

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA COMERCIAL
VALPARAÍSO - CHILE



**DISEÑO Y DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN
PARA EL EMPRENDIMIENTO “STEEL MINDS INGENIERÍA”
EN RINCONADA.**

DAFNE STEPHANIA FERNÁNDEZ OSORIO

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

PROFESOR GUÍA : CARLOS SOTO YAÑEZ
PROFESORA CORREFERENTE : MACARENA GATICA

MARZO, 2025

Agradecimientos

Esta memoria representa más que el cierre de una etapa, es el reflejo del esfuerzo, la dedicación y el apoyo de muchas personas que han estado a mi lado en este camino, el cual no habría sido posible sin quienes, con su amor, confianza y guía, fueron mi inspiración.

En primer lugar, quisiera agradecer a mi madre, Rosita, mi principal motor y pilar en la vida, gracias por brindarme tu amor incondicional, tu apoyo inquebrantable y por enseñarme que con esfuerzo y perseverancia todo es posible. A mi padre, Andrés, gracias por la confianza increíble que has depositado en mí y por impulsarme a seguir adelante en cada desafío. A mi padre, Pancho, junto con Inés, gracias por estar presente con su gran cariño, además de mis hermanos, Mayra y Christopher, quienes han sido parte fundamental de mi vida y mi crecimiento. Y por supuesto, a toda mi familia: mis abuelas, mi tata, mi tía, tío y mis primas, quienes con su amor y compañía han estado en cada momento importante, recordándome el valor de la familia y el apoyo incondicional.

A mis compañeros de universidad, Romyna, Olga, Marta, Anais y Clemente, gracias por su comprensión, su amistad y por ser parte de este proceso. Gracias por cada palabra de ánimo, por la paciencia y por compartir conmigo tantas experiencias que hicieron este camino uno inolvidable.

A mi profesor Carlos, por su dedicación y disposición durante estos meses finales.

Y, por último, pero con un lugar muy especial en mi corazón, a Rodrigo, mi compañero en la vida y en este proyecto, gracias por tu amor incondicional, por estar siempre a mi lado y por brindarme todo lo necesario para hacer realidad esta memoria.

Este logro no es solo mío, sino de todos quienes han estado a mi lado. Aunque hay muchas personas más a las que me gustaría nombrar, cada una de ellas sabe que ocupa un lugar especial en mi corazón. Cada palabra de aliento, cada gesto de cariño y cada momento compartido ha sido esencial en este camino.

A todos ustedes, gracias de corazón.

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto propone una estrategia de difusión para Steel Minds Ingeniería, un emprendimiento dedicado a la construcción, ampliación y remodelación de viviendas y locales comerciales en Rinconada, Región de Valparaíso. Este estudio está orientado a incrementar la visibilidad de la empresa, captar nuevos clientes y consolidar su posición en el mercado local mediante la implementación de dicha estrategia.

El análisis de la situación identificó fortalezas como la calidad de sus servicios, atención personalizada, cumplimiento de plazos y la confianza que genera en sus clientes. Sin embargo, enfrenta limitaciones como una visibilidad reducida y dependencia de recomendaciones boca a boca. A través del modelo de las 5 fuerzas de Porter y el análisis PEST, se identificó un mercado altamente competitivo, con una fuerte rivalidad entre competidores y un alto poder de negociación por parte de los clientes. A pesar de ello, el crecimiento demográfico y la constante demanda de servicios de construcción en Rinconada representan oportunidades significativas para la empresa. Como respuesta, se definió un marco estratégico que incluye misión, visión, valores y objetivos, junto a una propuesta de valor basada en servicios integrales, atención personalizada, cumplimiento de plazos y resultados de calidad que transformen las ideas en espacio funcionales y duraderos.

El plan de acción contempla mejoras en los canales de comunicación mediante un teléfono exclusivo y una oficina administrativa, fortaleciendo la imagen corporativa con uniformes y material promocional, campañas publicitarias en redes sociales, anuncios en radio local y la distribución de folletos. Adicionalmente, se contempla la participación en ferias de emprendimiento y alianzas con negocios locales para promover los servicios y un programa de referidos para incentivar a los clientes actuales a recomendar la empresa.

Financieramente, se proyecta una inversión inicial de \$3.268.212, con un flujo de caja proyectado para los próximos 24 meses que muestra estabilidad y crecimiento sostenido. Los indicadores como el Valor Actual Neto de \$34.158.320 y una Tasa Interna de Retorno de 15%, superior a la tasa de descuento anual del 8,51%, demuestran la viabilidad y rentabilidad del proyecto, asegurando un crecimiento sostenible en el mediano plazo.

Índice de Contenido

1. Introducción.....	6
1.1. Problema de Investigación	6
1.2. Objetivos	7
1.3. Justificación de la investigación.....	8
2. Antecedentes	10
2.1. Empresas en Chile.....	10
2.2. Microemprendimientos en Chile.....	11
2.3. Sector de la construcción.....	13
2.4 Steel Minds Ingeniería	15
3. Marco Teórico.....	18
3.1. Marketing	18
3.2. Publicidad.....	18
3.3. Estrategia de publicidad	19
4. Metodología	28
5. Análisis y Diagnóstico de la Situación Actual	30
5.1. Análisis Externo	30
5.2. Análisis Interno	42
5.3. Investigación de Clientes Actuales.....	48
5.4. Análisis FODA	52
6. Decisiones de Marketing.....	53
6.1. Definición del Marco Estratégico.....	53
6.2. Modelo de Negocios Canvas.....	56
7. Diseño y Planificación de la Estrategia.....	65
7.1. Plan de Acción.....	65
7.2. Cronograma de Implementación	72
7.3. Presupuesto	73
8. Plan Financiero con la Estrategia de Difusión.....	75
8.1. Ingresos	75
8.2. Inversión inicial.....	77
8.3. Costos.....	78
8.4. Depreciación	80

8.5. Tasa de descuento.....	81
8.6. Flujo de Caja	82
8.7. Indicadores Financieros.....	86
9. Conclusiones	88
10. Recomendaciones	90
11. Anexos.....	93
12. Bibliografía	113

Índice de Tablas

Tabla 1: Clasificación de empresas en Chile.....	10
Tabla 2: Servicios de Steel Minds Ingeniería.	15
Tabla 3: Análisis FODA de Steel Minds Ingeniería.	52
Tabla 4: Desglose del presupuesto anual del plan de acción.....	74
Tabla 5: Historial de ingreso de Steel Minds Ingeniería.	76
Tabla 6: Ticket promedio por servicio.....	76
Tabla 7: Inversión inicial Steel Minds Ingeniería.	78
Tabla 8: Costos fijos y variables proyectados.	80
Tabla 9: Desglose de depreciación de activos.	81
Tabla 10: Tasa de descuento proyecto puro.....	82
Tabla 11: Flujo de Caja Proyectado de Steel Minds Ingeniería para el año 2025.....	84
Tabla 12: Flujo de Caja Proyectado de Steel Minds Ingeniería para el año 2026.....	85
Tabla 13: Indicadores financieros para Steel Minds Ingeniería.	86

Índice de Figuras

Figura 1: Distribución de la inversión de la construcción en sus subcomponentes.	14
Figura 2: Distribución de la inversión en infraestructura pública vs privada.....	14
Figura 3: Proceso de entrega del servicio de Steel Minds Ingeniería.....	16
Figura 4: Logo de Steel Minds Ingeniería.....	17
Figura 5: Modelo de negocio Canvas de Steel Minds Ingeniería.....	56
Figura 6: Cronograma del plan de acción.	72
Figura 7: Tendencia de ingresos mensuales.	77

1. Introducción

1.1. Problema de Investigación

En las últimas décadas tanto la innovación como el emprendimiento han sido considerados elementos fundamentales para el desarrollo económico de los países, ya que desempeñan un papel crucial en el crecimiento y la expansión de los mercados. Se entiende emprender según la RAE como: acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.

Según la VII Encuesta de Microemprendimiento realizada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo junto al Instituto Nacional de Estadística (INE), en Chile se tiene que el total de personas microemprendedoras es de 1.977.426 aproximadamente, de las cuales 11,2% corresponde a empleadores y 88,8% pertenece a quienes trabajan por cuenta propia. Asimismo, a nivel global, un 56,4% del total, se concentra en los sectores del Comercio (28,4%) o los Servicios (28%), el 12,1% de la Industria y 10,7% la Construcción. El sector primario (agricultura, pesca, etc.) alcanza un 10%, mientras que Transporte y Almacenamiento un 9,5% (Sáez, 2020).

Hoy en día existen muchos microemprendimientos, y dentro de ellos se caracteriza con gran ventaja el sector de la construcción, sin embargo, gran parte de estos no tienen éxito y suelen enfrentar desafíos relacionados con la gestión publicitaria debido a la naturaleza compleja y variable de los proyectos. Siendo este el desafío principal que enfrenta Steel Minds Ingeniería en la construcción, por lo que es fundamental para este realizar dicha gestión, identificando y definiendo las estrategias de segmentación que se alineen con las necesidades y expectativas de los clientes locales. Para luego identificar canales, actividades, presupuesto, recursos y aliados más importantes.

Por lo tanto, en esta investigación se resolverán interrogantes cómo: ¿Qué marco estratégico debe definirse para guiar la estrategia de difusión de Steel Minds Ingeniería?, ¿Cómo identificar el mercado objetivo del emprendimiento, considerando las necesidades y

expectativas de los clientes?, ¿Cuál debe ser la propuesta de valor para Steel Minds Ingeniería que le permita destacar frente a la competencia y responder de manera efectiva la demanda de su mercado objetivo?, ¿Cómo puede el emprendimiento desarrollar una estrategia de difusión que le permita incrementar su visibilidad, reconocimiento y preferencia?, ¿Por qué canal y que estrategia de difusión deben implementarse para atraer y retener clientes?, entre otras.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Diseñar y desarrollar una estrategia de difusión para el emprendimiento Steel Minds Ingeniería en el sector de la construcción en Rinconada, con el objetivo de potenciar la visibilidad, reconocimiento, preferencia y crecimiento del emprendimiento.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual de Steel Minds Ingeniería, para lograr desarrollar una misión, visión, valores y objetivos estratégico, que orienten sus actividades y decisiones hacia el crecimiento en Rinconada.
- Identificar las características demográficas, psicográficas y de comportamiento de los clientes potenciales y segmentar el mercado objetivo de Steel Minds Ingeniería, junto con desarrollar una propuesta de valor clara que refleje los beneficios y enfoque de la empresa, alineándose con las necesidades y expectativas del mercado objetivo.
- Evaluar y seleccionar los canales de comunicación más adecuados para llegar al público objetivo, y diseñar un plan de acción, cronograma de implementación y presupuesto para el periodo de dos años.
- Desarrollar un plan financiero para los próximos 24 meses, con el objetivo de analizar la factibilidad y viabilidad económica de la estrategia de difusión.

1.3. Justificación de la investigación

En Chile el 99% de las empresas son pequeñas y medianas y representan el 19% de la economía nacional (Luco, 2020). Sin embargo, según Sercotec, Chile es el país que más emprende en América Latina, pero también es el que más fracasa, pues el 97,5% de los emprendimientos cierran antes de los 5 años. ¿Pero cuáles son los motivos del fracaso de los microemprendimientos? Un análisis de los problemas en el entorno emprendedor, realizado por la revista Entrepreneur y el portal educativo de negocios, Management Study Guide, identificó algunos motivos del porque los emprendimientos fracasan, en donde se encuentra como factores críticos la inexistencia de un plan de negocio, la mala implementación y diseño de una estrategia para acercarse al consumidor. Otros aspectos como la falta de conocimiento del mercado, la carencia de habilidades financieras y la insuficiencia de recursos para la promoción y expansión también se mencionan como razones fundamentales para el cierre de empresas emergentes.

Por otro lado, en el territorio nacional, el sector de la construcción ha demostrado un crecimiento sostenido durante los últimos años, impulsado por múltiples factores claves. Entre estos, destacan la creciente necesidad de infraestructura motivada por el desarrollo urbano en diversas regiones del país y la expansión de proyectos habitacionales y comerciales que requieren nuevas obras y/o mejoras en las existentes.

El panorama del sector de la construcción es dinámico y en constante evolución por lo que se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo económico del país, pues solo dicho sector representa alrededor del 7% del PIB, destacando su importancia como motor de crecimiento y generador de empleos. Este crecimiento no solo refleja una expansión económica en el país, sino que también subraya una oportunidad significativa para los emprendedores que deseen ingresar y consolidarse en este mercado.

Además, la construcción tiene en consideración numerosos actores, que abarcan desde grandes empresas hasta pequeños emprendedores. Y al tener una diversificación de competidores se presenta un panorama competitivo complejo, donde la capacidad de

adaptación, la innovación, la gestión de proyectos, la eficiencia operativa y la relación con los clientes se han vuelto factores críticos para la supervivencia y el éxito.

En este contexto, los nuevos emprendimientos y pequeñas empresas no solo deben centrarse en la entrega de servicios de alta calidad, sino que también deben desarrollar estrategias comerciales robustas y efectivas que les permitan destacar en el mercado competitivo, captar la atención de los clientes potenciales, para luego convertirlos en clientes leales y construir vínculos duraderos. Para alcanzar este objetivo, es necesario diseñar una estrategia completa que incluya acciones de promoción y marketing, y esfuerzos enfocados en la fidelización del cliente.

Por lo tanto, es fundamental para Steel Minds Ingeniería llevar a cabo esta investigación junto con el diseño y desarrollo de una estrategia de difusión que mejore su visibilidad, reconocimiento, crecimiento y preferencia de los clientes en el mercado de la construcción en Rinconada. Esta investigación permitirá a la empresa identificar oportunidades y amenazas específicas de su entorno, evaluar a la competencia y comprender las necesidades de los clientes potenciales, así como detectar áreas de mejora en sus servicios y posibles alianzas estratégicas. Con esta información, Steel Minds Ingeniería podrá diseñar una estrategia de difusión más efectiva y alineada con las expectativas del mercado, y con su marco estratégico, lo que facilitará la implementación de acciones concretas que promuevan su posicionamiento y diferenciación en el sector. En última instancia, una estrategia de difusión bien implementada podría convertirse en un factor determinante para el éxito del emprendimiento, asegurando su crecimiento y sostenibilidad en el tiempo.

2. Antecedentes

2.1. Empresas en Chile

La Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BCN), según lo dispuesto en la Ley N°20.416 publicada el 03 de febrero de 2010, en el artículo segundo, indica la clasificación de las empresas a nivel nacional de menor tamaño según sus ingresos anuales por ventas, servicio y otras actividades del giro en el último año calendario y/o la cantidad de trabajadores. A continuación, en la tabla N°1 se detalla dicha clasificación:

Tabla 1: Clasificación de empresas en Chile.

Categoría	Ingresos anuales	Cantidad de trabajadores
Microempresas	Hasta 2.400 UF	Hasta 9 trabajadores
Pequeñas empresas	Entre 2.400 y 25.000 UF	De 10 a 49 trabajadores
Medianas empresas	Entre 25.000 y 100.000 UF	De 50 a 199 trabajadores
Grandes empresas	Más de 100.000 UF	Más de 200 trabajadores

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, el Servicios de Impuestos Internos (SII), señala a través de su última actualización de estadísticas, realizada en octubre de 2023, que existían 1.508.032 empresas contribuyentes en Chile. De estas, 18.630 son grandes empresas, 39.370 son medianas empresas, 256.870 son pequeñas empresas, y 871.809 son microempresas. Además, se identifican 321.353 empresas que no reportan ventas y/o no poseen información, por lo que no fueron clasificadas en ninguna categoría descrita anteriormente.

Es importante destacar que dichas estadísticas corresponden únicamente a empresas formalizadas, lo que significa que no incluyen al sector informal del comercio, el cual representa una porción significativa de la actividad económica en Chile. La formalización de una empresa implica que esta cumple con los requisitos legales y tributarios establecidos por el SII, lo que le otorga acceso a una serie de beneficios, como la posibilidad de participar en licitaciones públicas, acceder a financiamiento y ser conocido como un actor económico.

En este contexto, se entiende que un contribuyente es toda persona, ya sea natural o jurídica, que está sujeta por la normativa fiscal o tributarias, y que por lo tanto tiene la

obligación de cumplir con las responsabilidades que estas imponen. Esto incluye el pago de impuesto de acuerdo con la legislación vigente y la realización de deberes adicionales derivados de la normativa correspondiente.

Para ser más específico, en las provincias de San Felipe y Los Andes, según el Servicio de Impuestos Internos en el año 2022 se encontraba un registro de 20.166 empresas, de las cuales 133 son grandes empresas, 388 corresponden a medianas empresas, 3.034 son pequeñas empresas, 12.413 son microempresas y 4.198 son empresas sin ventas o sin información.

Por último, en la comuna de Rinconada específicamente, para el año 2022 según SII se registran 711 empresas, dentro de ellas 3 corresponden a grandes empresas, 2 son medianas empresas, 124 corresponden a pequeñas empresas, 445 son microempresas y 137 corresponde a empresas que no poseen ventas y/o no poseen información.

2.2. Microemprendimientos en Chile

Según la Séptima Encuesta de Microemprendimientos (EME-VII), elaborada en junio de 2023 en colaboración con el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y la Unidad de Estudios del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, se estima que en Chile hay un total de 1.977.426 microemprendedores y microempreendedoras, a incluir tanto aquellos que operan de manera formal como informal. De este total, el 41,7% correspondiente a 804.278 personas son mujeres emprendedoras, mientras que el 59,3% equivalente a 1.173.148 personas son hombres emprendedores.

Además, al analizar el total de microemprendedores según su categoría ocupacional, se observa que 1.756.386 personas, lo que representa el 88,8% trabajan por cuenta propia. En contraste, 221.040 personas, que equivalen al 11,2%, se clasifican como empleadores.

En la región que más se concentra la cantidad de microemprendedores es en la Metropolitana con un 44,3%. Mientras que en la región de Valparaíso sólo hay un 10% del total nacional.

En cuanto a los motivos que tienen las personas para iniciar el emprendimiento, los resultados de manera descendente son:

- Necesidad: con un total de 959.495 personas, las cuales responden a lo siguiente: “no logro encontrar trabajo como asalariado/a”, “fui despedido/a de un empleo asalariado”, “quiero obtener ingresos suficientes para necesidades básicas”, “deseo tener mayor flexibilidad”, “tengo responsabilidades familiares”, “por razones de salud”.
- Oportunidad: con un total de 728.760 personas, las cuales responden a lo siguiente: “deseaba iniciar mi propio negocio o actividad independiente”, “encontré una oportunidad en el mercado”, “quiero toma mis propias decisiones y/o ser mi propio jefe”.
- Tradición familiar.
- Formación.
- Otros motivos / Sin datos.

