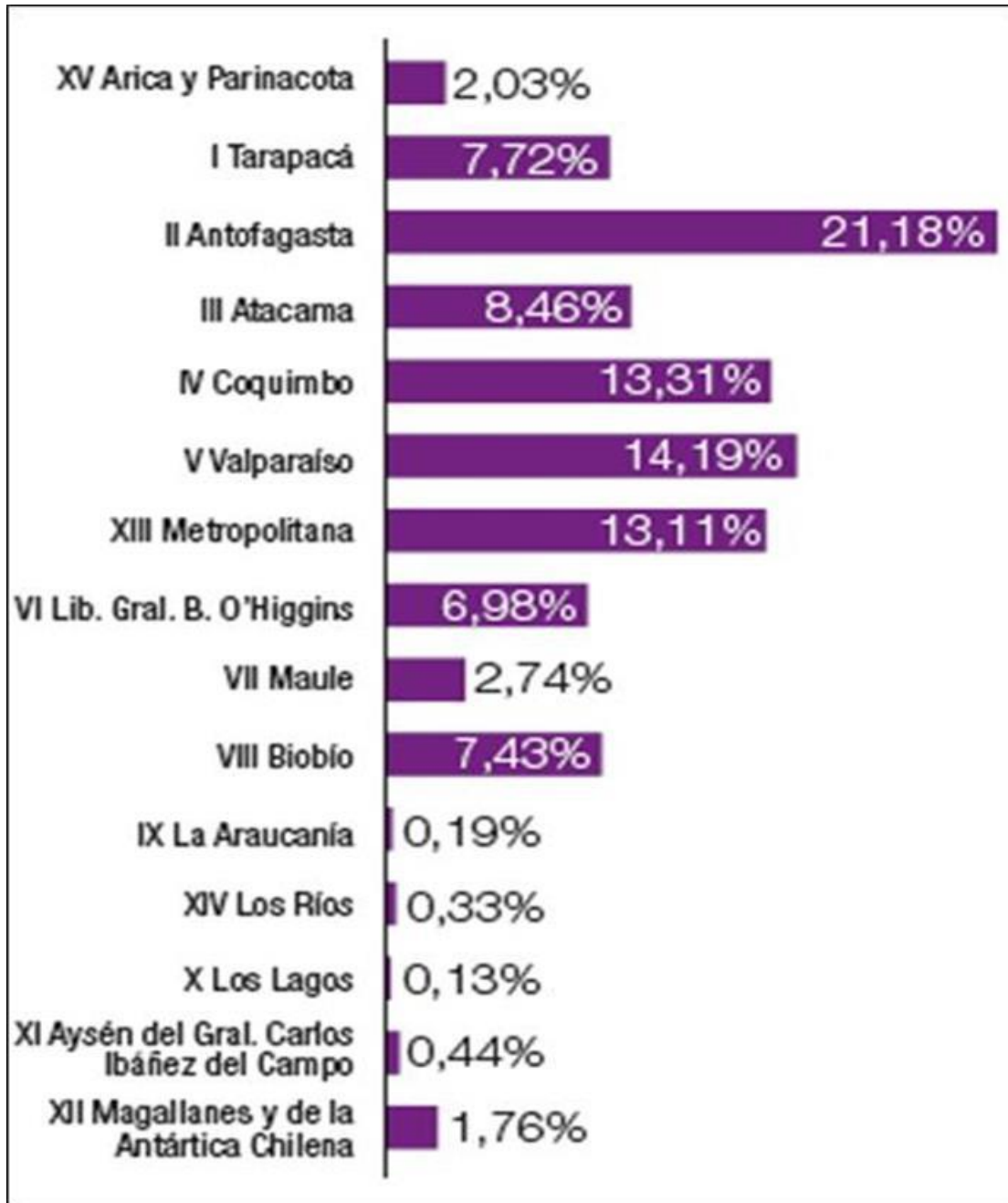


Figura 2: Capital Humano en Industria Minera 2014

Fuente: Área de Estudios de Editec



Figura 3: Distribución Fuerza Laboral Interna Por Area

Fuente: Consejo Competencia Mineras, CCM

