

# Operaciones, estrategia competitiva y proyecciones financieras para la implementación de per4mance en América Latina

Tesis para optar al grado de Magíster en Gestión para la Globalización  
Por:

**Leonardo Gabriel Zúñiga Álvarez**

Profesor Guía: Eduardo Contreras Villablanca

**Santiago de Chile - 2010**

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.

Miembros de la Comisión: Christian Willatt Herrera y Ximena Romero Vivero



<b>Resumen . .</b>	<b>4</b>
<b>No disponible a texto completo. . .</b>	<b>5</b>

## Resumen

El presente estudio tiene por finalidad entregar la estrategia de marketing y competitiva, además de las proyecciones financieras para Per4mance, una empresa de servicio integral de RRHH que se apoya en un software de última generación para su gestión y desarrollo.

De acuerdo al estudio de mercado realizado por Armida Prado<sup>1</sup>, queda demostrada la necesidad de una empresa con las características de Per4mance y las oportunidades que tiene en el mercado local y latinoamericano.

La estrategia competitiva que se plantea es una de diferenciación, en donde Per4mance estructurará sus precios en forma competitiva, pero se diferenciará de su competencia a través del servicio personalizado que entrega, además de la posibilidad de modificar el servicio de acuerdo a las necesidades del cliente, apelando a la amigabilidad, usabilidad y el concepto de paga por lo que usas.

La estrategia de marketing tendrá su pilar fundamental en la recomendación que se logre de la empresa en donde se implantará un piloto. Los buenos resultados logrados allí generarán un argumento irrefutable a la hora de negociar. Dentro de las demás actividades de marketing se tienen herramientas de optimización y publicidad en buscadores de internet, así como la participación en seminarios, charlas, ferias, etc. De gran importancia serán los contenidos que tendrá la página del sitio, en donde se seguirán las últimas tendencias del área.

Al tercer año de funcionamiento, y ya con una experiencia acumulada importante, los fundadores se focalizarán en el mercado Colombiano como puerta de entrada a la internacionalización para ofrecer los servicios. Se piensa partir con sucursales de clientes chilenos y trabajar con una empresa de comunicaciones que ayude al posicionamiento en ese país.

Se proyecta que el primer año se venderá a 6 empresas, y el segundo a 24 empresas, para llegar a tener más de 100 clientes en el quinto año. El costo de instalación del servicio es de 2,5 millones de pesos y la licencia mensual por trabajador es de 10 mil pesos. Con esta información, el VAN del proyecto en el escenario conservador es de 617 millones, con una TIR del 146%. En el escenario más pesimista el VAN es de 191 millones y una TIR de 83%. Para que el proyecto se realice se necesita un capital inicial de 60 millones de pesos, de los cuales 10 serán aportados por los fundadores y los otros 50 serán ofrecidos a un inversionista a cambio de un 20% de la propiedad.

---

<sup>1</sup> Tesis: "Análisis de Mercado y oportunidad de globalización de Per4mance, servicio integral y plataforma web para la gestión de desempeño y capacitación online"

# No disponible a texto completo.

No autorizado por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.