Por otro lado, respecto a la distribución del sector económico las ramas que concentran la mayoría de los negocios son las relacionadas al Comercio, Servicio e Industrias Manufactureras, con 602.800, 589.075 y 243.758 emprendedores y emprendedoras respectivamente. En donde estos tres sectores se acercan a la paridad de sexo, sin embargo, los otros sectores (Agricultura y pesca, Transporte y almacenamiento, Construcción, Electricidad y gas) son altamente dominados por los hombres, y en particular el de Construcción, donde el 99,1% son personas de sexo masculino.

La encuesta EME-VII igualmente nos señala las ganancias que reciben los dueños de los emprendimientos, entendiendo ganancia como ingresos menos costos, donde se registraron qué 1.040.819 personas microempreendedoras tiene ganancias mensuales de hasta un salario mínimo. Y 538.000 personas tienen ganancias entre uno a dos salarios mínimos. Además, se puede evidenciar que las mujeres tienen en promedio menos ingresos que los hombres y esto es debido a que ellas dedican mucho más tiempo al trabajo no remunerado que los hombres, por lo tanto, tienen menos tiempo para sus negocios.

Con relación a la formalidad, se estima que un total de 824.983 personas equivalente a un 41,7% son microemprendedores formales. En cambio, 1.152.443 personas, lo que representa un 58,3% son microemprendedores informales. Este último dato destaca la prevalencia de la informalidad en el sector, donde el 63,2% de los microemprendedores informales son mujeres, mientras que un 54,9% son hombres.

Por último, un 69,8% de las personas microemprendedoras declaran que su principal fuente de financiamiento para la puesta en marcha de su actividad fueron los ahorros. Por otro lado, aquellos que optan por crédito, préstamos, programas del gobierno o financiamiento de instituciones sin fines de lucro representa un 11,9%. En contraste, el 18% restante afirma no haber necesitado financiamiento para iniciar sus actividades.

2.3. Sector de la construcción

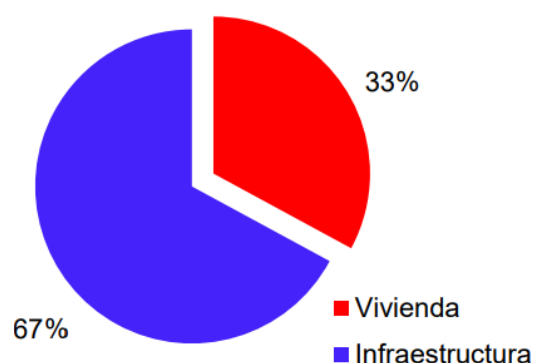
El sector de la construcción en Chile ha sido históricamente uno de los pilares fundamentales de la economía nacional. En 2022, según datos proporcionados por la Cámara Chilena de la Construcción (CChC), este sector representó aproximadamente el 7% del Producto Interno Bruto (PIB). Este impacto no solo se manifiesta en la generación de empleos directos, sino que también actúa como un motor que impulsa industrias complementarias, como la manufactura y los servicios. Esto se observa tanto en grandes proyectos de infraestructura, que requieren una coordinación compleja y una variedad de especialidades, como en la actividad de pequeñas y medianas empresas que contribuyen significativamente al dinamismo del sector.

A nivel global, en economías como la de Estados Unidos, la construcción representa una de las industrias más grandes, con un valor de mercado de 171,26 mil millones de dólares en 2024, según estimaciones de Mordor Intelligence. En el contexto de América Latina, el sector de la construcción ha mostrado un crecimiento moderado en los últimos años, impulsado principalmente por la inversión pública y privada. Sin embargo, en países como Brasil, México y Argentina enfrentan desafíos económicos y políticos que han ralentizado algunos proyectos, lo que ha creado un panorama mixto en la región.

En Chile, según la Cámara Chilena de la Construcción, el mercado de la construcción alcanzó un valor estimado de \$24,5 mil millones de dólares en 2022, destacando su aporte a la economía.

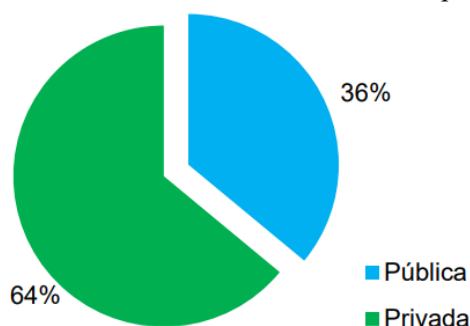
Por otro lado, la inversión en infraestructura es un aspecto fundamental para el crecimiento del sector y la CChC ha señalado que esta depende en gran medida de la inversión privada en proyectos productivos. Por lo tanto, el número de nuevos proyectos de inversión en infraestructura privada se convierte en un indicador vital para el futuro crecimiento del sector. Esta relación se puede evidenciar en la figura N°1 y N°2.

Figura 1: Distribución de la inversión de la construcción en sus subcomponentes.



Fuente: CChC en base a estadísticas del Banco Central (2023).

Figura 2: Distribución de la inversión en infraestructura pública vs privada.



Fuente: CChC en base a estadísticas del Banco Central (2023).

Todo lo anterior refleja la importancia del sector de la construcción dentro de la economía chilena, no sólo en términos de generación de empleo, sino también en el desarrollo y sostenibilidad de infraestructura clave para el crecimiento económico del país.

2.4. Steel Minds Ingeniería

Steel Minds Ingeniería, es un emprendimiento familiar establecido a fines del 2023 en la comuna de Rinconada, ubicada en la V Región de Valparaíso. La empresa ofrece servicios en el sector de la construcción, abarcando 3 grandes campos de acción: construcción, ampliación y remodelación de viviendas y locales comerciales. Estas áreas comprenden una amplia gama de servicios diseñados para cubrir las necesidades de los clientes, que se detallan en la tabla N°2.

Tabla 2: Servicios de Steel Minds Ingeniería.

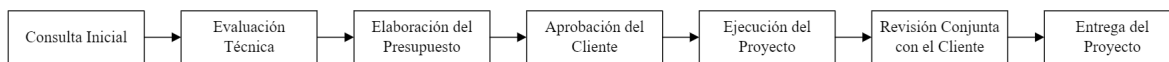
Servicio	Descripción
Cimentación y estructura	- Construcción de cimientos y bases. - Levantamiento de muros y techos. - Construcciones de tabiques.
Instalaciones eléctricas y de plomería	- Implementación de sistema eléctrico, incluidos cableado y luminaria. - Instalación de tuberías para agua potable y desagües y sistemas de alcantarillado.
Instalación de ventanas y puertas	- Montaje de diferentes tipos de ventanas (PVC, madera, aluminio) y puertas (interiores y exteriores).
Acabados interiores y exteriores	- Pintura de paredes y techos. - Aplicación de revestimientos como cerámicos, porcelanatos, azulejos, pisos (flotantes, vinílicos). - Enyesado y estucado de superficies. - Aplicación de guardapolvos, cornisas y otros elementos decorativos.
Otros	- Demoliciones. - Retiro de artefactos. - Preparación de terrenos para nuevas construcciones.

Fuente: Elaboración propia.

El emprendimiento está impulsado por la visión y compromiso de dos personas con experiencias complementarias, un hijo y su papá: un futuro ingeniero en mantenimiento industrial, Rodrigo, impulsor de la marca con el objetivo de independizarse profesionalmente; y un experto constructor con años de experiencia en el campo. Juntos, forman un equipo que combina conocimientos técnicos y habilidades prácticas, comprometidos a ofrecer soluciones de calidad en cada proyecto que emprenden.

Para la entrega del servicio, Steel Minds Ingeniería, sigue un proceso estructurado que asegura una atención personalizada y eficiente en cada proyecto. Desde el primer contacto con el cliente, se realiza una evaluación técnica que permite planificar de manera precisa el trabajo por realizar. Posteriormente, se elabora un presupuesto y un cronograma que son presentados al cliente para su aprobación. Una vez aprobado, el equipo de Steel Minds procede con la ejecución del proyecto, manteniendo una comunicación constante para asegurar la calidad del servicio. Finalmente, se realiza una revisión conjunta con el cliente antes de la entrega oficial del proyecto, garantizando la satisfacción y cumplimiento de los acuerdos. (Ver figura N°3)

Figura 3: Proceso de entrega del servicio de Steel Minds Ingeniería.



Fuente: Elaboración propia.

El negocio se ha consolidado gracias a las recomendaciones de los clientes satisfechos, quienes destacan la puntualidad, la calidad y la atención personalizada. Este enfoque ha generado confianza en la comunidad convirtiendo al boca a boca en uno de sus principales canales de promoción.

No obstante, una de las principales debilidades del negocio radica en su estrategia de marketing, que aún no es lo suficientemente sólida para competir con empresas más establecidas. Aunque se han implementado esfuerzos iniciales en plataformas digitales como Instagram y Facebook, el alcance de estas acciones sigue siendo limitado. Por ello fortalecer las estrategias de marketing y difusión representa un área clave para el crecimiento futuro del negocio.

Actualmente, Steel Minds Ingeniería utiliza los siguientes canales de comunicación:

- Instagram: @steelmind.ingenieria
- Facebook: SteelMinds Ingeniería
- Correo electrónico: steelmind.ingenieria@gmail.com
- Número telefónico: +56 999116122

En el marco de la identificación de marca, Steel Minds Ingeniería cuenta con un logo distintivo, que se puede observar en la figura N°4. Este logo refleja los valores y la identidad visual de la empresa, permitiendo una fácil asociación de esta dentro del mercado local.

Figura 4: Logo de Steel Minds Ingeniería.



Fuente: Proporcionado directamente por la empresa.

Como parte de sus activos, Rodrigo y su padre han logrado reunir un amplio inventario de herramientas y equipos esenciales para llevar a cabo los servicios que ofrecen. Gracias a su dedicación y esfuerzo, cuentan con prácticamente todo lo necesario para ejecutar sus proyectos de manera eficiente, lo que les permite operar sin depender de terceros para el alquiler de herramientas, optimizando así sus costos y tiempos de ejecución. Además, cuentan con la disposición de la casa y el vehículo personal de Rodrigo, para almacenar y transportar su inventario de herramientas respectivamente, mejorando la logística y eficiencia en la entrega de sus servicios.

Rodrigo, quien gestiona todas las tareas del negocio, se encarga de la comunicación directa con los clientes, organiza las evaluaciones, planifica los proyectos, elabora los presupuestos, realiza la compra de insumos cuando es necesario y lleva a cabo el trabajo en el terreno. Además, gestiona la contabilidad del negocio y maneja las redes sociales. Esta dedicación integral a cada aspecto del emprendimiento permite mantener un control cercano sobre cada aspecto del negocio, lo que refuerza su compromiso con la calidad y la satisfacción del cliente.

3. Marco Teórico

3.1. Marketing

Según Kotler y Armstrong (2012), la definición más sencilla de marketing corresponde a la gestión de relaciones redituables con los clientes, además marketing posee una doble meta siendo estas, atraer nuevos clientes mediante la promesa de un valor superior y, conservar a los clientes actuales mediante la entrega de satisfacción de sus necesidades. Otra definición proporcionada por los mismos autores describe al marketing como el proceso mediante el cual las empresas generan valor para sus clientes y establecen relaciones.

Por otro lado, Kotler y Keller (2012), dicen que los especialistas en marketing también deben determinar qué características deben integrarse en el diseño de un nuevo producto o servicio, deben establecer los precios adecuados, decidir en qué lugares se venderán los productos o servicios, y definir el presupuesto destinado a publicidad, ventas, internet o marketing móvil.

Por último, el marketing es crucial no solo para conectar a las empresas con sus clientes y satisfacer sus necesidades, sino que también para impactar positivamente en la sociedad en general. A través del marketing, las empresas pueden identificar y comprender mejor lo que desean los consumidores creando productos y servicios que satisfacen necesidades inmediatas y contribuyen al bienestar y la calidad de vida de las personas. Igualmente permite a las empresas diferenciarse en mercados saturados, destacando sus características únicas y fomentando relaciones duraderas con sus consumidores.

3.2. Publicidad

Philip Kotler (1998), define la publicidad como cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios que lleva a cabo un patrocinador identificado. En donde uno de sus principales objetivos es crear conciencia de marca, es decir, informar, persuadir y recordar.

Según Thomas C. O'Guinn, Chris T. Allen y Richard J. Semenik (1999), la publicidad se define como un esfuerzo financiado que se transmite a través de medios de comunicación masivos con el propósito de persuadir a la audiencia. Estos autores destacan que, mediante el análisis de disciplinas como la psicología, neuroeconomía, sociología, antropología, estadística y economía, presentes en los estudios de mercado, los vendedores pueden desarrollar un mensaje adecuado que se ajuste a las necesidades y deseos del público objetivo. Este enfoque interdisciplinario no solo facilita la creación de mensajes más relevantes, sino que también potencia la capacidad de los anunciantes para conectar de manera efectiva con sus consumidores, generando impactos en la percepción y comportamiento del consumidor.

3.3. Estrategia de publicidad

Según Kotler y Keller (2012), un plan de marketing es el principal instrumento para la dirección y coordinación de marketing. Este funciona en dos niveles: marketing estratégico y marketing táctico. El marketing estratégico implica un profundo entendimiento del entorno competitivo, las necesidades del cliente y las tendencias del mercado permitiendo determinar los mercados objetivos y la propuesta de valor de la organización, basándose en el análisis de las mejores oportunidades del mercado. Por otro lado, el marketing táctico aborda las decisiones y acciones específicas necesarias para implementar la estrategia, incluyendo aspectos como las características del producto o servicio, las estrategias de promoción, la distribución, la fijación de precios, los canales de ventas y el servicio al cliente.

En cuanto a la gestión de publicidad es el proceso estratégico mediante el cual las empresas planifican, ejecutan y supervisan actividades publicitarias con el objetivo de promover sus productos y servicios, incrementar su visibilidad en el mercado y construir una imagen positiva de la marca. Según Vicuña Ancín (2008), la estructura generalmente se conforma por las siguientes tres etapas:

- Análisis y Diagnóstico de la Situación
- Decisiones Estratégicas de Marketing
- Decisiones Operativas de Marketing

3.3.1. Análisis y Diagnóstico de la Situación

Según Kotler y Keller (2012), en esta etapa se exponen los antecedentes importantes relacionados con ventas, costos, mercado, competencia y las distintas fuerzas del macroentorno que puede influir en el desempeño de la empresa. Se establece un análisis detallado del mercado. Este análisis no solo proporciona una visión clara del panorama actual, sino que también permite identificar áreas de oportunidad y desafío. Con toda esta información, las empresas suelen llevar a cabo un análisis FODA para obtener una visión integrada de su posición estratégica.

3.3.1.1. Análisis Externo

Según Zambrano (2006), el análisis externo se define como el análisis de todos los factores derivados de la capacidad de la empresa y del entorno en el que opera, considerando específicamente las oportunidades y las amenazas que podrían impactar su desempeño. Este análisis es crucial para comprender como las dinámicas del mercado y las fuerzas externas, pueden influir en la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos.

3.3.1.1.1 5 Fuerzas de Porter

Según Porter (2008), la competencia por beneficios en una industria está influenciada por cinco fuerzas competitivas, que determinan la intensidad de la competencia y, por ende, la rentabilidad potencial del sector. Estas fuerzas se describen a continuación:

- Amenaza de nuevos competidores: Esta fuerza mide la factibilidad con la que nuevas empresas pueden ingresar a la industria y competir con las ya establecidas. Se ve influenciada por las barreras de entrada. Cuando más alta sean las barreras, menor será la amenaza de nuevos entrantes.
- Poder de negociación de los compradores: Este aumenta cuando pueden presionar a las empresas para obtener precios más bajos, mayor calidad o mejores condiciones. Dependiendo de factores como la concentración de compradores y empresas, los costos de cambio para los clientes y la estandarización de los productos.

- Amenaza de productos o servicios sustitutos: Los sustitutos son aquellos productos o servicios que pueden cumplir una función similar o la misma, pero a través de métodos diferentes. Esta fuerza se basa en la relación calidad-precio de los sustitutos, la disponibilidad de alternativas y los costos que los clientes deben asumir al cambiar.
- Poder de negociación de los proveedores: Se basa en la capacidad para influir en los precios y las condiciones de suministro de productos y servicios. Este poder es mayor cuando los proveedores están concentrados, los productos que ofrecen son diferenciados, y los costos de cambio para las empresas son altos.
- Rivalidad entre competidores existentes: La intensidad de la rivalidad entre las empresas de la industria depende del número de competidores, las barreras de salida, la similitud de los productos, y la tasa de crecimiento del sector. Una alta rivalidad se caracteriza por frecuentes guerras de precios y agresivas campañas de marketing.

3.3.1.1.2. Análisis PEST

PEST según Sammut-Bonnici y Galea (2015), es una herramienta estratégica que examina las 4 principales fuentes de cambio externo que pueden impactar a una empresa, las cuales se detallan a continuación:

- Factores Políticos: Incluyen regulaciones gubernamentales, políticas fiscales, estabilidad política, y acuerdos comerciales internacionales.
- Factores Económicos: Abarcan elementos como tasas de interés, inflación, nivel de ingreso, tasas de desempleo y ciclo económico.
- Factores Sociales: Consideran las tendencias demográficas, cambios en los gustos y preferencias del consumidor, niveles de educación y conciencia social.
- Factores Tecnológicos: Incluyen el ritmo de la innovación, el desarrollo de nuevas tecnologías, la automatización, y la influencia de internet y las redes sociales.

Esta herramienta es clave para entender los riesgos estratégicos al identificar cómo estos factores macro externos afectan la posición competitiva de una empresa y permiten a los estrategas ajustar los modelos de negocio en respuesta a cambios en el entorno.

3.3.1.2. Análisis Interno

Según Serna (2006), el análisis interno se define como una evaluación del rendimiento de la empresa, centrándose en sus recursos, capacidades y aptitudes para identificar sus fortalezas y debilidades. Este tipo de análisis permite a las empresas tener una comprensión clara de sus competencias internas, de los factores que le brindan una ventaja competitiva y de los aspectos que necesitan ser mejorados para alcanzar sus objetivos.

3.3.1.2.1. Cadena de Valor

La cadena de valor según Michael Porter (1985), es una herramienta fundamental para analizar las actividades internas de una empresa y cómo estas interactúan para generar valor y ventaja competitiva. El motor principal de este modelo se centra en el análisis de los diferentes sistemas y actividades que generan valor en la empresa, relacionándolas con clientes y vinculando todo ello entre sí. Las actividades de la cadena de valor se dividen en dos categorías principales: actividades primarias y de soporte, desglosadas a continuación:

- Actividades primarias: Son aquellas que impactan directamente en la creación, producción, mantenimiento, ventas y apoyo de los productos o servicios de la empresa. Estas actividades son esenciales para el funcionamiento básico del negocio:
 - Logística de entrada: Incluye los procesos de recepción, almacenamiento y distribución interna de los materiales necesarios para el producto o servicio.
 - Operaciones: Engloba todas las actividades destinadas a transformar los materiales y diseños en productos listos para la distribución.
 - Logística de salida: Se refiere a las actividades relacionadas con la entrega de producto y servicios al cliente, como el almacenamiento, gestión de inventarios, distribución y transporte.
 - Marketing y ventas: Incluye los procesos de posicionamiento de los productos en el mercado y la interacción con los clientes, con el objetivo de generar ingresos a través de estrategias de promoción y ventas directas.
 - Servicios: Aseguran la satisfacción del cliente, incluyendo servicios de mantenimiento, reparaciones, atención al cliente y gestión de garantías.