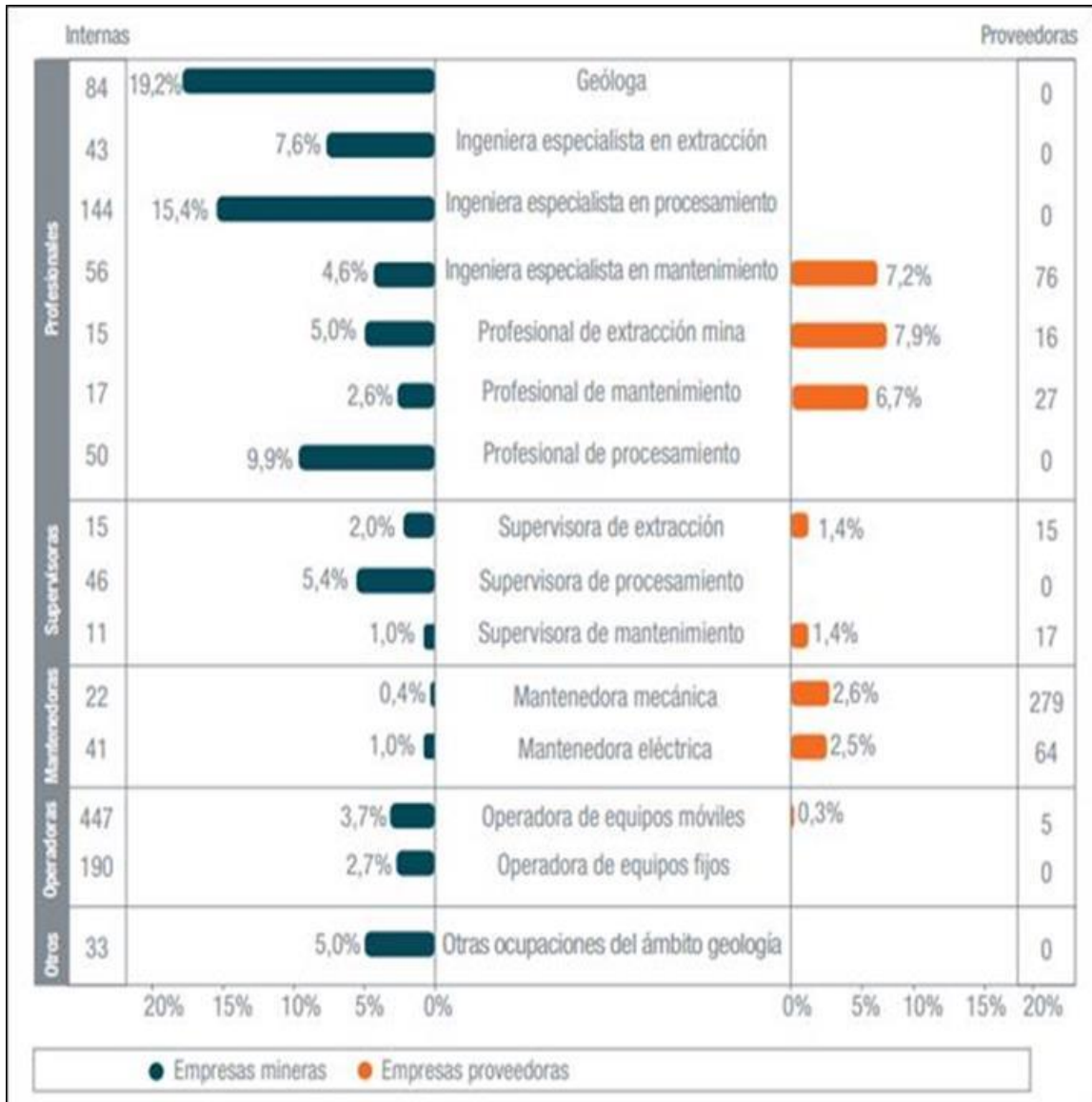


Figura 3.1: Participación porcentual de mujeres por perfil

Fuente: Consejo Competencia Mineras, CCM

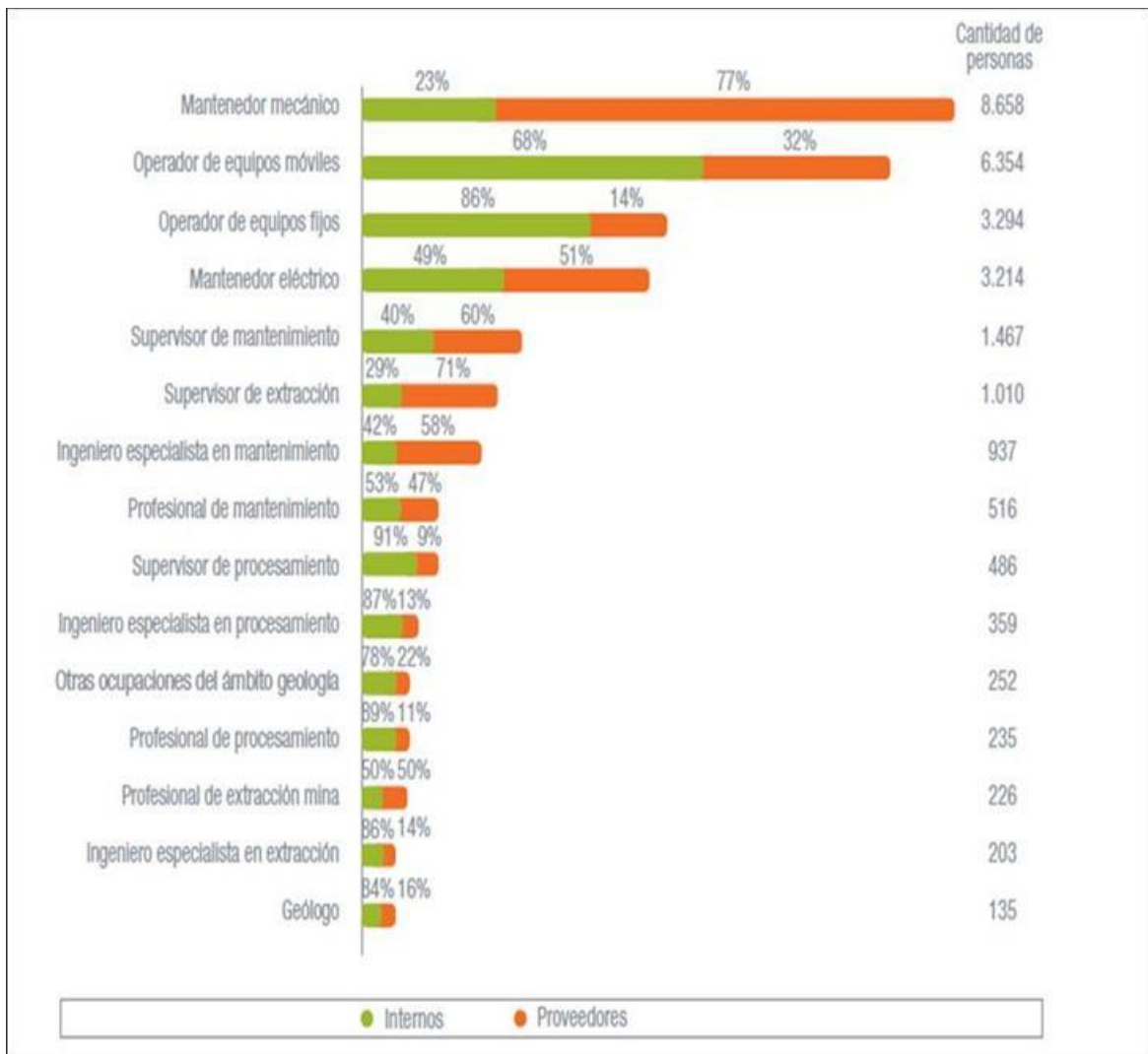


Figura 4: Demanda Acumulada por Perfil al 2023

Fuente: Consejo Competencia Mineras, CCM