- Actividades de soporte: Son las actividades que complementan a las primarias y forman la base de cualquier organización.
 - Infraestructura de la empresa: Incluye la gestión necesaria para el funcionamiento diario de la empresa, como la administración financiera, la planificación estratégica y la comunicación interna.
 - Gestión de recursos humanos: Se refiere a todas las actividades relacionadas con el personal, incluyendo reclutamiento, formación y retención de talentos.
 - Desarrollo de tecnología: Engloba las actividades relacionadas con la investigación y desarrollo que impulsan la innovación y la mejora.
 - Abastecimiento: Comprende los procesos relacionados con la adquisición de insumos necesarios para la producción.

3.3.1.2.2. Modelo de Negocio Canvas

Este Modelo de Negocios Canvas es definido por Alexander Osterwalder (2008), como una herramienta que simplifica la creación de nuevos modelos o líneas de negocio al analizar diversos aspectos claves para el éxito del proyecto. En otras palabras, se utiliza para planificar cómo la empresa pretende crear, entregar y capturar valor. Este se conforma por nueve bloques fundamentales los cuales se definen a continuación:

- Socios claves: Define las alianzas y relaciones externas que la empresa necesita para funcionar eficientemente, incluyendo proveedores, socios estratégicos y redes.
- Actividades claves: Describe las principales actividades que la empresa debe realizar para entregar su propuesta de valor, como producción, desarrollo o marketing.
- Recursos claves: Identifica los recursos esenciales que la empresa necesita para ofrecer su propuesta de valor, como activos físicos, humanos o financieros.
- Propuesta de valor: Define el valor que una empresa ofrece a sus clientes a través de sus productos o servicios, destacando qué necesidades satisface.
- Relación con los clientes: Describe como la empresa establece relaciones con sus clientes, incluyendo estrategias para adquirir, retener y aumentar la lealtad.
- Canales: Describe cómo la empresa se comunica y entrega su propuesta de valor a los segmentos de clientes, abarcando canales de distribución y comunicación.

- Segmento de clientes: Identifica los grupos de persona o empresas a los que se pretende servir, especificando sus características, necesidades y comportamientos.
- Estructura de costos: Detalla los principales costos y gastos que enfrenta la empresa en el desarrollo y operación de su negocio, incluyendo costos fijos y variables.
- Fuentes de ingresos: Detalla cómo la empresa genera ingresos a partir de sus clientes, ya sea mediante ventas directas, suscripciones, alquileres, licencias, etc.

3.3.1.3. Análisis FODA

El análisis FODA es un acrónimo que se desglosa en Fortaleza, Oportunidades, Debilidad y Amenazas, es una de las herramientas más utilizadas en la planificación estratégica para determinar la posición de una empresa y formular estrategias adecuadas para alcanzar sus objetivos. Este análisis se centra en identificar y analizar sistemáticamente los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que afectan el desempeño organizacional.

Las fortalezas son recursos y capacidades que otorgan ventajas competitivas a una empresa, como la reputación, tecnología avanzada, un equipo capacitado o procesos eficientes. Las debilidades, en cambio, son áreas de desventaja, como falta de recursos, procesos ineficientes o debilidades en la presencia de mercado.

Las oportunidades son condiciones favorables que la empresa puede aprovechar, como nuevas tendencias, avances tecnológicos o políticas beneficiosas. Por otro lado, las amenazas son riesgos externos que pueden desafiar a la empresa, tales como cambios en la regulación, mayor competencia o fluctuaciones económicas.

Según Hitt (2015), este análisis permite identificar configuraciones que pueden ser beneficiosas o perjudiciales para los esfuerzos de la empresa, además proporciona una base sólida para generar opciones estratégicas y evaluar posibles cursos de acción.

3.3.2. Decisiones Estratégicas de Marketing

En la toma de decisiones estratégicas del marketing es necesario establecer un marco estratégico claro, definir los objetivos estratégicos, identificar el mercado objetivo y desarrollar una propuesta de valor.

3.3.2.1. Definición del Marco Estratégico

Según Hill y Jones (2009), la definición del marco estratégico posee diversos componentes que se detallan a continuación:

- Misión: Define el propósito fundamental de la organización, explicando de manera clara y concisa el por qué existes, qué valor ofrece a sus clientes y/o a la sociedad, que haces y para quién los haces. Actúa como una guía para todas las actividades y decisiones empresariales, alineando a los miembros de la organización con un propósito común y estableciendo una base sólida para desarrollar estrategias y objetivos.
- Visión: Describe el estado futuro deseado para la organización, ofreciendo una meta a largo plazo que inspire y motive. Representa una imagen ambiciosa de lo que la empresa aspira a ser, proporcionando una dirección estratégica que guía las decisiones y fomenta el compromiso de los empleados, alineando todos los esfuerzos hacia la realización de esa aspiración futura.
- Valores: Representan los principios y creencias fundamentales que guían el comportamiento y la toma de decisiones tanto de los administradores como los empleados dentro de la organización.
- Objetivos estratégicos: Son las metas específicas que la organización quiere alcanzar, generalmente en áreas clave como el crecimiento, la rentabilidad, la innovación o la eficiencia operativa. Estos son los estados futuros deseados, precisos y medibles que intenta alcanzar la empresa.

3.3.2.2. Definición del Mercado Objetivo

Un mercado objetivo es el grupo específico de consumidores al que una empresa dirige sus productos o servicios. Para identificarlos es necesario realizar una segmentación, lo cual significa dividir un mercado amplio y diverso en subgrupos más pequeños y homogéneos con características compartidas. Según Kotler y Keller (2012) los criterios comunes de segmentación son:

- Segmentación demográfica: Se basa en características como edad, género, ingresos, ocupación, educación, tamaño del hogar, las cuales ayudan a identificar grupos con necesidad y preferencias similares.
- Segmentación geográfica: Divide el mercado según ubicación, como países, regiones, ciudades o barrios, permitiendo adaptar productos y estrategias según las características y necesidades locales.
- Segmentación psicográfica: Segmentar por estilo de vida, intereses, valores y personalidades, lo que permite comprender mejor las motivaciones y comportamientos de los consumidores.
- Segmentación conductual: Analiza el comportamiento de los consumidores, incluyendo hábitos de compra, uso del producto, beneficios buscados y lealtad a la marca, para personalizar ofertas y mejorar la experiencia del cliente.

La definición de target o público objetivo se refiere a elegir con precisión el segmento de consumidores al que una empresa desea dirigir sus productos o servicios. Según Philip Kotler (2012), este es un paso crítico dentro del proceso de segmentación del mercado, ya que permite a las empresas concentrar sus esfuerzos en los segmentos más prometedores y adaptar su propuesta de valor a las necesidades específicas de esos consumidores.

Kotler y Keller destacan que la selección del target debe basarse en la evaluación de la atraktividad de los segmentos de mercado, considerando factores como el tamaño, el crecimiento y la rentabilidad. El objetivo es elegir aquellos segmentos en los que la empresa puede ofrecer un mayor valor y obtener una ventaja competitiva sostenible.

3.3.2.3. Propuesta de Valor

La propuesta de valor es un concepto central en el marketing y la gestión empresarial que describe como una empresa genera valor para sus clientes mediante la oferta de productos o servicios. Este concepto es clave para atraer nuevos clientes y retener a los existentes ya que comunica de manera clara y convincente el valor que la empresa proporciona y cómo este se alinea con las necesidades y deseos del público objetivo.

Alexander Osterwalder y Yves Pigneur (2010), definen la propuesta de valor como la combinación de productos y servicios que crean valor para un segmento específico de clientes. Esta definición enfatiza que la propuesta de valor no se limita a los elementos tangibles de la oferta, sino que de cómo esa oferta resuelve problemas o satisface las necesidades específicas de los clientes. En este sentido, la propuesta de valor debe diferenciarse de la competencia, destacando las ventajas únicas que proporciona.

Una propuesta de valor efectiva no solo debe comunicar lo que se ofrece, sino que también como esa oferta se traduce en beneficios concretos para el cliente. Esto puede incluir aspectos como la mejora de la calidad de vida, la reducción de costos, el ahorro de tiempo, la comodidad o la solución a un problema específico. Al identificar estos beneficios, las empresas pueden conectarse emocionalmente con sus clientes, lo que fortalece la lealtad y la satisfacción del cliente.

Además, una propuesta de valor sólida puede servir como guía para el desarrollo de la estrategia empresarial en su conjunto. Al comprender las necesidades y deseos del cliente, las empresas pueden diseñar productos y servicios que realmente generen valor, optimizando su oferta continua de innovación y adaptación, donde la empresa no solo reacciona a las condiciones del mercado, sino que también anticipa las tendencias y se posiciona como un líder en su sector.

4. Metodología

La metodología para la presente investigación se divide en 4 estudios principales, diseñados para abordar de manera integral y exhaustiva el desarrollo de una estrategia de difusión efectiva para Steel Minds Ingeniería. Cada uno de estos estudios se enfoca en responder a los objetivos específicos planteados anteriormente, utilizando herramientas y enfoques metodológicos adaptados a las características y necesidades del emprendimiento.

El primer estudio se centrará en el análisis detallado y el diagnóstico de la situación actual de Steel Minds Ingeniería. Para llevar a cabo un análisis del microentorno, se utilizará la herramienta 5 fuerzas de Porter, que permite comprender las dinámicas competitivas del sector. Además, para el análisis del macroentorno, se utilizará el modelo PEST, el cual considera aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos que pueden influir en el funcionamiento del emprendimiento. En cuanto al análisis interno, se utilizará la cadena de valor de Porter, con el objetivo de examinar cada una de las actividades primarias y de soporte que se llevan a cabo en el microemprendimiento. Este estudio se comprenderá con entrevistas realizadas a los principales actores del negocio, es decir, Rodrigo y su padre, con el objetivo de profundizar en su perspectiva sobre las fortalezas, debilidades, capacidades operativas y desafíos estratégicos de la empresa.

Adicionalmente se realizará un análisis detallado de los clientes actuales de Steel Minds Ingeniería. Este se llevará a cabo mediante entrevistas o encuestas dirigidas a la base de clientes existentes, con el fin de recopilar información sobre sus niveles de satisfacción, necesidades específicas, percepción del servicio y factores que consideran diferenciadores en comparación con otros actores del mercado. Los resultados de este análisis permitirán identificar áreas de mejora y reforzar las fortalezas del negocio en la atención al cliente.

Finalmente, la información recopilada en esta etapa se consolidará en una matriz FODA que resumirá las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de Steel Minds Ingeniería. Este diagnóstico integral servirá como base para las decisiones estratégicas en las etapas posteriores.

El segundo estudio se enfoca en el desarrollo del marco estratégico de Steel Minds Ingeniería y la formalización de su modelo de negocios. En primer lugar, se definirá la misión, visión, valores y objetivos estratégicos de la empresa, asegurando que estén alineados con sus metas de posicionamiento, crecimiento y diferenciación.

Posteriormente, se utilizará el modelo Canvas como una herramienta descriptiva para organizar los componentes clave del modelo de negocio actual de Steel Minds Ingeniería. La información se recopilará a través de entrevistas con los fundadores, con los clientes actuales y del análisis previo del negocio, estructurando un modelo que refleje cómo se generan ingresos, se entrega valor y se gestionan los recursos de la empresa. Además, se destaca la definición de la propuesta de valor y la segmentación de clientes, identificando los principales grupos atendidos y los elementos diferenciadores que ofrece en el mercado local.

El tercer estudio se dirige al diseño de la estrategia de difusión basada en los análisis y el marco estratégico desarrollados en las etapas previas. Este comenzará con la elaboración de un plan de acción, que detalla las actividades junto con su objetivo y las acciones a realizar. Luego se elaborará un cronograma que organiza dichas actividades, distribuyéndolas de manera lógica. Además, se incluirá un presupuesto, el cual desglosa los costos asociados a cada acción específica de la estrategia de difusión. Este análisis permitirá identificar las necesidades de inversión y costo para cada componente del plan.

El cuarto estudio estará enfocado en el desarrollo de un plan de financiamiento para Steel Minds Ingeniería, incorporando la implementación de la estrategia de difusión. Este plan considerará ingresos proyectados basados en datos históricos, la inversión inicial requerida, los costos operativos y los asociados a la estrategia, además de la depreciación de activos.

Luego, con la información anteriormente nombrada, se elaborará un flujo de caja proyectado que permita analizar la viabilidad financiera de la estrategia y evaluar su rentabilidad mediante indicadores claves como el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, asegurando un uso eficiente de los recursos y el crecimiento sostenible del negocio.

5. Análisis y Diagnóstico de la Situación Actual

5.1. Análisis Externo

5.1.1. Análisis 5 Fuerzas de Porter

5.1.1.1. Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de nuevos competidores en el sector de la construcción en Rinconada es moderada, debido a las barreras de entrada de este mercado. Por un lado, la inversión inicial en equipos y herramientas representa una barrera económica significativa que puede disuadir a muchos potenciales competidores, sin embargo, la demanda constante de servicios de construcción en el sector es un gran atractivo y puede atraer a muchos nuevos actores.

Del mismo modo, la falta de experiencia, conocimiento técnico, reputación y una gestión comercial sólida suelen ser obstáculos comunes para los nuevos competidores, lo que lleva a un alto índice de fracaso entre microemprendimientos de este rubro. En este contexto, factores como la adopción de tecnologías avanzadas, puede aumentar las barreras para nuevos entrantes que carezcan de los recursos necesarios para competir a este nivel. Steel Minds Ingeniería tiene la oportunidad de posicionarse como un líder tecnológico en el área, lo que fortalecería su competitividad y actuaría como un diferenciador clave.

Steel Minds Ingeniería mitiga esta amenaza gracias a su experiencia, recursos bien establecidos y habilidades técnicas que se complementan con una diferenciación en calidad de servicio, cumplimiento de plazos, enfoque en la satisfacción de los clientes y la capacidad para adaptarse a proyectos personalizados, lo cual es especialmente importante para atraer a clientes que buscan soluciones de alto valor. Esta diferenciación es difícil de replicar para nuevos entrantes, quienes a menudo carecen de experiencia, reputación, recursos y conocimientos técnicos necesarios para competir en el mismo nivel. Además, la empresa podría reforzar esta ventaja mediante certificaciones, lo que haría más difícil igualar su nivel de especialización y calidad.

5.1.1.2. Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los clientes en el sector de la construcción en Rinconada es alto, lo que representa un desafío importante para Steel Minds Ingeniería. Este alto poder se debe a la gran variedad de opciones disponibles, ya que el mercado local está compuesto por pequeños constructores independientes y emprendimientos familiares que ofrecen servicios similares. Los clientes tienen la oportunidad de comparar fácilmente aspectos como precio, calidad, tiempos de entrega y atención al cliente, lo cual incrementa su capacidad para negociar descuentos y términos de pago. Además, el fácil acceso a la información a través de internet y redes sociales permite a los clientes investigar y evaluar diferentes proveedores antes de tomar una decisión, aumentando su capacidad de negociación. En particular, los comentarios y valoraciones en plataformas digitales pueden influir significativamente en las decisiones de los clientes, lo que refuerza la importancia de una gestión activa de la reputación online de la empresa.

Para afrontar esta amenaza, Steel Minds Ingeniería podría considerar implementar estrategias de fidelización que fortalezcan la relación con los clientes actuales, tales como descuentos exclusivos para clientes recurrentes, servicios adicionales postventa, seguimientos personalizados tras la finalización de cada proyecto o programas que incentiven a los clientes a recomendar los servicios de la empresa. Adicionalmente, la empresa podría explorar la creación de alianzas con profesionales locales, como arquitectos, diseñadores y proveedores de materiales, para añadir valor a su oferta. Estas alianzas enriquecerán los servicios ofrecidos y diferenciarán a la empresa de sus competidores.

Otra estrategia clave sería invertir en campañas de comunicación que destaquen el valor agregado que ofrece Steel Minds Ingeniería, incluyendo la experiencia de sus trabajos, la calidad, la atención personalizada y el cumplimiento de plazos acordados. Además, educar y mostrar a los clientes sobre el impacto a largo plazo de elegir servicios de calidad frente a opciones más económicas puede ayudar a reducir la sensibilidad de los clientes al precio y equilibrar el poder de negociación a favor de la empresa. Finalmente, la implementación de encuestas de satisfacción que empezó a utilizar Steel Minds Ingeniería podría proporcionar información valiosa para identificar áreas de mejora y consolidar la relación con los clientes.

5.1.1.3. Amenaza de productos o servicios sustitutos

La amenaza de productos o servicios sustitutos para Steel Minds Ingeniería es baja, principalmente porque las alternativas disponibles en el mercado no suelen cumplir con los mismos estándares de calidad, seguridad y durabilidad que la empresa ofrece. Si bien la autoconstrucción, es una opción viable para algunos clientes, en la práctica, la falta de experiencia técnica y herramientas especializadas suele resultar en proyectos de menor calidad que pueden presentar fallos estructurales, ineficiencias o incluso riesgos de seguridad. Además, el tiempo requerido puede ser un factor disuasorio importante, especialmente para clientes con plazos ajustados o necesidades específicas. Otro sustituto potencial es la automatización en grandes empresas que cuentan con alta inversión en tecnología, sin embargo, en el ámbito de las PYMES y en proyectos más personalizados, el componente humano sigue siendo fundamental para garantizar resultados particulares y eficientes, con una atención detallada y adaptada a las necesidades de cada cliente.

Para afianzar su posición frente a los sustitutos, Steel Minds Ingeniería podría reforzar su propuesta de valor mediante un enfoque claro en la personalización, la capacidad de adaptación y el compromiso con los estándares de calidad en cada proyecto. Adicionalmente, la empresa podría desarrollar una estrategia de comunicación que eduque a los clientes sobre los riesgos y costos ocultos asociados a opciones sustitutas. Mostrar estudios de casos o ejemplos concretos de proyectos exitosos puede ser una herramienta efectiva para destacar la diferencia en los resultados que ofrece la empresa.

Finalmente, integrar el uso de tecnología para optimizar los procesos internos y mejorar la comunicación con los clientes puede servir como una ventaja competitiva frente a sustitutos. Por ejemplo, herramientas digitales para la gestión de proyectos o reportes automatizados podrían agregar transparencia y profesionalismo al servicio, aumentando la percepción de valor y minimizando el impacto de sustitutos en la decisión del cliente. Este enfoque podría ayudar a fortalecer la percepción de los clientes sobre la empresa como una solución confiable y de alto valor, diferenciándose así de opciones que puedan ser más económicas, pero con menor garantía de calidad.