Figura 4.1: Demanda Acumulada por Perfil al 2023, miles de personas

Fuente: Consejo Competencia Mineras, CCM



Figura 5: Oferta Acumulada de Egresados por Perfil al 2023

Fuente: Consejo Competencia Mineras, CCM



Figura 5.1: Oferta de Egresados Atraídos por la Minera al 2023

Fuente: Consejo Competencia Mineras, CCM



Figura 6: Brecha Capital Humano por Perfil al 2023

Fuente: Consejo Competencia Mineras, CCM

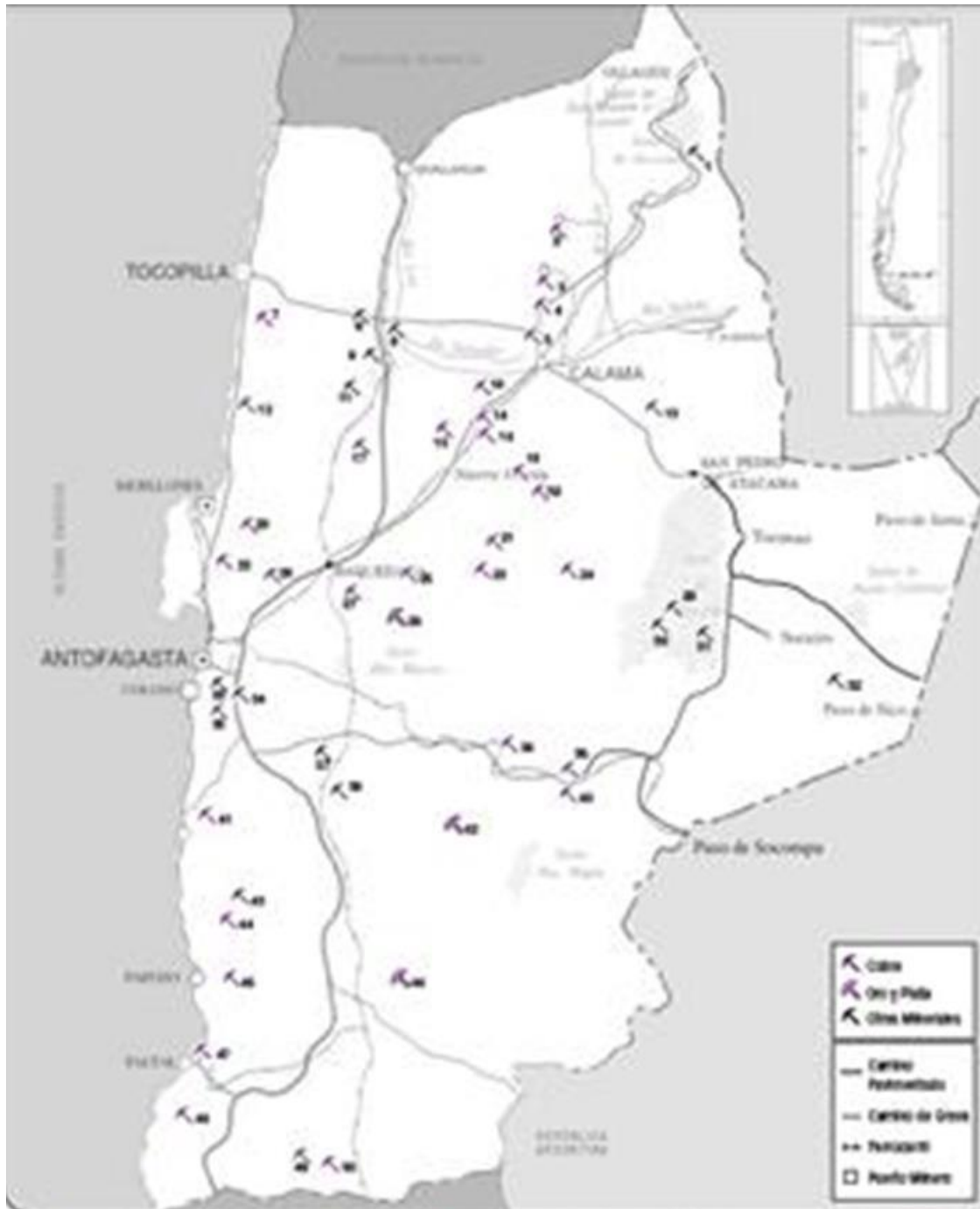
Listado OTIC Segunda Región:

N°	OTIC	DIRECCIÓN	TELÉFONO	SITIO WEB
1	Centro de Intermediación para el Desarrollo de las Personas en el Trabajo (OTIC ALIANZA)	Mac Iver N°125, piso 13, Santiago	25193800	www.otic-alianza.cl
2	Centro Español Intermedio de Capacitación (PROFORMA)	Av. Los Leones N°668, Providencia, Santiago	23539833	www.proforma.cl/
3	Centro General de Capacitación (CGC)	Amunátegui N°178, piso 4, Santiago	25406045	www.cgci.cl
4	Centro Intermedio de Capacitación de ASEXMA (CORCIN)	Estado N°235, piso 6, Santiago	24984100	www.corcin.cl
5	Corporación de Capacitación de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (OTIC DEL COMERCIO)	Merced N°230, piso 2, Santiago	23654380	www.otidelcomercio.cl
6	Corporación de Capacitación de la Construcción (CCC)	Santa Beatriz N°170, piso 4, Providencia, Santiago	24052000	www.ccc.cl
7	Corporación de Capacitación y Desarrollo (PROMAULE)	1 Sur N°690, oficina 401. Edificio Plaza de Talca, Talca	72-2222778	www.oticpromaule.cl
8	Corporación de Capacitación y Desarrollo Laboral de la Industria Metalmeccánica (ASIMET)	Av. Andrés Bello N°2777, piso 4, Las Condes, Santiago	24216550	www.asimetcapacitacion.cl
9	Corporación de Capacitación y Empleo (SOFOFA)	Agustinas N°1357, pisos 11 y 12, Santiago	23362800	www.corporacionsofofa.cl
10	Corporación de la Banca para la Promoción de la Capacitación (LA BANCA)	Miraflores N°130, piso 17, Edificio Los Andes, Santiago	26395011	www.otichile.cl
11	Corporación FIDE de Capacitación (CORFICAP)	Av. General Bustamante N°24, piso 6, oficina L, Santiago	23783500	www.corficap.cl
12	Organismo Técnico Intermedio para la Capacitación (CAPFRUTA)	San Antonio N°20, oficina 403, Santiago	26325274	www.fedefruta.cl/capfruta
13	Organismo Técnico Intermedio (INDUPAN)	Marín N°0559, Providencia, Santiago	22746818	www.oticindupan.cl
14	Organismo Técnico Intermedio (CHILE VINOS)	Av. Luis Pasteur N°5280, oficina 402, Vitacura, Santiago	221808000	www.chilevinos.cl
15	Organismo Técnico Intermedio de Capacitación Regional (OHIGGINS)	Av. Recreo N°620, piso 2, Paseo Recreo, Rancagua	72-2256538	www.otic-ohiggins.cl/
16	Organismo Técnico Intermedio para la Capacitación (BIO BIO)	Covadonga N°525, piso 2, Arauco, Biobío	41-2559627	www.oticbiobio.cl
17	Organismo Técnico Intermedio para Capacitación (FRANCO CHILENO)	Marchant Pereira N°201, oficina 701, Providencia, Santiago	22255547	www.camarafrancochilena.cl
18	Organismo Técnico Intermedio para Capacitación del Valle del Aconcagua (PROACONCAGUA)	Manuel Rodríguez N°4633, Hijuelas, Quillota	33-2271067	www.oticproaconcagua.cl
19	Organismo Técnico para Capacitación del Sector Silvoagropecuario (AGROCAP)	Cruz del Sur N°133, oficina 904, Las Condes, Santiago	22065254	www.agrocap.cl
20	Organismo Intermedio para la Capacitación (UNIÓN)	Av. Libertador Bernardo O'Higgins N°1280, Valparaíso		www.oticunion.cl/sitio/

Listado OTEC Segunda Region:

RUT	NOMBRE OTEC	DIRECCION	CIUDAD	REGIC	TELEFON	MAIL
52000549-K	Jaime Eugenio Gutiérrez Capacitación E.I.R.L. High Park E.I.R.L	Sucre N°509 Of 6-B	Antofagasta	2	430180	director@high-park.com
52002973-7	Heather Brownell Organismo Técnico De Capacitación Empresa Individual de Responsabilidad Ltda	Sucre N°363 Oficina 35	Antofagasta	2	55-280566	educamerica@gmail.com
69020500-9	Municipalidad De Talait	Avda Prat N° 515	Talait	2	55-611564	omitalait@gmail.com
69252500-0	Municipalidad De San Pedro De Atacama	Gustavo Le Paige N° 328	San Pedro de Atacama	2	851019	atacasoc@munitel.cl
70791800-4	Universidad De Antofagasta U.Antof	Av. Angamos N° 601	Antofagasta	2	-637136	iveliz@uantof.cl
74191400-K	Fundacion Educacional Escondida Otec Ceim O Otec Centro	Aguirre Cerda No 8280	Antofagasta	2	456000	herrerera@ceim-fee.cl
76000693-9	Geomaster Capacitación Limitada Geomaster Ltda	Balmaceda N°4450	Calama	2	541783	geomastercapacitacion@vtr.net
76014802-4	Alexis De Las Mercedes Pimentel Torrejón Capacitación Empresa	Baquadano Baquadano N°1343 Casa1	Antofagasta	2	780835	capacitacion@epignosis.cl
76018566-3	Sociedad De Capacitación Avalos & Tamayo Limitada Carcop	Arturo Prat N°1033	Antofagasta	2	55-551520	atamayo@carcop.cl
76020921-K	Cristian Fernando Latin Rojas Capacitaciones, Empresa Individual De	Piedras Negras N°9445,	Antofagasta	2	765113	cristianfer33@gmail.com
76026572-1	Sociedad De Capacitación Norte Claro Limitada Norte Claro	Capacita Ltda Latorre N°2357	Antofagasta	2	254820	fcataldo@nortelclarocapacita.cl
76079420-1	Capacitaciones E& E Limitada Capacitaciones E & E	Washington N°2675 Depto 1404	Antofagasta	2	55-835975	capacitacionese@gmail.com
76123060-3	Praxis Gestor Capacitación Limitada	Baquadano 477	Oficina	2	55-224842	gerencia@praxisgestor.cl
76327900-6	Costella Capacitación Limitada Costella Capacitación Ltda Las Parinas	Las Parinas N° 959	Calama	2	55-333281	capacitacion@costellamontt.cl
76526320-4	Ceom Capacitación Limitada Ceom Capacitación Ltda	Huellehue N°1224	Antofagasta	2	241858	manolo_c@msn.com
76535670-9	Pronova Capacitación Limitada. Pronova Ltda.	Croacia N° 416	Antofagasta	2	55-488039	info@pronovacap.cl
76539260-8	Capacitación Vicuña Hermanos Limitada	Antonino Toro N°1125 Oficina 1125 4-A	Antofagasta	2	449072	chvicuna@adcorp.cl
76544390-3	Capacitación Integral Limitada Rescate Industrial Limitada	Camarones Oriente N°4014	Antofagasta	2	55-826235	capacitacion@vtr.net
76593510-5	Servicios De Capacitación Svetec Limitada Svetec - Capacitación	José Miguel Carrera N°1875	Antofagasta	2	381601	svetec@svetec.cl
76595340-5	Instituto De Capacitación Para El Desarrollo De Competencias	Matta 2449 of 64	Antofagasta	2	55-226377	mf.guerrero@tie.cl
76598100-K	Centro De Capacitación Jetz Limitada Jetz Capacitación Limitada	Maipú N°642 Oficina 3	Antofagasta	2	55-828431	cjetz@vtr.net
76601950-1	Centro De Desarrollo Integral De Capacitación Limitada Cedesi	Maipú 626 of 305	Calama	2	55-347783	cedesi@tie.cl
76602380-0	Anglia Capacitación Limitada	Manuel Verbal N° 1340	Antofagasta	2	488193	anglia@anglialanguage.com
76604750-5	Servicios De Capacitación Limitada Asycap Ltda	Antonio Poupin N° 1236	Antofagasta	2	55-225885	asy@terra.cl
76605040-9	Servicios De Capacitación Limitada Inducap Limitada	Angamos N° 497 2º Piso	Antofagasta	2	770716	inducap@vtr.net
76612900-5	Celsus Capacitaciones Ltda Cedic Ltda	Av Argentina n°2232	Antofagasta	2	224767	capacitacion@celsus.cl
76613240-5	Servicios De Capacitación Integral Limitada Sercain Capacitación Ltda	Del Alto N° 8324 2do piso	Antofagasta	2	55-272966	centroseo@hotmail.com