5.1.1.4. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores para Steel Minds Ingeniería es moderado-bajo, ya que existen numerosos proveedores de materiales, herramientas y equipos. A pesar de esto, la dinámica de responsabilidad en la adquisición de materiales normalmente recae en los clientes, lo cual reduce la dependencia del emprendimiento hacia los proveedores, favoreciendo su capacidad de negociación.

En las ocasiones en que Steel Minds Ingeniería realiza compras de materiales (poco frecuente), suele recurrir a grandes tiendas minoristas como Sodimac, Easy y Placacentro, reconocidas en el sector de la construcción por su confiabilidad y amplia gama de productos. Estas cadenas aseguran un acceso constante a recursos básicos y especializados, sin embargo, su posición dominante en el mercado les otorga cierto poder sobre los precios y condiciones de compra, lo que puede limitar las oportunidades para negociar descuentos significativos.

Para evitar estas limitaciones, Steel Minds Ingeniería podría explorar alianzas estratégicas con proveedores locales o minoristas más pequeños, con quienes podría establecer acuerdos de compra que permitan mejores condiciones de pago, descuento por volumen o beneficios exclusivos para clientes frecuentes. En Rinconada, ferreterías de mediana magnitud como Ferretería Los Huertos y Ferretería JVC, junto con otras ferreterías más pequeñas, representan opciones viables para diversificar la cadena de suministro y garantizar respaldos en caso de fluctuaciones en el mercado o retrasos en el abastecimiento.

Asimismo, una de las principales fortalezas de Steel Minds Ingeniería es su amplio inventario de herramientas y equipos, lo que reduce su dependencia de compras frecuentes y otorga cierta independencia operativa, permitiendo que la empresa complete proyectos sin interrupciones ni dependencia directas de proveedores externos.

Finalmente, para fortalecer aún más su posición frente a los proveedores, Steel Minds Ingeniería podría considerar establecer contratos a largo plazo con proveedores que ofrezcan condiciones ventajosas. Esto garantizaría estabilidad en el suministro de recursos claves, podría brindar mayor control sobre los costos y asegurar la disponibilidad de materiales incluso en épocas de alta demanda.

5.1.1.5. Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad entre los competidores existentes en el sector de la construcción en Rinconada es alta, con una gran cantidad de trabajadores independientes y, en menor medida, empresas familiares que compiten por los mismos clientes. Estos competidores, al operar con bajos costos fijos y equipos reducidos, pueden ofrecer tarifas más accesibles, lo que genera una presión significativa sobre los precios en el mercado. Esta rivalidad se intensifica, especialmente en proyectos de menor escala, donde la decisión de elegir un competidor sobre otro a menudo se basa en diferencias mínimas de precio o en la capacidad de cumplir con tiempos ajustados. En este contexto, los clientes son meticulosos al evaluar cada oferta, buscando siempre el mejor balance entre costos, calidad y tiempo de entrega.

Para entender mejor el contexto competitivo, se identifican algunos competidores relevantes en el área, los cuales son:

- CVA Ingeniería y servicios integrales: Es una empresa emergente en el sector de la construcción. con presencia digital hace poco tiempo, desde el 22 de octubre y cuenta con un número reducido de seguidores. Aunque la empresa es nueva, su dueño posee una trayectoria como trabajador independiente en Rinconada, lo que le ha permitido acumular experiencia técnica. Sin embargo, al estar en una fase inicial, CVA Ingeniería enfrenta desafíos como la falta de estructura organizada y ofrecer una atención al cliente, lo cual es una debilidad en comparación con Steel Minds Ingeniería. Debido a que Rodrigo, de Steel Minds, se destaca por su experiencia en comunicación efectiva con sus clientes, brindando una atención cercana y eficiente, lo que refuerza la satisfacción del cliente y el cumplimiento de expectativas en cada etapa del proyecto.
- Trabajadores Independientes: Son una opción popular para proyectos pequeños y medianos. Según tres entrevistas realizadas a distintos trabajadores (Anexo N°1), se concluye que estos profesionales suelen operar de manera informal, lo cual les permite mantener costos reducidos y prescindir de gastos fijos elevados. Este modelo les posibilita ofrecer tarifas accesibles y flexibles, adaptándose a las necesidades económicas de sus clientes. Por lo general, los trabajadores independientes al no

contar con el respaldo de una marca o una amplia presencia en redes sociales dependen principalmente de las recomendaciones boca a boca y redes locales, lo que les permite mantener una base de clientes estables, gracias a la confianza, cercanía y trayectoria que generan en sus comunidades. Sin embargo, las entrevistas revelaron ciertas limitaciones en el servicio que pueden ofrecer, puesto que estos trabajadores carecen de conocimiento en áreas especializadas como electricidad o plomería, lo que obliga a sus clientes a contratar servicios adicionales para completar sus proyectos, resultando una experiencia menos eficiente para los clientes. En contraste, Steel Minds Ingeniería, se presenta como una opción integral, capaz de gestionar todas las etapas del proyecto, diferenciándose por la calidad y la comodidad que aporta a sus clientes.

- FERCO Ingeniería y Construcción: Con una trayectoria consolidada en el Valle del Aconcagua, FERCO es una empresa con una especialización similar a la de Steel Minds Ingeniería. La compañía ofrece servicios de construcción de viviendas, remodelaciones, ampliaciones y obras civiles. Su presencia activa en redes sociales desde 2019, con 3.018 seguidores en Instagram, le ha permitido fortalecer su visibilidad en el sector. Sin embargo, FERCO atiende a un mercado más amplio y diverso, lo cual abre una oportunidad para que Steel Minds Ingeniería se enfoque en un nicho, posicionándose como un referente en Rinconada para aquellos clientes que buscan una relación cercana y una gestión altamente personalizada. Este enfoque permite a Steel Minds captar clientes que valoren la proximidad, la atención al detalle, elementos que pueden ser menos accesibles en empresas con un alcance regional más amplio.
- Construcciones FAMS: Es una empresa del Valle del Aconcagua bien posicionada en el sector de la construcción, con una sólida presencia en redes sociales, especialmente en Facebook desde 2015, con 1.022 seguidores. Según su página ofrecen en sus servicios, calidad, prolijidad, rapidez y precios accesibles. Además, destacan por su estrategia de marketing digital, pues está enfocada en mostrar proyectos realizados y testimonios de clientes satisfechos constantemente, lo cual les brinda una ventaja significativa en términos de visibilidad y alcance. Dicha estrategia, para Steel Minds

representa un ejemplo de cómo una presencia consistente y activa en redes sociales puede contribuir al crecimiento y posicionamiento en el mercado, por lo que es importante adoptar tácticas similares, para poder aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes.

Es relevante señalar, que CVA Ingeniería y Servicios Integrales y los trabajadores independientes tienen una presencia local en Rinconada, mientras que, Construcciones FAMS y FERCO Ingeniería y Construcción, están posicionadas en San Felipe y Los Andes, ofreciendo sus servicios en diversas ciudades y comunas del Valle del Aconcagua, incluida Rinconada.

Para destacar en este entorno altamente competitivo, Steel Minds Ingeniería puede diferenciarse a través de una estrategia integral que le permita destacarse frente a sus competidores. En primer lugar, podría enfocarse en un nicho específico, especializándose en áreas de alta demanda, como proyectos personalizados o remodelaciones integrales en sectores de nivel socioeconómico más elevado, donde la competencia directa sea menor, lo que posicionaría a la empresa como un referente en este segmento. Además, es fundamental fortalecer su presencia digital mediante una estrategia activa en redes sociales que incluya la promoción de proyectos realizados, comentarios positivos de clientes y la comunicación del valor agregado que ofrece en términos de atención personalizada, cumplimiento de plazos, capacidad de adaptarse, experiencia y habilidades. Otro aspecto clave sería diferenciarse por la calidad y el servicio integral, destacando su capacidad para gestionar todas las etapas de los proyectos, proporcionando soluciones completas que eliminen la necesidad de contratar múltiples servicios, lo que representa un ahorro de tiempo y costos para los clientes. Asimismo, fomentar alianzas estratégicas permitiría a la empresa ofrecer servicios complementarios que añadan valor a su oferta. Por último, sería relevante implementar y/o mejorar las encuestas de satisfacción al final de cada proyecto, lo que ayudaría a identificar áreas de mejora y a mantener un enfoque centrado en el cliente.

5.1.2. Análisis PEST

5.1.2.1. Factores Políticos

En Chile, el sector de la construcción está regulado por normativas de seguridad laboral, estándares de calidad y exigencias legales, lo que plantea un marco político y normativo robusto. El cumplimiento de la Ley. 16.744, que establece responsabilidades en caso de accidentes laborales y enfermedades profesionales, es obligatorio, independiente de si la empresa está formalmente constituida o no. Esta ley exige proporcionar condiciones de seguridad adecuadas, como el uso de equipos de protección personal (EPP), la implementación de protocolos de emergencia y la capacitación continua en seguridad. Estos factores son fundamentales para Steel Minds Ingeniería, que actualmente no está formalmente constituida, pero se tiene previsto completar su formalización en enero de 2025 como parte de su plan de desarrollo.

Además, las regulaciones locales, gestionadas por la Dirección de Obras Municipales (DOM) en cada comuna, requieren la aprobación de permisos específicos para trabajos de construcción. Este proceso es clave para garantizar la legalidad de las obras, evitar sanciones o interrupción, y asegurar el cumplimiento de normativas, particularmente en zonas habitacionales. Dado el alcance reducido de Steel Minds Ingeniería, una relación cercana y colaborativa con la DOM podría facilitar la gestión de permisos y fortalecer la imagen de la empresa en la comunidad, tanto en su etapa de transición como tras completar su formalización.

Por otro lado, los incentivos gubernamentales al sector, como el Subsidio Habitacional, representa una oportunidad para Steel Minds Ingeniería. Este subsidio fomenta la construcción de viviendas sociales y otros proyectos de infraestructura, lo que podría abrir posibilidades para colaborar con iniciativas locales. Participar en este tipo de programas permitiría a la empresa diversificar sus ingresos y posicionarse como un actor relevante en proyectos de impacto social dentro de la comunidad, lo cual será aún más factible una vez que se formalice su constitución legal.

Sin embargo, la informalidad laboral en el sector de la construcción es una realidad que presenta desafíos significativos. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en el trimestre octubre-diciembre de 2021, la tasa de ocupación informal en Chile alcanzó el 28,3%, aumentando de 1,3 puntos porcentuales en 12 meses. Este incremento se debió, en parte, al crecimiento de la informalidad en sectores como el comercio (13,7%) y la construcción (21,4%). Esta tasa implica que muchos trabajadores y empresas operan al margen de las regulaciones, lo que puede resultar en condiciones laborales precarias y una competencia desleal para empresas formales. Aunque Steel Minds Ingeniería aún no está constituida formalmente, su compromiso con las normativas y el proceso de formalización la posiciona como una empresa responsable y enfocada en el cumplimiento de la ley.

Un aspecto crucial para Steel Minds Ingeniería es mantenerse informado y adaptarse a posibles cambios normativos futuros que puedan surgir en el sector de la construcción. La implementación de nuevas regulaciones ya sea en seguridad, sostenibilidad o formalización laboral, puede representar tanto un desafío como una oportunidad. Estar al tanto de estas modificaciones y planificar con anticipación permitiría a la empresa reducir riesgos asociados con el incumplimiento normativo y capitalizar ventajas competitivas al ser una de las primeras en cumplir con los nuevos estándares.

Para fortalecer su posicionamiento, Steel Minds Ingeniería podría centrarse en estrategias de bajo costo, pero de alto impacto, como la capacitación básica en temas legales y de seguridad, aprovechando recursos gratuitos o económicos disponibles en instituciones locales. Además, mantener una comunicación activa con la DOM y otros organismos reguladores garantizaría un cumplimiento normativo eficiente y ágil. Resaltar estos atributos en su comunicación con clientes, como la seguridad de sus servicios, ayudaría a diferenciarse y reforzar su propuesta de valor.

Finalmente, Steel Minds Ingeniería podría considerar colaborar con pequeñas asociaciones gremiales que promuevan la formalización laboral en el sector. Estas alianzas no sólo fortalecerán su reputación como empresa responsable, sino también les proporcionarán acceso a recursos compartidos y redes de apoyo que pueden ser clave para una empresa en crecimiento.

5.1.2.2. Factores Económicos

La situación económica en Chile afecta de manera directa la demanda de servicios de construcción, ya que la capacidad de inversión de los clientes está vinculada al crecimiento económico y a la estabilidad financiera. Según el Banco Central la actividad económica en el segundo trimestre de 2024 presentó un crecimiento anual de 1,6%. Sin embargo, las actividades relacionadas a la construcción continúan rezagadas con un retroceso de 1,1% anual, lo que podría limitar la disponibilidad de proyectos a corto plazo y generar un entorno más competitivo.

Otro factor económico que influye directamente es el aumento en los precios de materiales e insumos de construcción, lo que podría reducir los márgenes de ganancias, y obligar a las empresas a ajustar sus presupuestos de manera continua, encareciendo los proyectos y generando una mayor presión competitiva, particularmente en aquellas empresas que cuentan con una gestión de costos más eficientes. Esta situación representa un desafío para Steel Minds Ingeniería, que debe equilibrar la necesidad de ofrecer precios competitivos con la sostenibilidad de sus márgenes de utilidad.

Para contrarrestar este riesgo asociado a la volatilidad económica, Steel Minds Ingeniería podría implementar estrategias específicas que fortalezcan su posición en el mercado. Una opción sería establecer acuerdos con proveedores para fijar precios durante ciertos periodos, lo que brindaría mayor estabilidad y previsibilidad en los costos de los proyectos. Además, podría incluir cláusulas de ajuste en los presupuestos y así proteger a la empresa de fluctuaciones imprevistas, garantizando una mayor transparencia con los clientes y minimizando riesgos financieros.

Por último, una gestión de costos eficiente y un enfoque en la optimización de procesos internos podría permitir a la empresa ofrecer precios competitivos sin comprometer la calidad de sus servicios, fortaleciendo su posición en un entorno económico complejo.

5.1.2.3. Factores Sociales

Un factor social importante es la urbanización creciente en Chile, y más específicamente en zonas como Rinconada. Donde según la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (BCN), la población de Rinconada ha tenido un crecimiento significativo del 16,1% entre 2017 y 2023. Este aumento de la población impulsa la demanda de servicios de construcción, debido a que las personas necesitan viviendas nuevas, ampliaciones o remodelaciones para adaptarse a sus necesidades. Siendo para Steel Minds, una oportunidad de posicionarse como una solución integral, reforzando su presencia local y reputación.

Otro aspecto relevante son los cambios demográficos en Chile, donde la tasa de envejecimiento del país está aumentando y, según el INE, se proyecta que para 2050, el 32% de la población será adulto mayor, generando una creciente necesidad de adaptar las viviendas con soluciones de accesibilidad y seguridad. Steel Minds podría desarrollar servicios adaptados a este segmento, incluyendo rampas, baños accesibles y mejoras en la seguridad del hogar. Este enfoque atendería un segmento específico y reforzaría la imagen de la empresa como una organización que se adapta a las necesidades de sus clientes.

Asimismo, el sector de la construcción en Chile enfrenta desafíos como la disponibilidad de mano de obra calificada. Esta situación representa una oportunidad para Steel Minds Ingeniería de destacarse mediante la formación y retención de un equipo capacitado, lo que garantizaría servicios de calidad y fortalecería la competitividad de la empresa. Además, promover un ambiente laboral seguro puede posicionar a la empresa como un empleador preferido, asegurando un acceso constante a talento técnico calificado.

Por último, la tendencia hacia una mayor conciencia sobre la sostenibilidad está marcando el comportamiento de los consumidores. Cada vez más personas buscan soluciones de construcción más ecológicas y respetuosas con el medio ambiente. Steel Minds Ingeniería podría implementar prácticas de construcción sostenible, como el uso de materiales reciclados, sistemas de eficiencia energética o procesos que reduzcan la huella ambiental. Estas iniciativas fortalecerían su propuesta de valor y mejoraría su percepción de la empresa en el mercado como una opción innovadora y comprometida con el medio ambiente.

5.1.2.4. Factores Tecnológicos

La tecnología en la industria de la construcción está en constante evolución, impulsando avances que van desde el uso de nuevos materiales hasta la adopción de herramientas digitales para la planificación y ejecución de proyectos. Las empresas del sector tienen la oportunidad de optimizar sus operaciones mediante la implementación de software y herramientas de gestión de proyectos, que mejoran la precisión en la ejecución y reducen errores en las etapas iniciales. Para Steel Minds Ingeniería, la integración de estas herramientas tecnológicas, podría significar una ventaja competitiva al permitirle optimizar los tiempos de trabajo, mejorar el cumplimiento de plazos y facilitar una planificación más eficiente de los recursos, asegurando la satisfacción de los clientes y el éxito de los proyectos.

Además, la transición hacia una mayor presencia digital es fundamental en el contexto actual. A medida que más personas buscan servicios a través de internet, contar con una estrategia de marketing digital con presencia en redes sociales, puede ayudar a captar nuevos clientes y expandir la visibilidad de la empresa. Steel Minds Ingeniería podría desarrollar su presencia en redes sociales, lo que ayudaría a fortalecer su marca y facilitaría la comunicación con los clientes.

Para maximizar el impacto de su presencia digital, la empresa podría utilizar herramientas de análisis de datos y publicidad pagada en plataformas como Instagram y Facebook. Estas estrategias permitirían a Steel Minds Ingeniería identificar las preferencias y necesidades de sus clientes, optimizando su alcance y generando contenido relevante. Adicionalmente, la incorporación de comentarios y testimonios podría mejorar la confianza en la empresa y aumentar su credibilidad en el mercado digital.

Finalmente, la tecnología también ofrece oportunidades para mejorar la experiencia del cliente mediante herramientas como reportes automatizados o sistemas de seguimiento de proyectos en tiempo real. Estas innovaciones agregarían valor al servicio ofrecido y posicionarían a Steel Minds Ingeniería como una empresa moderna y orientada a la satisfacción del cliente.

5.2. Análisis Interno

5.2.1. Análisis Cadena de Valor

5.2.1.1 Actividades Primarias

5.2.1.1.1 Logística de entrada

Steel Minds Ingeniería cuenta con un gran inventario de herramientas y equipos necesarios para la prestación de sus servicios, los cuales, aunque no están formalmente registrados a nombre de la empresa, se encuentran plenamente disponibles para su uso en los proyectos. Este inventario que incluye, herramientas livianas, pesada, maquinaria, bombas y soldadoras, permite a la empresa realizar los trabajos sin depender de terceros, optimizando así la disponibilidad y rapidez en la ejecución. Además, la empresa abastece sus insumos desde proveedores reconocidos como Sodimac, Easy y Placacentro, prefiriendo realizar las compras de manera presencial para asegurarse de la calidad y disponibilidad inmediata.

A pesar de no contar con sistema formal de gestión de inventarios, cuentan con un control básico y manual sobre las herramientas y materiales más utilizados. Una mejora en este proceso podría ser la implementación de un sistema sencillo de gestión de inventarios, como hojas de cálculo optimizadas o software asequible, para monitorear con mayor precisión los niveles de existencias, prever necesidades futuras y evitar compras innecesarias.

Asimismo, establecer relaciones más sólidas con proveedores podría optimizar la continuidad operativa en proyectos de mayor escala o bajo condiciones de mercado cambiantes.

5.2.1.1.2. Operaciones

Las operaciones de Steel Minds Ingeniería se centran en la ejecución de proyectos de construcción, ampliación y remodelación, actividades que son el núcleo del negocio y donde se crea el mayor valor para los clientes. Estas incluyen la planificación, coordinación, supervisión y ejecución, asegurando que cada etapa cumpla con los estándares de calidad.

Por otro lado, la eficiencia operativa es crítica para cumplir con los plazos establecidos y garantizar la calidad de los servicios. Por ello, el emprendimiento tiene su enfoque claro en la calidad y seguridad, garantizando que todos los trabajos cumplan con los estándares requeridos, lo cual mejora la satisfacción del cliente y fortalece la reputación. La comunicación efectiva con los clientes también es esencial en las operaciones, proporcionando actualizaciones claras sobre el progreso de las obras y fortaleciendo la confianza en la empresa. Esto fomenta relaciones a largo plazo y recomendaciones.

Una ventaja clave es el uso de su propio inventario de herramientas y equipos, lo que facilita la continuidad de las operaciones y asegura una rápida respuesta ante imprevistos. Sin embargo, implementar herramientas digitales de monitoreo y seguimiento podría optimizar la coordinación y mejorar el uso de recursos, aumentando la productividad.

5.2.1.1.3. Logística de Salida

La logística de salida en Steel Minds Ingeniería abarca la entrega eficiente y de alta calidad de los proyectos finalizados a los clientes, asegurando que cumplan con las especificaciones acordadas, la calidad y los plazos establecidos. Este proceso incluye una comunicación constante con el cliente, lo que garantiza claridad, confianza y satisfacción, además de fomentar recomendaciones y contratos futuros.

Un aspecto clave de la logística de salida es la implementación de encuestas de satisfacción al finalizar cada proyecto, las cuales han sido recientemente mejoradas para obtener datos más relevantes sobre la experiencia del cliente. Estas encuestas, detalladas en el Anexo N°2, permiten recopilar comentarios y sugerencias que son utilizados para identificar áreas de mejora y perfeccionar los servicios, reforzando la relación con los clientes y consolidando su reputación.

Como recomendación, Steel Minds Ingeniería podría implementar herramientas digitales que simplifiquen la recopilación de comentarios y optimicen la interacción post entrega, haciendo más ágil y eficiente este proceso. Además, ofrecer servicios adicionales,

como visitas de seguimiento o asesorías, podría fortalecer aún más la percepción de compromiso y calidad, posicionando a la empresa como una opción confiable.

5.2.1.1.4. Marketing y Ventas

La visibilidad y captación de clientes son aspectos críticos para Steel Minds Ingeniería. Actualmente, la empresa depende en gran medida de las recomendaciones boca a boca, una estrategia que es efectiva, pero limita el crecimiento del negocio. Además, en el último tiempo ha comenzado a utilizar plataformas digitales como Instagram y Facebook para ampliar su alcance, en donde se publican los trabajos realizados, demostrando la realidad y calidad de sus proyectos. Si bien estas acciones son un avance positivo, la estrategia digital aún es incipiente y no está consolidada.

La falta de un enfoque de marketing sistemático y eficiente es una debilidad que limita la capacidad de Steel Minds Ingeniería para atraer clientes nuevos y diferenciarse de sus competidores. Una estrategia bien estructurada podría incluir campañas digitales orientadas a segmentos específicos, aprovechando herramientas como publicidad pagada, optimización de contenidos para buscadores y la publicación de casos de éxito y comentarios de clientes satisfechos que refuercen su credibilidad, lo que lograría ampliar su visibilidad y aumentar su capacidad de captación de clientes de alto valor. Asimismo, la empresa podría explorar estrategias tradicionales complementarias, para ayudar a fortalecer su presencia en la comunidad y captar clientes que valoran el trato cercano y la calidad personalizada.

5.2.1.1.5. Servicio

Previo a inicio de un proyecto, Steel Minds Ingeniería ofrece un servicio de atención al cliente que permite a los usuarios realizar consultas sobre los servicios, planificación, métodos de pago, plazos de entrega y otros detalles relevantes. Este primer contacto es fundamental para establecer expectativas claras, generar confianza y asegurar una comunicación fluida desde el inicio.

Una vez completado el proyecto, desde el 1 de septiembre de 2024, la empresa implementó una encuesta de satisfacción para medir cómo los clientes percibían el servicio

recibido. No obstante, con el objetivo de obtener retroalimentación más específica y útil, dicha encuesta fue mejorada y desde el 1 de noviembre de 2024 se empezó a implementar, la cual incluye aspectos claves del servicio. La nueva versión se presenta en el Anexo N°2.

Por último, Steel Minds Ingeniería se asegura de atender cualquier corrección que sea necesaria en el lugar del proyecto una vez finalizado. Este compromiso con el cliente asegura su satisfacción, y refuerza la reputación de la empresa como un proveedor confiable y orientado al detalle. Esta práctica fomenta relaciones a largo plazo y genera oportunidades para recibir recomendaciones y futuros proyectos.

5.2.1.2. Actividades de Soporte

5.2.1.2.1. Infraestructura de la Empresa

La infraestructura de Steel Minds Ingeniería abarca todos los sistemas, procesos y recursos que sustentan la operación eficiente del negocio. Rodrigo, el líder y gestor de la empresa, es el encargado de realizar toda la gestión integral de la empresa, es decir, la gestión administrativa, financiera, control de inventarios, disponibilidad, presupuesto y supervisión en general. Estas actividades se llevan a cabo principalmente mediante el uso de Excel. Si bien el uso de Excel ha sido efectivo para gestionar las operaciones actuales, implementar herramientas más avanzadas o personalizadas podría optimizar los procesos administrativos y de seguimiento, reduciendo tiempos y errores.

Además de los sistemas, la infraestructura de Steel Minds Ingeniería incluye un inventario de herramientas y equipos, lo que permite operar de forma independiente. Sin embargo, implementar un sistema formal de gestión de inventarios podría aumentar la productividad y reducir interrupciones.

El enfoque en la mejora continua y la disposición para adaptarse a nuevas tecnologías refuerza la capacidad de Steel Minds Ingeniería para enfrentar desafíos futuros y consolidar su posición en el mercado. Para lograrlo, sería recomendable establecer procesos de documentación más estructurados, como manuales de procedimiento internos, que sirvan como base para capacitar a futuros colaboradores y mantener la calidad de las operaciones.

5.2.1.2.2. Gestión de Recursos Humanos

Actualmente, Steel Minds Ingeniería se constituye con un equipo reducido, compuesto por Rodrigo, el creador de la empresa y su padre. Rodrigo, es técnico en mantenimiento industrial y está en proceso de obtener su título de ingeniería. Y su padre, es un soldador especializado y constructor con años de experiencia en el campo. Juntos crean experiencias complementarias combinando conocimiento técnico y habilidades prácticas. La combinación de sus habilidades permite a la empresa operar con altos estándares de calidad, adaptarse de manera ágil a las necesidades de los clientes y asegurar el cumplimiento de objetivos en cada proyecto.

Debido a la estructura actual, la empresa no cuenta con una gestión formal de recursos humano ni procesos definidos para la contratación o desarrollo personal. Sin embargo, el equipo mantiene un enfoque en la optimización de las operaciones, asignando roles específicos y trabajando de manera coordinada para maximizar su eficiencia. En la actualidad, no se está buscando nuevos colaboradores, ya que el volumen de trabajo actual puede ser manejado con el equipo existente.

En caso de que la demanda de trabajo supere la capacidad del equipo, Steel Minds Ingeniería está preparada para contratar personal adicional. Para ello, podría ser recomendable establecer previamente criterios de selección, que garanticen la incorporación de talento cualificado y alineado con los valores de la empresa, manteniendo así su compromiso con la calidad y cumplimiento de plazos.

5.2.1.2.3. Desarrollo de Tecnología

En cuanto al desarrollo de tecnología, Steel Minds Ingeniería actualmente no utiliza herramientas digitales avanzadas, lo que limita la automatización y eficiencia de sus procesos. No obstante, la empresa reconoce la importancia de la transformación digital y tiene la intención de incorporar soluciones tecnológicas en el futuro que puedan optimizar la planificación, ejecución y seguimiento de los recursos. Estas herramientas tales como software de gestión, sistemas de control y aplicaciones para la comunicación con los clientes, podrían agilizar los tiempos de respuesta, mejorar la precisión operativa y aumentar la

satisfacción del cliente mediante un servicio más eficiente y personalizado. Además, la integración de tecnología brindaría una ventaja competitiva diferenciado a Steel Minds Ingeniería del mercado local, reconociéndola como una empresa moderna y adaptable.

Para una implementación efectiva, la empresa podría comenzar con herramientas accesibles y escalables que no requieran una alta inversión inicial, pero impacten positivamente en la operación. Complementar este desarrollo con capacitación al personal garantizaría el uso adecuado de las herramientas, fortaleciendo los procesos y preparando a la empresa para enfrentar las demandas del mercado.

5.2.1.2.4. Abastecimiento

El abastecimiento en Steel Minds Ingeniería no es muy necesario más que para los insumos pequeños, ya que la responsabilidad de adquirir los materiales principales recae en los clientes. Este modelo reduce la necesidad y frecuencia de compras por parte de la empresa, lo que a su vez disminuye los costos operativos y permite concentrarse plenamente en la ejecución de sus servicios. La compra de los insumos necesarios se realiza en tiendas reconocidas como Sodimac, Easy y Placacentro, proveedores que aseguran calidad, disponibilidad inmediata y confiabilidad en sus productos.

A pesar de la baja dependencia del abastecimiento, la empresa podría establecer relaciones más cercanas con estos proveedores, lo que se traduciría en beneficios como descuentos o mejores condiciones de pago. Además, un registro de los insumos más utilizados permitiría prever compras futuras y evitar retrasos en procesos por falta de materiales menores.

En un escenario de crecimiento, Steel Minds Ingeniería podría considerar diversificar su red de abastecimiento, incluyendo proveedores locales o alternativos para garantizar la continuidad operativa y fortalecería la capacidad de la empresa para adaptarse a las necesidades de sus clientes y mejoraría aún más su eficiencia operativa.

5.3. Investigación de Clientes Actuales.

5.3.1. Objetivo de la investigación

El objetivo principal de esta investigación es obtener información relevante de los clientes actuales de Steel Minds Ingeniería para identificar el segmento de mercado, analizar los factores que influyen en su elección de la marca, evaluar su percepción y detectar oportunidades de mejora en los servicios ofrecidos. Estos datos permitirán definir una propuesta de valor clara y diseñar una estrategia de difusión efectiva para atraer nuevos clientes, fidelizar a los existentes y aumentar la presencia de la empresa en Rinconada.

5.3.2. Diseño de la muestra

La población de interés para la investigación está compuesta por los clientes actuales de Steel Minds Ingeniería, un total de 8 personas que han contratado servicios de construcción, remodelación o ampliación de viviendas y locales comerciales. Debido a la accesibilidad de la base y el tamaño reducido de participantes, se ha optado por entrevistar a cada uno de ellos mediante teléfono o presencial, para asegurar que la mayoría de las expectativas y opiniones queden representadas en el análisis.

5.3.3. Diseño de la entrevista

La entrevista está dividida en cuatro áreas relevantes con preguntas cerradas y abiertas, para obtener una comprensión integral de las percepciones, experiencias y expectativas de los clientes actuales. A continuación, se describen las áreas y sus preguntas claves:

1. Perfil del Cliente: Esta sección tiene como objetivo identificar las características y la experiencia que tiene el cliente con Steel Minds Ingeniería. Incluye preguntas tales como:
 - a. ¿Cuál es su edad?
 - b. ¿Cuál es su ocupación o actividad principal?

- c. ¿De qué comuna proviene?
 - d. ¿Es propietario o arrendatario de su vivienda o local comercial?
 - e. ¿Qué tipo de proyecto ha realizado con la empresa?
 - f. ¿Con qué frecuencia utiliza servicios de construcción?
 - g. ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de Steel Minds Ingeniería?
2. Factores de elección: En esta sección se profundiza en los motivos que llevaron al cliente a elegir a Steel Minds Ingeniería y los aspectos que valora más en su servicio. Incluye preguntas tales como:
- a. ¿Qué factores influyeron en su decisión de elección de la marca?
 - b. ¿Qué aspectos valora más en los servicios de Steel Minds Ingeniería?
 - c. ¿Cómo encontró a la empresa?
 - d. ¿Antes de contratar a Steel Minds, qué aspectos investiga sobre una empresa?
 - e. ¿Consideró otras opciones antes de elegirnos? ¿Cuáles?
3. Opiniones sobre el servicio: En esta sección se evalúa la satisfacción del cliente junto con el servicio recibido y se identifican áreas de mejora. Incluye preguntas tales como:
- a. Es una escala del 1 al 10, ¿cómo calificaría la calidad del servicio recibido?
 - b. ¿Qué mejoras le gustaría que implementarán?
 - c. ¿Recomendaría los servicios de Steel Minds a otras personas?
 - d. ¿Qué tan importante es para usted trabajar con una empresa local?
4. Expectativas y necesidades futuras: Esta sección se centra en explorar las necesidades futuras y su disposición a interactuar con actividades promocionales de Steel Minds Ingeniería. Incluye preguntas tales como:
- a. ¿Qué medio recomendaría para dar a conocer a Steel Minds Ingeniería?
 - b. ¿Considera que la visibilidad de la empresa en redes sociales es suficiente?
 - c. ¿Qué otros servicios le gustaría que ofrezcan en el futuro?
 - d. ¿Le interesaría recibir información sobre los servicios o promociones?

5.3.4. Análisis de los resultados de la entrevista.

Las entrevistas realizadas a los clientes de Steel Minds Ingeniería han proporcionado información clave para comprender sus características, preferencias, necesidades y áreas de mejora, las cuales se encuentran detalladas en el anexo N°3. En cuanto al perfil del cliente, se observa que tienen edades entre los 36 y 58 años, siendo principalmente empleados, seguidos por trabajadores independientes y empresarios, lo que refleja un segmento laboralmente activo con capacidad para invertir en servicios de construcción. En términos de ubicación, la mayoría residen en Rinconada, aunque también hay un cliente proveniente de Los Andes, cuyo proyecto fue de un local comercial realizado en Rinconada. En términos de propiedad, la mayoría de los clientes son propietarios de vivienda, seguidos por arrendatarios de vivienda y locales comerciales, así como propietarios de estos últimos. Los proyectos predominantes se centran en remodelaciones y ampliación de viviendas, con una frecuencia variable según necesidades específicas de cada cliente.

Con relación a los factores que influyen en la elección de Steel Minds Ingeniería, existe una alta valoración de la calidad del servicio como principal motivo, seguido por el tiempo de entrega y la atención personalizada. Además, las recomendaciones personales juegan un rol fundamental, ya que la mayoría de los clientes llegaron a la empresa a través del boca a boca, lo que resalta la importancia de construir relaciones sólidas con los clientes y mantener un alto estándar de calidad en cada proyecto. Aunque las redes sociales también tienen un impacto, este actualmente es relativamente menor en comparación con las recomendaciones directas. En términos de competencia, los trabajadores independientes fueron mencionados como la principal alternativa, lo cual destaca la necesidad de que Steel Minds Ingeniería refuerce su propuesta de valor, destacando su formalidad, calidad, cumplimiento de plazos, servicio integral y atención personalizada como ventajas competitivas.

Respecto a las opiniones sobre los servicios, se encuentra una calificación promedio de 9.625 sobre 10, lo que refleja una alta satisfacción general. Todos los clientes recomendarían a Steel Minds Ingeniería, lo que demuestra una experiencia positiva y

confianza en la empresa. Sin embargo, los clientes han señalado oportunidades de mejora como el uso de canales tradicionales, crear un lugar físico, mejoras en publicidad y la comunicación, y una mayor presencia y refuerzo en redes sociales, mediante la publicación de testimonios de clientes satisfechos y contenido educativo que genere valor agregado. También se identificó que la proximidad de la empresa son aspectos claves que fortalecen la conexión con los clientes locales.

Acerca de las expectativas y necesidades futuras, los clientes consideran que la visibilidad de la empresa no es suficiente para alcanzar su máximo potencial en el mercado. Se destacó que las redes sociales son percibidas como el medio más efectivo para la difusión, aunque también se sugirió el uso de métodos tradicionales como la distribución de volantes para llegar a diferentes segmentos de mercado. Además, todos los encuestados expresaron interés en recibir información sobre el emprendimiento, lo que indica la necesidad de implementar estrategias de comunicación más activas, personalizadas y consistentes. Entre los servicios futuros adicionales propuestos por los clientes se destacan asesorías técnicas, diseño de interiores, mantenimiento general y soluciones de eficiencia energética, lo que refleja un interés en soluciones más integrales que complementen las necesidades actuales de los clientes.

En conclusión, Steel Minds Ingeniería destaca por contar con una base de clientes altamente satisfecha y leal, respaldada por el reconocimiento de la calidad de sus servicios, destacándose por su profesionalidad, buenas terminaciones, cumplimiento de plazos y estándares técnicos. No obstante, es fundamental incrementar su presencia y visibilidad en el mercado local mediante estrategia de marketing digital y tradicional. Al optimizar la comunicación con los clientes y aprovechar las recomendaciones de los actuales, Steel Minds Ingeniería podrá consolidar su posición en el mercado, captar nuevos proyectos y alcanzar un crecimiento sostenido en Rinconada.

5.4. Análisis FODA

A partir del análisis realizado anteriormente, se procede a desarrollar un análisis FODA con el objetivo de consolidar y sintetizar la información obtenida. (Ver tabla N°3)

Tabla 3: Análisis FODA de Steel Minds Ingeniería.