76616380-7	Kunza Capacitación Limitada Kunza Capacitación	Avelino Contardo N°932	Antofagasta	2	55-555912	chamorro@kunza.cl
76625990-1	Kaizen Capacitación Limitada Kaizen Capacitación Ltda	Matta N°2451 Oficina 42	Antofagasta	2	55-486762	kpac@checo@dokakaizen.cl
76696570-9	Servicios De Capacitación A Empresas Limitada Sce Ltda	Avda Argentina N°2214	Antofagasta	2	55-493837	info@scecap.cl
76697630-1	Colegio De Profesionales Expertos En Seguridad Minera De	Eduaro Orchard 1223	Antofagasta	2	55-371118	otec.copresen@vtr.net
76752100-6	Ricardo Garrido Pérez Capacitación Empresa Individual De Responsabilidad	Baquadano 498 of 35	Antofagasta	2	55-557870	experienciaprofesional@gmail.c
76854460-3	Sociedad De Capacitación Vera Y Valenzuela Limitada Código	Juan Jose Latorre 2451 2do piso 1	Antofagasta	2	771436	gerencia@codigo-rojo.cl
76921000-8	Centro De Formación Rodrigo Acuña Sanhueza E.I.R.L. Prime	San Martín 2331 of 5	Antofagasta	2	370839	info@primemgt.cl
76949780-3	Sociedad Rifo San Martín Y Compañía Limitada Gsi	Matta 2019 of 401	Antofagasta	2	551732	contacto@gsiasociados.cl
77221160-0	González Y Ramírez Capacitación Ltda. Collegium Capacitación Limitada	Fresia N°2505, Pobl Entre Rios	Calama	2	55-369001	collegium_otec@msn.com
77231360-8	Centro De Programación Neurolingüística Y Capacitación Para La	Antoio Varas n° 768-A	Antofagasta	2	55-244128	cenpronvaltda@vtr.net
77242220-2	Centro De Capacitación Del Norte Y Compañía Limitada.	Maipú 626 of 2	Antofagasta	2	55-246555	altologro@gmail.com
77254780-3	Servicios De Capacitación Innercap Limitada Innercap Ltda.	Iquique N° 3040	Antofagasta	2	55-252351	innercap@innercap.cl
77292150-0	Escuela Profesional De Conductores Panamericana Limitada Panamericana Ltda.	Ascotán N° 2057 Villa Aylquina	Calama	2	55-334700	eprocopa@terra.cl
77373900-5	Centro De Capacitación María Dulcien Limitada Artes Limitada	Cuarta Poniente 2329	Tocopilla	2	8928540	no acreditada
77377440-9	Castro Y Compañía Limitada Dicapro Ltda.	Av Argentina N° 1629	Antofagasta	2	430189	wilcas@dicapro.cl
77419530-0	Quibermates Ltda. Quibermates Limitada	Balmaceda 1822	Calama	2	55-347866	quibermates@tie.cl
77445690-2	Centro De Apoyo Pedagógico Mario Quiroz Lopez Y	Arturo prat n° 542	Antofagasta	2	286525	quiroz@quiroz.tie.cl
77456270-9	Promueve Asociados Y Compañía Limitada Procesa Consultores Ltda	M. A. Matta N°3013, Piso 2	Antofagasta	2	55-548006	gullermomodiazmiranda@hotmail.c
7759960-9	Servicios De Capacitación C.I.M.A. Limitada C.I.M.A. Ltda Carlos	Pezoa Veliz N° 211	Antofagasta	2	55-377625	mendizabaltda@hotmail.com
77629030-0	Instituto De Capacitación De Conductores Profesionales Compañía Limitada	Av Argentina 2838	Antofagasta	2	223710	incoprof@terra.cl
77668630-1	Servicios De Capacitación Empresarial Limitada Escuela De Conductores	Sucre N°9511	Antofagasta	2	55-419166	sercaem@vtr.net
77679110-5	Ingeniería En Prevención De Riesgos Y Capacitación Limitada	Latorre 2357 of 33	Antofagasta	2	55-449836	ingenieriacap@123.cl
77708780-0	Manuel Barrera Y Compañía Limitada Manuel Barrera Internacional	Latorre N° 2385	Antofagasta	2	55-264740	manuel_otec@vtr.net
77816620-8	Centro De Capacitación Altologro Limitada Altologro Ltda.	Maipú N°626 Oficina 2	Antofagasta	2	246555	altologro@gmail.com
77824200-1	Servicios De Capacitación Trasing Limitada Trasing Capacitación Limitada	Balmaceda N°2536 Of. 401	Antofagasta	2	55-496392	capacitacion@trasing.cl