Fortaleza	Oportunidades
- Compromiso con un servicio integral garantizando altos estándares de calidad y seguridad. - Propio inventario de herramientas y equipos. Junto con un bajo costo operativo. - Enfoque en la satisfacción del cliente, junto con la implementación de encuestas de satisfacción. - Capacidad de adaptarse a diferentes tipos de proyectos y necesidades de los clientes. - Equipo capacitado, con años de experiencia y con habilidades complementarias. - Comunicación cercana, flexible y personalizada con los clientes. - Cumplimiento de plazos según los clientes actuales. - Percepción positiva de ser una empresa confiable, y con seriedad.	- Expansión en redes sociales con contenido regular, educativo y atractivo. - Realizar estrategias de fidelización, como descuentos o beneficios exclusivos. - Posibilidad de expansión a comunas aledañas, ampliando el mercado objetivo. - Aumento del interés por la sostenibilidad. - Diversificación de servicios, como asesorías técnicas, diseños de interiores y eficiencia energética. - Alianzas estratégicas con otros profesionales. - Crecimiento de la población en Rinconada y del mercado de construcción, remodelación y adaptación de viviendas. - Adopción de nuevas herramientas digitales y software de gestión de proyectos. - Incluir promoción a través de canales tradicionales.
Debilidades	Amenazas
- Falta de visibilidad de la marca y una estrategia de marketing y difusión eficiente. - Dependencia del boca a boca, limitando la velocidad de crecimiento. - Capacidad limitada de recursos humanos, lo que restringe la posibilidad de asumir proyectos de mayor envergadura. - Falta de herramientas tecnológicas avanzadas, para planificación, seguimiento y gestión. - Dependencia de los clientes para la adquisición de materiales. - Falta de infraestructura propia. - Falta de formalización para participar en licitaciones públicas. - Alcance geográfico restringido.	- Alta competencia en el sector de la construcción en Rinconada, tales como competencia informal y empresas familiares. - Fluctuaciones económicas como el aumento de costos de materiales. - Posibles cambios regulatorios en normativas o en leyes. - Alto poder de negociación por parte de los clientes. - Posibilidad de pérdida de proyectos debido a la falta de una estrategia de marketing. - La competencia informal ofrecen precios más bajos debido a menores costos. - Preferencias por proveedores más grandes y por empresas ecológicas.

Fuente: Elaboración propia.

6. Decisiones de Marketing

6.1. Definición del Marco Estratégico

A continuación, se define el marco estratégico de Steel Minds Ingeniería, el cual incluye la misión, visión, valores y objetivos de la empresa. Estos elementos han sido elaborados en base al análisis realizado previamente con el propósito de orientar una guía clara y consistente para las acciones y decisiones de la organización. El objetivo es alinear todos los esfuerzos hacia el cumplimiento de sus metas, fortaleciendo la identidad de la empresa y asegurando un enfoque unificado en la creación de valor para sus clientes en el logro sostenibles de sus objetivos a largo plazo.

6.1.1. Misión

“En Steel Minds Ingeniería nos especializamos en ofrecer servicios de construcción, ampliación y remodelación con un enfoque en la calidad, la puntualidad, la eficiencia y la atención personalizada, garantizando soluciones adaptadas a las necesidades de cada uno de nuestros clientes. Nos esforzamos por ser un aliado confiable, ofreciendo un servicio integral que promueva la satisfacción y la confianza de quienes nos eligen. Buscamos construir relaciones duraderas con nuestros clientes, basadas en la excelencia y el compromiso con cada proyecto, mientras fortalecemos nuestra presencia en la comunicad local.”

6.1.2. Visión

“Ser reconocidos como la empresa líder en construcción, ampliación y remodelación, destacándonos por la calidad, eficiencia, adaptabilidad y confiabilidad de nuestros servicios. Aspiramos a ser la primera opción de nuestros clientes, destacándonos por el cumplimiento riguroso de los plazos, enfoque en la satisfacción del cliente y compromiso con la innovación continua, consolidando así nuestra presencia y reputación como una empresa que transforma proyectos en realidades.”

6.1.3. Valores

Steel Minds Ingeniería cuenta con los siguientes valores:

- Orientación al cliente: Consideramos fundamental enfocarnos en comprender profundamente las necesidades de nuestros clientes, adaptándonos con flexibilidad a sus requerimientos para asegurar su máxima satisfacción.
- Compromiso: Asumimos cada proyecto con responsabilidad y dedicación, cumpliendo con los plazos y estándares acordados para lograr la satisfacción total de nuestros clientes.
- Calidad y excelencia: Nos esforzamos por entregar un trabajo de alta calidad en cada proyecto, cuidando cada detalle para superar las expectativas de nuestros clientes.
- Innovación: Potenciamos el desarrollo de nuevas técnicas promoviendo la mejora continua para alcanzar la máxima calidad.
- Integridad y transparencia: Fomentamos una comunicación abierta y honesta con nuestros clientes, brindando claridad en cada etapa del proyecto para generar confianza y credibilidad.

6.1.4. Objetivos estratégicos

A continuación, se presentan los objetivos estratégicos de Steel Minds Ingeniería, utilizando la metodología SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y Temporales) para garantizar claridad y factibilidad en un periodo definido, estos son:

- Incrementar la presencia en redes sociales, considerando que en septiembre 2024 tienen 249 seguidores.
 - Específico: Aumentar la cantidad de seguidores en la cuenta de Instagram de Steel Minds Ingeniería.
 - Medible: Lograr un crecimiento del 50% en el número de seguidores actuales los próximos 9 meses.

- Alcanzable: Implementar una campaña de difusión de proyectos completados y testimonios de clientes satisfechos para generar mayor interacción y atracción.
- Relevante: Aumentar la visibilidad en redes sociales lo que permitirá captar nuevos clientes y expandir el alcance de la empresa, consolidando su presencia en el mercado local.
- Temporal: Evaluar el crecimiento trimestralmente durante el próximo año, con ajustes en la estrategia según los resultados obtenidos.
- Mejorar la satisfacción del cliente con encuestas (Anexo N°2)
 - Específico: Elevar el nivel de satisfacción del cliente en cada proyecto de construcción, ampliación y remodelación.
 - Medible: Alcanzar una calificación de 4.5 o más, sobre 5 en las encuestas de satisfacción en un periodo de 6 meses.
 - Alcanzable: Implementar un sistema de seguimiento post-servicio que considere y analice las encuestas de satisfacción, para identificar áreas de mejora y aplicar acciones correctivas.
 - Relevante: La satisfacción del cliente es fundamental para generar recomendaciones y garantizar la fidelidad.
 - Temporal: Monitorear mensualmente la satisfacción del cliente durante los próximos 6 meses.
- Crecimiento de la cartera de clientes, considerando una base actual de 8 clientes.
 - Específico: Incrementar la cartera de clientes de Steel Minds Ingeniería.
 - Medible: Lograr la captación de 20 nuevos clientes en un plazo de 2 años.
 - Alcanzable: Implementar una estrategia de marketing que combine el uso de redes sociales y medios tradicionales.
 - Relevantes: El crecimiento de la cartera de clientes es fundamental para aumentar la facturación y consolidar la presencia de la empresa en el mercado local.
 - Temporal: Evaluar el crecimiento cada 6 meses para ajustar la estrategia y alcanzar el objetivo al finalizar el segundo año.

- Expansión a áreas circundantes a Rinconada
 - Específico: Expandir los servicios de Steel Minds Ingeniería a las comunas y ciudades cercanas a Rinconada.
 - Medibles: Captar al menos 10 nuevos proyectos en estas áreas al finalizar el año 2027.
 - Alcanzables: Ampliar la cobertura geográfica permitirá captar nuevos clientes y fortalecer la presencia de la empresa en la región.
 - Temporal: Lograr la expansión y captar los nuevos proyectos al finalizar el cuarto año, con evaluaciones anuales del progreso y ajustes en la estrategia según sea necesario.

6.2. Modelo de Negocios Canvas.

Con el fin de comprender de manera integral el funcionamiento de Steel Minds, se ha elaborado el modelo de negocios Canvas. Este modelo permite visualizar los aspectos clave que intervienen en la operación de la empresa. En la figura N°5 se puede apreciar un resumen de dicho modelo, el cual será explicado en detalle en las siguientes secciones.

Figura 5: Modelo de negocio Canvas de Steel Minds Ingeniería.

Socios Clave 	Actividades clave 	Propuesta de valor 	Relación con clientes 	Segmentos de cliente 
- Recomendaciones de clientes satisfechos. - Redes Sociales. - Compañías de teléfono. - Plataformas de mensajería. - Proveedores de herramientas.	- Difusión: Promoción por redes sociales. - Operación y ventas: Evaluación con visitas. - Gestión: Inventario e insumos. - Encuesta de satisfacción	- Soluciones integrales y personalizadas. - Atención cercana. - Cumplimiento de plazos. - Inventario propio de herramientas. - Creación de espacios funcionales. - Experiencia confiable y resultados excepcionales.	- Consultas a distancia. - Evaluación presencial. - Durante la ejecución comunicación mixta. - Encuesta de satisfacción remota.	- Personas de 30 a 60 años de nivel socioeconómico medio-alto, profesionales o empresarios. Residen o tienen sus negocios en Rinconada y valoran la funcionalidad, diseño y calidad. Buscan trato cercano, personalización, compromiso, cumplimiento de plazos y profesionalismo.
Recursos clave  - Capital humano - Inventario propio. - Domicilio (almacenar). - Vehículo de transporte. - Canal de comunicación.		Canales  - Boca a boca. - Redes sociales: Instagram y Facebook. - Comunicación vía WhatsApp, email y llamadas telefónicas.		
Estructura de costos  - Transporte (8%). - Remuneraciones (\$1.000.000 Rodrigo y \$1.120.000 Padre). - Insumos y EPP (1%).		Fuentes de Ingresos  - Directamente de la prestación de servicios con ingresos según tamaño, complejidad, terreno, materiales y recursos.		

Fuente: Elaboración propia.

6.2.1. Segmento de clientes (Mercado Objetivo)

Gracias a la segmentación, Steel Minds Ingeniería puede definir su segmento objetivo de clientes y desarrollar una estrategia alineada con sus necesidades y expectativas. Para identificar estos potenciales consumidores con características similares, se establece la siguiente clasificación:

- Segmentación Demográfica: Persona adulta que tiene entre 30 a 60 años, abarcando tanto a familias en etapa de consolidación profesional y personal como a empresarios pequeños que buscan agregar valor a sus viviendas o locales comerciales mediante proyectos de construcción, ampliación o remodelación. Este cliente se encuentra en un nivel socioeconómico medio a alto, con la capacidad de inversión necesaria para realizar mejoras significativas en sus propiedades. Además, suelen tener un nivel educativo medio o alto, lo cual les permite valorar la profesionalidad técnica y la calidad del servicio. En cuanto a su ocupación, suele ser un profesional independiente, propietario de una pequeña empresa, comerciante, y ejecutivos, con una estabilidad laboral que les permite planificar proyectos de mediano o largo plazo.
- Segmentación Geográfica: Personas que residen o tienen sus negocios en Rinconada, V Región de Valparaíso.
- Segmentación Psicográfica: Clientes que valoran la funcionalidad y el diseño en sus espacios, ya sea en su vivienda o negocio, visualizando cada proyecto como una inversión a largo plazo. Este segmento aprecia soluciones que combinen estética, calidad, funcionalidad y sostenibilidad, alineadas con tendencias modernas. Además, priorizan la personalización y los detalles, buscando proyectos adaptados a sus gustos y necesidades particulares. Estos clientes valoran la transparencia, el compromiso y el profesionalismo, exigiendo claridad en el presupuesto, cumplimiento de plazos y un alto estándar en todas las fases del proyecto. También son proclives a investigar referencias y experiencias previas antes de contratar servicios, dando prioridad a empresas que proyecten trato cercano y directo, confianza y profesionalismo.
- Segmentación Conductual: Cliente que suele buscar servicios de construcción, ampliación o remodelación impulsado por las necesidades de mejorar la

funcionalidad y el valor de sus propiedades, ya sean en contextos residenciales o comerciales. En el ámbito residencial, este cliente tiene un interés en crear espacios que se adapten a sus necesidades estéticas y estilo de vida, mientras que, en el ámbito comercial, el objetivo es optimizar sus instalaciones para atraer más clientes o mejorar la eficiencia operativa de sus negocios, priorizando rapidez y eficiencia en los tiempos de entrega. Este perfil de cliente valora la rapidez y eficiencia en los tiempos de entrega, la comunicación clara y constante sobre el avance del proyecto y la flexibilidad ante ajustes necesarios. Además, suelen buscar referencias y opiniones en redes sociales o entre conocidos antes de decidirse por una empresa, lo que resalta la importancia de mantener una imagen digital sólida y confiable. La satisfacción final con el resultado es un factor clave para su lealtad y para que recomienden los servicios a otros.

Dada la segmentación anterior, el mercado objetivo de Steel Minds Ingeniería se compone por dos perfiles de clientes, los cuales se caracterizan a continuación:

- Sergio, de 42 años, es un ingeniero civil que reside en Rinconada, junto a su esposa Carolina, diseñadora gráfica, y sus dos hijos. Carolina valora la calidad, funcionalidad y diseño personalizado en su hogar, buscando constantemente mejorar los espacios para adaptarlos a las necesidades y gustos de su familia. Sergio, por su perfil técnico, considera cada proyecto de remodelación como una inversión a largo plazo, por lo que aprecia el acabado de alta calidad. Para él la transparencia en los presupuestos y cumplimiento de los plazos acordados son esenciales. Ambos buscan a Steel Minds Ingeniería, una empresa que comprenda todas sus expectativas y le brinde un servicio a la medida, con una relación profesional, cercana y de confianza.
- Laura, de 38 años, es propietario de una panadería y cafetería ubicada en Rinconada, participa activamente de ferias y valora la interacción con la comunidad. Actualmente, planea expandir su negocio para mejorar la cocina de su cafetería. Para Laura, es crucial minimizar las interrupciones en su operación comercial, lo que hace que valore la puntualidad en los tiempos de entrega, el cumplimiento de normativas y la profesionalidad del equipo de trabajo. Además, espera flexibilidad para realizar

ajustes de última hora y comunicación clara y constante para mantenerse informada del progreso del proyecto. Laura confía en Steel Minds Ingeniería por su capacidad de adaptarse a las necesidades específicas de su negocio, además de su compromiso con la calidad y los resultados.

6.2.2. Propuesta de valor

La propuesta de valor que defina a Steel Minds Ingeniería es la siguiente:

“En Steel Minds Ingeniería ofrecemos el mejor servicio en construcción, ampliación y remodelación de la ciudad, destacándonos por nuestra atención personalizada, comunicación efectiva y compromiso con la calidad en cada detalle. Cumplimos estrictamente con los tiempos de entrega y nos diferenciamos por el acompañamiento constante a nuestros clientes, guiándolos desde la conceptualización hasta la materialización de sus ideas, incluso cuando no tienen una visión clara de su proyecto. Nuestro objetivo es transformar sus aspiraciones en espacios que combinan funcionalidad, diseño y durabilidad.

Nuestro equipo, compuesto por expertos con conocimiento técnico y experiencia práctica, aborda cada proyecto con profesionalismo y creatividad, asegurando soluciones personalizadas que responden a las necesidades específicas de cada cliente. Gracias a nuestro propio inventario de herramientas y equipos, operamos con independencia, optimizando costos y tiempos de ejecución.

En Steel Minds Ingeniería no solo construimos, ampliamos o remodelamos: transformamos. Nos esforzamos por ser un socio de confianza que crea espacios inspiradores, diseñados para mejorar la calidad de vida y potenciar los negocios de nuestros clientes, brindando una experiencia de construcción cercana, confiable y enfocada en resultados excepcionales.”

6.2.3. Canales

Los canales que utiliza Steel Minds Ingeniería, se han basado tradicionalmente, en el boca a boca, es decir, la recomendación de clientes satisfechos hacia otras personas, lo que refleja la confianza y la calidad percibida en sus servicios. Este método sigue siendo especialmente efectivo en un entorno local como Rinconada, donde la comunidad valora la cercanía y la reputación, pero limita de alguna manera el crecimiento.

Asimismo, en los últimos meses, la empresa ha comenzado a impulsar su presencia en redes sociales, utilizando plataformas como Instagram y Facebook. En estas redes, Steel Minds Ingeniería comparte publicaciones sobre el progreso y los resultados de sus proyectos, aumentando su visibilidad y ayudando a atraer a nuevos clientes al demostrar su experiencia y calidad de trabajo.

En cuanto a la atención personalizada, Steel Minds Ingeniería se comunica con sus clientes a través de diversos medios de comunicación, como correo electrónico, WhatsApp, llamada telefónica y mensajes directos en redes sociales. Esta variedad permite una interacción ágil y cercana, adaptándose a las preferencias de cada cliente. Además, estos canales facilitan la resolución rápida de consultas, solicitudes de cotización y seguimiento, asegurando una comunicación efectiva en todas las etapas del proyecto.

6.2.4. Relación con los clientes

La relación con los clientes en Steel Minds Ingeniería, se establece a través de un enfoque mixto, combinando interacciones presenciales y remotas, dependiendo de las necesidades y preferencias del cliente. Este enfoque integral garantiza una comunicación efectiva en todas las etapas del proceso, desde la consulta inicial hasta la finalización del proyecto, asegurando una ejecución eficiente, y fomentando un contacto cercano, flexible y profesional.

Previo al inicio del proyecto, el contacto suele realizarse de forma remota, mediante sus redes de contacto, como correo electrónico, llamada telefónica o mensajería instantánea.

En esta etapa, los clientes pueden realizar consultas sobre servicios, tiempos y formas de pago, coordinando una visita presencial si es necesario. Este primer contacto es fundamental para establecer una relación de confianza y clarificar expectativas.

Durante el inicio del proyecto, se realiza una evaluación presencial en el lugar donde se desarrollará el trabajo, lo que permite la mejor comprensión de los requerimientos y la ayuda si es necesario para aclarar ideas. Esta interacción cercana fortalece la relación y asegura que las expectativas sean realistas y alcanzables.

A lo largo del proyecto, Steel Minds Ingeniería mantiene una comunicación fluida con el cliente tanto de manera presencial como a través de medios digitales, permitiendo a los clientes estar informados sobre el progreso del trabajo, plantear ajustes necesarios y garantizar que el desarrollo del proyecto se mantenga alineado con sus expectativas.

Por último, al finalizar el proyecto, se realiza un último contacto remoto vía correo electrónico, donde se envía al cliente una encuesta de satisfacción.

6.2.5. Socios claves

En cuanto a los socios claves de Steel Minds Ingeniería se destacan las recomendaciones de clientes satisfechos, los cuales actúan como promotores claves, generando nuevos proyectos y oportunidades a través del boca a boca. Este tipo de recomendaciones es particularmente valioso en un entorno como Rinconada, donde la confianza comunitaria desempeña un rol esencial en las decisiones de contratación.

En el ámbito digital, las plataformas de redes sociales, como Instagram y Facebook, permiten la difusión de los servicios, incrementando la visibilidad de la empresa y facilitando la captación de nuevos clientes. Además, funcionan como herramientas de comunicación directa.

Asimismo, las compañías de teléfono y plataformas como WhatsApp y correo electrónico son esenciales para mantener una comunicación constante y eficiente con los

clientes, permitiendo gestionar consultas lo que asegura una interacción ágil y personalizada en cada etapa del proyecto.

Con relación a los proveedores son actores claves para el negocio, ya que sin ellos no se podría ejecutar ningún proyecto. Empresas como Sodimac, Easy y Placacentro, juegan un papel fundamental al asegurar el acceso a insumos de alta calidad y confiabilidad cuando es necesario.

Por último, Steel Minds Ingeniería podría evaluar la oportunidad de expandir y diversificar sus alianzas estrategias para fortalecer su posición en el mercado y mejorar su capacidad operativa. Una recomendación sería explorar colaboración con proveedores locales y especializados, como ferreterías en Rinconada, además de alianzas estratégicas con arquitectos y diseñadores y finalmente con socios tecnológicos que permitirían implementar herramientas de gestión que optimicen la operación.

6.2.6. Actividades claves

En cuanto a la difusión y captación, Steel Minds Ingeniería utiliza redes sociales, para promocionar sus servicios, mostrando proyectos terminados y generando visibilidad para atraer nuevos clientes. Esto se complementa con canales de comunicación como teléfono, WhatsApp y correo electrónico, que permite responder consultas, enviar cotizaciones y coordinar reuniones. Sin embargo, una mayor frecuencia y diversidad en las publicaciones podría fortalecer aún más esta actividad.

En el área de operación y venta, las actividades claves comienzan con la evaluación de cada proyecto, que implica visitas presenciales para comprender y aclarar los requerimientos del cliente y planificar adecuadamente el trabajo. A partir de esta evaluación, se elaboran cronogramas y presupuestos, ajustados a las necesidades específicas de cada cliente, lo que facilita el cierre de ventas y asegura que las expectativas estén claras desde el principio. Por último, la ejecución de los proyectos ya sea de construcción, ampliación o remodelación, se realiza con un enfoque en garantizar la calidad y el cumplimiento de los plazos establecidos.

En cuanto a gestión de recursos, la empresa gestiona su inventario de herramientas, asegurando mensualmente la disponibilidad de los insumos necesarios para cada proyecto. Durante todo el proceso, se mantiene una comunicación constante con los clientes, ya sea presencialmente o a través de medios digitales, para proporcionar actualizaciones sobre el proceso y resolver cualquier duda que pueda surgir.

Finalmente, al concluir cada proyecto, se implementan encuestas de satisfacción que permiten recibir retroalimentación y realizar ajustes si es necesario, asegurando así la calidad del trabajo entregado y la satisfacción del cliente.

6.2.7. Recursos claves

El recurso clave más valioso de Steel Minds Ingeniería, es su capital humano, conformado por los propios dueños: Rodrigo, quien aporta su conocimiento técnico, y su padre, cuya amplia experiencia práctica es fundamental. La empresa depende directamente de su experiencia y habilidades, ya que sin ellos Steel Minds Ingeniería no existiría.

Otro recurso clave, es el inventario de herramientas y equipos que han acumulado a lo largo del tiempo, lo cual les permite operar de manera autónoma, optimizando costos y reduciendo la dependencia de terceros. Este inventario se almacena en el domicilio de Rodrigo, lo que facilita el acceso y ahorra costos de almacenamiento externo. Además, la logística de transporte también constituye un recurso clave, el vehículo particular del padre de Rodrigo se utiliza para el traslado de herramientas y personal a los distintos lugares de trabajo, proporcionando una solución eficiente y flexible para el desarrollo de los proyectos. Sin embargo, a medida que la empresa crezca, la adquisición de un vehículo exclusivo podría optimizar aún más esta operación.

Los canales de comunicación directa con el cliente, como redes sociales, correo electrónico y el número de teléfono (actualmente es el número personal de Rodrigo, ya que la empresa aún no cuenta con uno propio), son esenciales para mantener una relación cercana y responder rápidamente a las consultas y solicitudes de los clientes.

Finalmente, aunque actualmente no se utilizan herramientas digitales avanzadas, implementar un software de gestión de proyectos, inventarios y comunicación interna podría aumentar la eficiencia, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la competitividad de la empresa en el mercado.

6.2.8. Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingreso de Steel Minds Ingeniería provienen directamente de la prestación de servicios en proyectos de construcción, ampliación y remodelación de viviendas y locales comerciales. Dichos proyectos pueden ser a corto o largo plazo, dependiendo del tipo de servicios solicitado y los precios se ajustan según factores como el tamaño, la complejidad, las condiciones del terreno, el tipo de material y los recursos necesarios, lo que permite ofrecer presupuestos personalizados que se alineen con las expectativas y capacidades económicas de los clientes.

6.2.9. Estructura de costos

Al contar con su propio inventario de herramientas, Steel Minds Ingeniería ha logrado reducir significativamente sus costos. Sin embargo, uno de los costos más relevantes es el transporte hacia los lugares de los proyectos, que representa aproximadamente el 8% de los ingresos. Además, las remuneraciones del equipo, aunque se mantengan controlados en una empresa familiar, son un gasto constante que se equilibra con la cantidad de proyectos en ejecución. A medida que los ingresos aumenten y se alcance lo esperado, la empresa ha proyectado un salario ideal de \$1.000.000 para Rodrigo, el ingeniero, y de \$1.120.000 para su padre, el constructor.

Aunque los materiales de construcción son provistos por los clientes, la empresa incurre en costos menores asociados a insumos y equipos de protección personal, que representan aproximadamente el 1% de los ingresos.

7. Diseño y Planificación de la Estrategia

La estrategia de Steel Minds Ingeniería se centra en la difusión, adoptando un enfoque integral de posicionamiento y crecimiento, con el objetivo de aumentar la visibilidad de la empresa, fortalecer su presencia en Rinconada y captar nuevos clientes. Este enfoque busca consolidar al emprendimiento como un referente confiable y profesional en servicios de construcción, ampliación y remodelación de viviendas y locales comerciales, generando así reconocimiento y lealtad en su público.

Para alcanzar estos objetivos, se han planificado una serie de actividades estratégicas que combinan acciones de marketing digital y tradicional. Estas iniciativas están orientadas a consolidar la lealtad de los clientes actuales y atraer nuevos mercados, diferenciando a Steel Minds Ingeniería de su competencia.

7.1. Plan de Acción

El plan de acción tiene como propósito desarrollar e implementar estrategias que incrementen la presencia de Steel Minds Ingeniería en el mercado local, mejoren la percepción de la marca y optimicen la experiencia del cliente. Este plan incluye actividades enfocadas en:

- Mejorar la comunicación con los clientes: Establecer canales más eficientes y profesionalizar la interacción para garantizar respuestas ágiles y cercanas.
- Fortalecer la imagen corporativa: Estandarizar elementos visuales como logo, uniformes y materiales promocionales para consolidar una identidad reconocible.
- Incrementar la visibilidad: Desarrollar campañas en medios digitales y tradicionales que posicionen a la empresa en la mente de los consumidores locales.

A continuación, se presentan las acciones específicas para implementar esta estrategia y alcanzar los objetivos establecidos:

1. Adquisición de un teléfono exclusivo para atención al cliente

Objetivo: Garantizar un canal de comunicación exclusivo que permita la gestión eficiente, profesional y personalizada de los proyectos y consultas de los clientes, mejorando su experiencia y fomentando la retención a largo plazo.

Acciones que realizar:

- Adquirir un dispositivo móvil exclusivo para la empresa, asegurando que esté disponible para atender consultas sin interrupciones.
- Contratar un plan de telefonía móvil que incluya datos y minutos suficientes para garantizar una comunicación fluida y constante, considerando las necesidades actuales y futuras de la empresa.
- Publicar el nuevo número de contacto en redes sociales, material promocional, y en futuras campañas de difusión para maximizar su visibilidad y accesibilidad.
- Establecer horarios claros de atención telefónica que se comuniquen a los clientes, garantizando una gestión ordenada y evitando interrupciones fuera de horarios establecidos.

2. Adquisición de mobiliario y equipo de oficina

Objetivo: Centralizar y profesionalizar las funciones administrativas de Steel Minds Ingeniería, optimizando la gestión de proyectos, la planificación y el seguimiento de los clientes.

Acciones que realizar:

- Adaptar una habitación sin uso en la casa de Rodrigo como oficina, aprovechando su privacidad y condiciones adecuadas para actividades administrativas, ofreciendo una solución práctica y económica.
- Adquirir mobiliario básico, tales como escritorio y silla para proporcionar un espacio de trabajo cómodo y funcional.
- Comprar un computador y una impresora multifuncional, para la creación y gestión de documentos, presupuestos y reportes de proyectos.
- Proveer artículos de papelería para facilitar las tareas diarias de gestión.
- Personalizar el espacio con elementos visuales que refuercen la identidad de la marca, como el logo de la empresa en material decorativo.

- Implementar un sistema de almacenamiento digital (como almacenamiento en la nube) para organizar documentos y proyectos, facilitando el acceso a información.

3. Confeccionar uniforme y ropa diferenciadora

Objetivo: Profesionalizar y unificar la imagen del equipo de trabajo, incrementando la confianza y el reconocimiento de Steel Minds Ingeniería a través de una presentación consistente.

Acciones que realizar:

- Adquirir uniformes para todo el equipo en terreno, incluyendo poleras, pantalones, overoles, chalecos geólogo, zapatos de seguridad, guantes y lentes de protección. Cada pieza, a excepción de los últimos dos, deberá incluir el logo de la empresa bordado, reforzando la identidad visual de la marca
- Proveer poleras personalizadas con el logo de la empresa para el personal administrativo y aquellos encargados de actividades promocionales, como la entrega de folletos, asegurando una imagen profesional y consistente en todas las interacciones con el público.
- Implementar una política de renovación anual de uniformes, asegurando que el equipo mantenga un aspecto de cuidado y profesional en todo momento.
- Establecer un manual de uso del uniforme, destacando su importancia para la cohesión de la imagen corporativa y el cumplimiento de estándares de seguridad en el terreno.
- Documentar la implementación de los uniformes mediante fotografías y publicación en redes sociales, mostrando la profesionalización del equipo como parte del crecimiento de la empresa.

4. Publicidad en redes sociales

Objetivo: Aumentar la visibilidad de Steel Minds Ingeniería y captar clientes locales mediante la creación y difusión de contenido atractivo y relevante en redes sociales como Instagram y Facebook.

Actividades que realizar:

- Crear un plan de contenido mensual que incluya publicaciones sobre proyectos, procesos de trabajo, testimonios de clientes satisfechos y consejos prácticos relacionados con la construcción, remodelación y ampliación.
- Generar contenido dinámico, como videos en vivo, recorridos de obras, antes y después de proyectos, para captar el interés de la comunidad local y demostrar la calidad del trabajo.
- Lanzar campañas publicitarias segmentadas geográficamente en Rinconada para maximizar el alcance y atraer clientes potenciales en áreas estratégicas.
- Monitorear y analizar el rendimiento de las publicaciones y campañas mediante herramientas de análisis de redes sociales, ajustando las estrategias según las métricas obtenidas para maximizar el impacto.
- Establecer un calendario de interacciones en redes sociales, respondiendo activamente a los comentarios y consultas para fortalecer la relación con los seguidores y mejorar la percepción de cercanía y profesionalismo.
- Contratar a un diseñador gráfico que colabore en la creación de contenido visual atractivo y alineado con la identidad de la empresa.

5. Participación en ferias de emprendimientos

Objetivo: Incrementar la presencia de Steel Minds Ingeniería en eventos locales, fortalecer relaciones con los clientes potenciales y promover los servicios de la empresa a través de interacciones directas en ferias y actividades comunitarias.

Actividades que realizar:

- Identificar las ferias de emprendimiento y eventos comunitarios más relevantes en Rinconada, asegurando la inscripción anticipada para garantizar la participación de la empresa. Sin embargo, esto ya se realizó, por lo que la acción siguiente sería adquirir una membresía con el grupo de emprendedores locales en Rinconada, que permite a Steel Minds Ingeniería participar mensualmente en ferias y eventos claves, como ferias costumbristas, ferias de navidad y celebraciones de aniversario, asegurando una exposición constante.

- Diseñará un stand atractivo que incluya materiales informativos y elementos visuales y decorativos que reflejen la identidad de la empresa y destaquen los valores y servicios ofrecidos.
- Asignará a un miembro del equipo o contratar a una persona capacitada en técnicas de interacción efectiva y comunicación para representar a la empresa en los eventos, asegurando una experiencia positiva y memorable para los asistentes.
- Aprovechar las ferias para recopilar retroalimentación directa de los asistentes sobre los servicios y la percepción de la empresa, utilizando esta información para ajustar estrategias y materiales promocionales.

6. Desarrollo de material promocional por un experto

Objetivo: Crear materiales publicitarios de alta calidad que atraigan y capten la atención de clientes en ferias, eventos y visitas a clientes, reforzando la imagen profesional de Steel Minds Ingeniería.

Actividades que realizar:

- Contratar a un diseñador gráfico para la creación de folletos, banners, tarjetas de presentación, catálogos de servicios y otros materiales visuales, asegurando consistencia con la identidad visual de la empresa y claridad en la presentación de los servicios.
- Incluir elementos diferenciadores en el material promocional, como imágenes de alta calidad de proyectos realizados, testimonios destacados y un enfoque en los valores centrales de la empresa.
- Imprimir el material diseñado en alta calidad, utilizando proveedores confiables que garanticen un acabado profesional y duradero.
- Diseñar versiones digitales del material promocional para compartir en redes sociales y correos electrónicos, ampliando el alcance del contenido.
- Establecer un proceso y tiempo de revisión de los materiales promocionales con el fin de actualizarlos con nuevos servicios, logros o cambios en la identidad visual.
- Integrar un código QR en los materiales promocionales que redirija a redes sociales o portafolios digitales de proyectos, facilitando la interacción.

7. Publicidad en radio local

Objetivo: Incrementar la visibilidad y el reconocimiento de Steel Minds Ingeniería en la comunidad local a través de anuncios radiales que destaquen los servicios, experiencia y calidad de la empresa.

Acciones que realizar:

- Desarrollar anuncios radiales breves y atractivos que destaquen los servicios principales de la empresa, casos de éxito y los valores diferenciales de la empresa.
- Coordinar con la emisora radial de Rinconada para programar los anuncios en horarios de alta audiencia, asegurando el máximo alcance posible.
- Incluir en los anuncios una llamada a la acción clara, como un número de contacto o redes sociales, para facilitar que los oyentes interesados se comuniquen directamente con la empresa.
- Explorar la posibilidad de incluir entrevistas o menciones especiales en programas locales para generar un impacto más personalizado y mayor conexión con la audiencia.

8. Campaña de entrega de folletos en zonas estratégicas

Objetivo: Difundir los servicios de Steel Minds Ingeniería mediante una distribución efectiva de folletos en áreas de afluencia de personas, zonas comerciales y poblaciones, garantizando un buen alcance y atrayendo a nuevos clientes.

Acciones que realizar:

- Diseñar folletos informativos y visualmente atractivos para captar la atención del público objetivo.
- Identificar y seleccionar zonas estratégicas para la distribución de los folletos, como áreas comerciales, ferias locales, poblaciones residenciales y eventos comunitarios con alta afluencia de personas.
- Contratar personal part-time para llevar a cabo la campaña de entrega de folletos, garantizando que el encargado esté capacitado para brindar información básica sobre los servicios si es necesario.
- Diseñar un folleto promocional especial con beneficios para quienes mencionen la campaña al contactarse con la empresa, incentivando el uso de los servicios.

- Supervisar la distribución y registrar la cantidad de folletos entregados por zona para evaluar la efectividad de la campaña y determinar cuáles áreas generan mayor interés o consultas.

9. Implementación de un programa de referidos

Objetivo: Incentivar a los clientes actuales a recomendar los servicios de Steel Minds Ingeniería, generando nuevos contratos y fortaleciendo la red de clientes.

Acciones que realizar:

- Crear un sistema de beneficios, como descuentos en futuros proyectos o regalos simbólicos, para los clientes que recomienden a nuevos usuarios.
- Establecer criterios específicos para obtener los beneficios, como la concreción de un contrato por parte del referido, asegurando la sostenibilidad del programa.
- Comunicar el programa a través de redes sociales, folletos, radio y durante el contacto directo con los clientes actuales.
- Establecer un mecanismo de seguimiento para registrar y rastrear las recomendaciones recibidas, asegurando que los clientes que refieren sean recompensados de manera adecuada.

10. Colaboraciones con negocios locales

Objetivo: Crear sinergias estratégicas con empresas y emprendedores locales para ampliar el alcance de Steel Minds Ingeniería, captar nuevos clientes y fortalecer la presencia en el mercado.

Acciones que realizar:

- Contactar a ferreterías y proponer acuerdos de referencia mutua: ellos recomendarán Steel Minds Ingeniería a sus clientes, y a cambio, Steel Minds Ingeniería recomendará sus productos.
- Diseñar promociones conjuntas que beneficien a ambas partes, como descuentos o beneficios especiales, al presentar una compra o cotización en el negocio asociado, incentivando la colaboración.
- Realizar campañas promocionales en redes sociales destacando las alianzas y los beneficios que aportan a los clientes locales.

7.2. Cronograma de Implementación

El cronograma presenta el plan de ejecución de las actividades de difusión y gestión para Steel Minds Ingeniería a lo largo del año 2025 y 2026. En la figura N°6 se presenta una carta Gantt que organiza las tareas en el tiempo, brindando una visión clara y detallada de su distribución temporal. Esta herramienta es clave para garantizar un control adecuado, permitiendo identificar plazos, responsables y la relación entre las actividades. Su diseño busca optimizar la gestión de recursos y asegurar que cada acción se ejecute de manera eficiente, contribuyendo el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa.

Figura 6: Cronograma del plan de acción.

	0	Año 2025												Año 2026											
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Adquirir teléfono exclusivo																									
Contratar plan de telefonía																									
Adaptar habitación																									
Adquirir mobiliario																									
Comprar computador e impresora																									
Proveer artículos de papelería																									
Aquirir uniformes																									
Bordar uniformes																									
Publicidad en redes sociales																									
Crear contenido visual RR.SS.																									
Participar en ferias																									
Preparación de stand																									
Crear material promocional																									
Imprimir material promocional																									
Realizar guion para publicidad																									
Publicidad en radio local																									
Seleccionar zonas																									
Part-time para entregar folletos																									
Crear beneficios a clientes																									
Comunicar programa																									
Colaborar con negocios locales																									

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que no todas las actividades incluidas en el cronograma estarán contempladas en el presupuesto detallado en el siguiente apartado. Esto se debe a que algunas no implican costos monetarios directos, ya que son principalmente actividades de gestión. Entre estas se incluye la creación de beneficios para los clientes, la comunicación de este programa, la colaboración con negocios locales y la adecuación de la habitación. Además, se destaca que la creación de contenido visual para redes sociales y el diseño de material promocional están a cargo del diseñador gráfico, quien será responsable de estas tareas.