77835970-7	Sociedad De Capacitación Arlequin Limitada Capacitación Arlequin Ltda.	Condell N°2274 Oficina 1	Antofagasta	2	55-792315	otecarlequin
77890570-1	J.C.B. Y Compañía Limitada Intecloa Ltda.	Av Grau N° 1268-A	Calama	2	55-339248	intecloa@tie.cl
77921960-7	Centro De Capacitación Limitada Akun Capacitaciones Ltda	Industrial N° 7280	Antofagasta	2	653316	info@akun.cl
77934650-1	Ads Capacitación Limitada Ads Capacitación Ltda.	Washington N° 2675 Of.1405	Antofagasta	2	486046	add_gconsultores@vtr.net
78021420-1	Instituto De Capacitación Del Norte Limitada Incanor Limitada	Bolivar N° 672	Antofagasta	2	55-449720	incanor@incanor.cl
78169250-6	Capacita C Y C Limitada. C Y C	Washington N°2577	Antofagasta	2	450132	sandragutierrez@gmail.com
78403110-1	Capacitación Y Entrenamiento En El Control De Riesgos	Granaderos 440 of 11	Antofagasta	2	55-386314	fogare@vtr.net
78510320-3	The King'S Language Institute Ltda.	Gallequillos Lorca N°1594	Antofagasta	2	268262	director@tkil.cl
78547150-4	Aravena Y Aravena Capacitación Limitada Megasytem Ltda	Antonio Toro N°817	Antofagasta	2	55-470202	megasyt@adsl.tie.cl
78618090-2	Gallardo Y Compañía Limitada Capacitación Inglés Empresas Cie	Orella N°1089	Antofagasta	2	55-268339	capacitacion@cie-Itdda.cl
78635880-9	Instituto De Capacitación Top Gun Limitada Top Gun	Adamson N°3200	Antofagasta	2	371860	efrain@vtr.net
78818330-5	Sociedad De Servicios De Capacitación Har Shalom Limitada	Luis Uribe 939 of C	Antofagasta	2	55-430428	harshalomtd@gmail.com
78846710-9	Centro De Formación Técnica Cefonor	Calle Sucre N° 363 Depto. N° 46	Antofagasta	2	55-760939	centroccs@vtr.net
78902000-0	Sociedad De Capacitación Corda Limitada Capacitación Scorpio Ltda	Manuel Antonio Matta N° 2901	Antofagasta	2	55-284141	etnad@vtr.net
78902110-4	Sociedad Educacional Sonia Sánchez Ltda.	Maipú N° 464	Antofagasta	2	268872	administracion@giant-antof.cl
78977830-2	Sociedad De Capacitación Integral Seis Oriente Limitada S.E.I.S.	Oriente Limitada Talca N°	Antofagasta	2	55-255763	seisoriente@gmail.com
79526720-4	Centro De Formación Técnica Escuela Superior De Administración	Matta 2052	Antofagasta	2	55-450460	pedromancilla@esenedelnorte.cl
79598410-0	Sociedad Educacional S.A.C.E.S. A Varas	Matta 2068	Antofagasta	2	227790	no acreditada
79607710-7	Centro Avanzado De Entrenamiento Y Capacitación Limitada Training	Angamos 1167	Antofagasta	2	55-555962	andreaavanco@trainingcentre.cl
7967100-6	Centro De Estudios Académicos Limitada	Copiapó N° 1184	Antofagasta	2	266568	florea@entelchile.net
79870460-5	Instituto De Capacitación Empresarial Ltda Ice Ltda	Maipú N°499 Oficina 504	Antofagasta	2	251191	cea@tie.cl
81518400-9	Universidad Católica Del Norte	Avda. Angamos 610	Antofagasta	2	55-356885	larzic@ucn.cl
87878600-9	Servicio De Capacitación Indaco Y Compañía Limitada Instituto	Serrano N°9647	Antofagasta	2	72-268817	indacocapacita@hotmail.com
89701200-6	Aseorías Y Servicios De Capacitación Icyde Limitada Icyde	Ltda José Santos Ossa 2711 piso 2 of A	Antofagasta	2	55-225445	contacto@icyde.cl
96618100-1	Soc. Educativa Leonardo Da Vinci S.A.C.	Pasaje Vecinal N° 286	Calama	2	310630	gerencia@cdv.cl
96661140-5	Universidad De Antofagasta - Asistencia Técnica S.A.	Angamos N° 601	Antofagasta	2	55-653507	asistencia@atcnica@uatsa.cl
96813270-9	Centro De Desarrollo Y Capacitación S.A. U System	Urbe N°1017, Of. 203	Antofagasta	2	55-793167	llystema@gmail.com
99534180-8	Verilab Service Sociedad Anónima Verilab Service S.A Y/O	Pedro Aguirre 8364	Antofagasta	2	55-236090	capacitacion@verilab.cl

Mapa Minero - Region Antofagasta



Futuros Clientes Mineras