7.3. Presupuesto

El presupuesto anual de Steel Minds Ingeniería está diseñado para garantizar la implementación eficiente y efectiva de todas las estrategias planteadas en el plan de acción para los años 2025 y 2026, según lo estipulado en el cronograma. (Ver tabla N°4)

Sin embargo, hay que tener ciertas consideraciones claves. Entre los aspectos más relevantes, destaca la previsión de un aumento en la carga laboral derivada de las acciones de difusión y captación de clientes. Para el año 2025, se planifica la incorporación de un administrador para apoyar las gestiones operativas y administrativas. En línea con esto, se incluyen en el presupuesto una vestimenta para el nuevo personal administrativo. Mientras que para el año 2026, se considera la incorporación de dos maestros adicionales, totalizando cuatro maestros en el equipo operativo, con el correspondiente ajuste en la cantidad de vestimentas presupuestadas.

En cuanto a la publicidad en redes sociales, el presupuesto contempla la emisión de anuncios tanto en Instagram como en Facebook durante 25 días al mes, asegurando una presencia constante en plataformas digitales clave. Además, se destina un presupuesto de \$50.000 cada 4 meses para materiales de oficina. El diseñador gráfico trabajará 12 horas al mes, a una tarifa de \$3.692 por hora, su labor se alternará mensualmente entre la creación de material físico y material digital, asegurando la calidad y consistencia visual de todas las campañas. Mientras que el personal part-time, tendrá una carga laboral de 50 horas al mes con una tarifa de \$2.074 por hora.

En términos de impresión de materiales promocionales, se considera la producción de 1.000 folletos mensuales y 100 cartas de presentación cada tres meses, lo que garantiza un suministro de herramientas para las actividades de difusión y promoción.

Finalmente, en la publicidad radial, se ha considerado la emisión de seis anuncios diarios, asegurando una presencia continua en la comunidad local y fortaleciendo el posicionamiento de la marca.

La bibliografía de todos los valores mencionados se encuentra en el Anexo N°4.

Tabla 4: Desglose del presupuesto anual del plan de acción.

Acciones	Costo unitario	C/F	Presupuesto 2025	C/F	Presupuesto 2026
Teléfono	\$149.990	1	\$149.990	0	\$0
Plan de telefonía	\$8.792 (6 meses) \$10.990 (18 meses)	12	\$118.692	12	\$120.890
Mobiliario y equipo de oficina					
Silla	\$24.990	1	\$24.990	0	\$0
Escritorio	\$59.990	1	\$59.990	0	\$0
Impresora	\$99.990	1	\$99.990	0	\$0
Notebook	\$129.990	1	\$129.990	0	\$0
Material de oficina	\$50.000	3	\$150.000	3	\$150.000
Ropa diferenciadora					
Zapatos de seguridad	\$43.990	2	\$87.980	4	\$175.960
Pantalones	\$17.990	2	\$35.980	4	\$71.960
Overoles	\$9.990	2	\$19.980	4	\$39.960
Geólogos	\$11.990	2	\$23.980	4	\$47.960
Lentes de protección	\$2.990	2	\$5.980	4	\$11.960
Guantes de seguridad	\$1.740	2	\$3.480	4	\$6.960
Poleras	\$7.290	4	\$29.160	6	\$43.740
Bordado	\$2.990	10	\$29.900	18	\$53.820
Creación de matriz	\$8.990	1	\$8.990	0	\$0
Publicidad en redes sociales					
Instagram	\$47.425	10	\$474.250	12	\$569.100
Facebook	\$25.000	10	\$250.000	12	\$300.000
Diseñador gráfico	\$44.304	11	\$487.344	12	\$531.648
Impresión de materiales visuales					
Folletos	\$103.530	9	\$931.770	12	\$1.242.360
Cartas de presentación	\$8.900	3	\$26.700	4	\$35.600
Stand para feria					
Toldo	\$39.990	1	\$39.990	0	\$0
Mesa plegable	\$29.990	1	\$29.990	0	\$0
Pendón	\$47.000	1	\$47.000	0	\$0
Diseño del pendón	\$17.850	1	\$17.850	0	\$0
Decoración	\$33.020	1	\$33.020	0	\$0
Feria de emprendimiento	\$5.000	7	\$35.000	12	\$60.000
Personal Part-Time	\$103.700	8	\$829.600	12	\$1.244.400
Publicidad radial					
Guion radial	\$50.000	1	\$50.000	0	\$0
Emisión de anuncios	\$20.000	4	\$80.000	12	\$240.000
Administrador	\$587.500	I		I	
Constructores adicionales	\$852.715	I		I	
Total			\$4.311.586		\$4.946.318

NOTA: C/F hace referencia a la cantidad o frecuencia del costo, mientras que **I** indica una cantidad indefinida que se ajustará en función de los ingresos y las necesidades específicas.

Fuente: Elaboración propia.

8. Plan Financiero con la Estrategia de Difusión

El plan financiero de Steel Minds Ingeniería constituye una herramienta clave para evaluar la viabilidad económica y operativa de la estrategia de difusión en su etapa inicial. Este plan brinda una visión integral que abarca aspectos como la proyección de ingresos, el presupuesto asignado a los costos de difusión, los gastos operativos, la depreciación, el flujo de caja proyectado y los indicadores financieros.

Se establece un horizonte temporal de 24 meses, correspondiente a los años 2025 y 2026, como la fase inicial del proyecto. Durante este, Steel Minds Ingeniería busca fortalecer su posicionamiento en Rinconada y consolidarse como la opción preferida en servicios de construcción, remodelación y ampliación de viviendas y locales comerciales.

Al término de este periodo, se prevé la expansión hacia comunas y ciudades aledañas, lo que posicionará a Steel Minds Ingeniería como un referente en el Valle del Aconcagua. Este primer ciclo de planificación y ejecución financiera servirá como base para un crecimiento progresivo, sostenible y alineado con los objetivos estratégicos de la empresa. La estructura del plan financiero se centra en garantizar una asignación eficiente de recursos y en minimizar riesgos económicos.

8.1. Ingresos

Se analizan los ingresos de Steel Minds Ingeniería, generados por los proyectos realizados entre enero y septiembre de 2024, diferenciado entre los servicios de remodelación y los de construcción/ampliación. Este análisis permite evaluar el desempeño financiero según el tipo de servicios ofrecido, identificando patrones de ingresos y su evolución a lo largo del tiempo. (Ver tabla N°5)

Tabla 5: Historial de ingreso de Steel Minds Ingeniería.

Mes	Proyectos de remodelación	Ingresos por remodelación	Proyectos de ampliación	Ingresos por ampliación	Total Mensual
Enero	0	\$0	1	\$500.000	\$500.000
Febrero	1	\$400.000	0	\$0	\$400.000
Marzo	1	\$600.000	0	\$0	\$600.000
Abril	1	\$1.000.000	0	\$0	\$1.000.000
Mayo	0	\$0	1	\$3.500.000	\$3.500.000
Junio	0	\$0	0	\$0	\$0
Julio	1	\$800.000	0	\$0	\$800.000
Agosto	0	\$0	1	\$1.300.000	\$1.300.000
Septiem.	1	\$1.200.000	1	\$1.800.000	\$3.000.000
Total	5	\$4.000.000	4	\$7.100.000	\$11.100.000

Fuente: Elaboración propia.

En el análisis de la tabla N°5 se evidencia que la actividad mensual de la empresa varía significativamente, alternando entre meses con mayor actividad en proyectos de construcción/ampliación y otros enfocados en remodelaciones. En junio no se registraron ingresos, mientras que en septiembre se destacan dos proyectos, uno de cada tipo. Estos datos permiten observar las fluctuaciones en la demanda y la necesidad de estrategias que aseguren una actividad constante a lo largo del año.

Asimismo, es importante destacar que la actividad mensual de Steel Minds Ingeniería puede estar influenciada por factores estacionales, como el invierno, que tiende a limitar la realización de proyectos debido a condiciones climáticas adversas, como lluvias o bajas temperaturas. Esto podría explicar la falta de ingresos en junio. Este patrón estacional subraya la importancia de diversificar los servicios ofrecidos o planificar estratégicamente los proyectos durante el año para mitigar la disminución de ingresos en estos periodos.

Por otro lado, para evaluar el rendimiento económico por tipo de servicio, se calculó el ticket promedio dividiendo el total de ingresos generados en el periodo entre la cantidad de proyectos realizados, obteniendo los resultados de la tabla N°6.

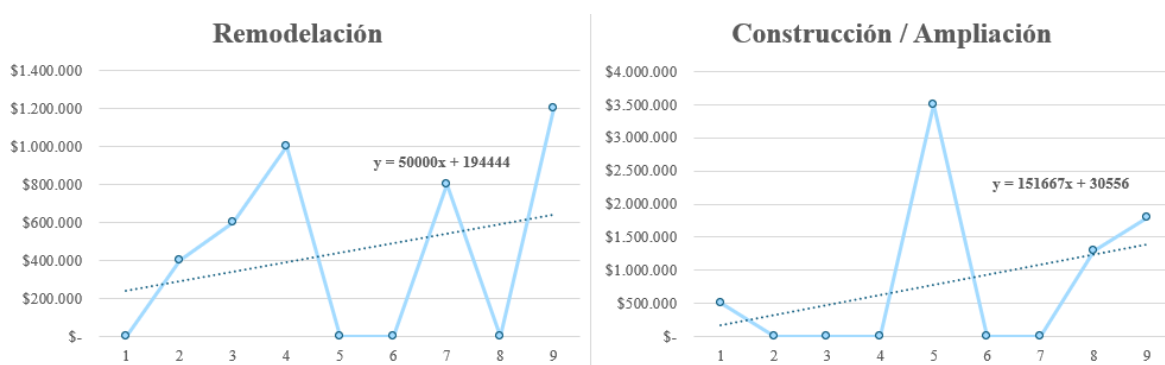
Tabla 6: Ticket promedio por servicio.

Tipo de Servicio	Ticket Promedio
Remodelación	\$800.000
Construcción/Ampliación	\$1.775.000

Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente, se incluye la figura N°7, que muestra la evolución de los ingresos mensuales de Steel Minds Ingeniería durante el periodo analizado, incorporando líneas de tendencia por cada tipo de servicios. Estas líneas permiten visualizar patrones de crecimiento en los ingresos, y realizar proyecciones de ingreso futuros mediante sus respectivas ecuaciones. Donde para el servicio de remodelación la ecuación es $y = 50.000x + 194.444$, mientras que para el servicio de construcción y ampliación la ecuación es $y = 151.667x + 30.556$. Estas ecuaciones serán fundamentales para realizar las proyecciones de ingresos en el flujo de caja a lo largo de los próximos 24 meses, la cual se encuentra en el Anexo N°5.

Figura 7: Tendencia de ingresos mensuales.



Fuente: Elaboración propia.

8.2. Inversión inicial

La inversión proyectada para implementar la estrategia de difusión de Steel Minds Ingeniería tiene un total de \$3.268.212, distribuidos en tres categorías: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. Cada categoría tiene un rol fundamental en el desarrollo, operación y posicionamiento de la empresa.

Los activos fijos, con un monto total de \$614.950, incluyen un teléfono, un computador, una impresora, un escritorio, una silla y un stand para ferias (compuesto por toldo, mesa plegable, pendón y elementos decorativos). Estos elementos optimizan la eficiencia operativa, refuerzan la interacción directa con los clientes y mejoran la percepción profesional de la empresa.

Por otro lado, los activos intangibles, que suman un total de \$67.850, abarcan el diseño de materiales promocionales y corporativos claves, como el guion para la publicidad en la radio local y el diseño del pendón para las ferias de emprendimiento. Estos activos ayudarán a construir una identidad corporativa atractiva y coherente, ayudando a captar la atención del mercado objetivo y posicionarse como una opción confiable.

Finalmente, se contempla una inversión en capital de trabajo de \$2.605.412, destinada a cubrir los gastos operativos del primer mes. Este incluye:

- Costos fijos, como el plan de telefonía, material de oficina y remuneraciones
- Costos variables, como los insumos y equipos de protección personal (EPP) correspondiente al 1% de los ingresos proyectados, uniforme para el personal (considerando los dos integrantes actuales del equipo) y combustible, estimado en un 8% de los ingresos mensuales.

El detalle completo de la inversión inicial se puede evidenciar en las tablas N°7.

Tabla 7: Inversión inicial Steel Minds Ingeniería.

Inversión en Activos Fijos		Inversión en Intangibles		Inversión en Capital de Trabajo		
Activo	A depreciar	Intangible	Inversión			
Telefono	\$ 149.990	Guion	\$ 50.000	Costos Fijos	Plan de telefonía	\$ 8.792
Silla de escritorio	\$ 24.990	Diseño pendon	\$ 17.850		Materiales de oficina	\$ 50.000
Escritorio	\$ 59.990	TOTAL	\$ 67.850		Ingeniero	\$ 1.000.000
Computador	\$ 129.990				Constructor	\$ 1.120.000
Impresora	\$ 99.990			Costos Variables	Insumos y EPP	\$ 22.417
Toldo	\$ 39.990				Uniformes	\$ 224.870
Mesa plegable	\$ 29.990				Combustible	\$ 179.334
Pendón	\$ 47.000				TOTAL	\$ 2.605.412
Elementos decorativos	\$ 33.020					
TOTAL	\$ 614.950					

Fuente: Elaboración propia.

8.3. Costos

Los costos fijos representan aquellos gastos constantes e independientes del volumen de actividades. En el caso de Steel Minds Ingeniería, se consideran como costo fijo el plan de telefonía móvil, la publicidad en redes sociales, la publicidad en la radio local, la participación en ferias de emprendimientos, la impresión de material visual, los materiales

de oficina y las remuneraciones del equipo. Estas remuneraciones incluyen tanto los sueldos brutos actuales del equipo, compuesto por el constructor y el ingeniero en mantenimiento, como los salarios adicionales requeridos para llevar a cabo la estrategia de difusión. Estos nuevos costos contemplan la contratación de un diseñador gráfico, dos constructores adicionales, un administrador y un colaborador part-time para la distribución de folletos. Los costos se ajustarán gradualmente a medida que las acciones de difusión aumenten la demanda de proyectos, permitiendo que las contrataciones se realicen conforme al crecimiento de los ingresos.

Debido al crecimiento de la demanda y al aumento del volumen de trabajo, en octubre de 2025 se contratará a una persona para la administración, con el objetivo de liberar el tiempo de Rodrigo y permitirle dedicarse 100% al trabajo en terreno. Además, se proyecta la contratación de un nuevo constructor en marzo de 2026 dado que la capacidad máxima de la empresa se encuentra cercana a los \$5.000.000 (dato entregado por la organización). Asimismo, en febrero de 2026, el ticket promedio indica una tendencia hacia 1.5 proyectos por cada servicio, lo cual respalda la necesidad de un constructor adicional para el siguiente mes. Finalmente, en noviembre de 2026, se prevé que, según el ticket promedio, la empresa alcanzará los 2 proyectos por servicio, por lo que se considera fundamental la incorporación de otro constructor para mantener la eficiencia operativa.

Con relación a la expansión del equipo cabe destacar que esta permitirá a Steel Minds Ingeniería atender la creciente demanda, optimizar los tiempos de ejecución y distribuir la carga de trabajo, previniendo el agotamiento y reduciendo el riesgo de errores o accidentes, especialmente en proyectos que requieren alta precisión.

Por su parte, los costos variables corresponden a aquellos gastos que fluctúan en función del nivel de actividad y alcance de la estrategia. Para Steel Minds Ingeniería estos costos incluyen los insumos y equipos de protección personal, los cuales representan el 1% del total de ingresos proyectados y el combustible, que representa el 8% de los ingresos. Estos porcentajes han sido proporcionados por la empresa, y tienen como base los datos históricos. Asimismo, el costo de los uniformes del personal se ajusta en función de la incorporación de nuevos miembros y conforme a la renovación anual establecida.

Para garantizar la precisión de las proyecciones, en enero de 2026 se aplicará un ajuste del 4,1%, de acuerdo con la variación anual del IPC registrada en septiembre de 2024. Este ajuste permitirá mantener los costos alineados con las condiciones económicas actuales, evitando desajustes financieros que puedan comprometer la operatividad.

Finalmente, la tabla N°8 presenta un consolidado de los costos fijos y variables proyectados para los próximos 24 meses a partir de enero de 2025. Además, el Anexo N°4 incluye la bibliografía de cada uno de los componentes, mientras que el Anexo N°6 presenta un desglose detallado de estos gastos a lo largo del periodo proyectado.

Tabla 8: Costos fijos y variables proyectados.

Año 2025												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costos Fijos	\$2.178.792	\$2.173.096	\$2.245.521	\$2.357.951	\$2.502.751	\$2.457.751	\$2.468.849	\$2.459.949	\$2.529.949	\$3.341.564	\$3.332.664	\$3.332.664
Costos Variables	\$ 426.620	\$ 219.900	\$ 238.050	\$ 266.480	\$ 274.350	\$ 292.500	\$ 310.650	\$ 328.801	\$ 357.231	\$ 365.101	\$ 383.251	\$ 401.401
TOTAL COSTOS	\$2.605.412	\$2.392.996	\$2.483.571	\$2.624.431	\$2.777.101	\$2.750.251	\$2.779.499	\$2.788.750	\$2.887.180	\$3.706.665	\$3.715.915	\$3.734.065

Año 2026												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costos Fijos	\$3.530.618	\$3.469.303	\$4.056.803	\$4.066.068	\$4.108.853	\$4.056.803	\$4.066.068	\$4.056.803	\$4.108.853	\$4.066.068	\$4.644.303	\$4.644.303
Costos Variables	\$ 635.431	\$ 545.641	\$ 455.851	\$ 484.281	\$ 492.151	\$ 510.301	\$ 528.451	\$ 546.601	\$ 575.031	\$ 690.841	\$ 601.051	\$ 619.201
TOTAL COSTOS	\$4.166.049	\$4.014.944	\$4.512.654	\$4.550.349	\$4.601.004	\$4.567.104	\$4.594.519	\$4.603.404	\$4.683.884	\$4.756.909	\$5.245.354	\$5.263.504

Fuente: Elaboración propia.

8.4. Depreciación

La depreciación en este análisis considera únicamente los activos de Steel Minds Ingeniería destinados a la estrategia de difusión y excluye el inventario de herramientas y equipos adquiridos previamente. Estas herramientas, aunque actualmente no están a nombre de la empresa, podrían ser incorporadas como un aporte no pecuniario al momento de formalizar la constitución de la empresa, según lo indicado por un contador. Para determinar el valor de este inventario, se realizó un análisis detallado de las herramientas y equipos, dado que la empresa no contaba con registros previos de los valores de adquisición. Se investigó el precio actual de cada herramienta y equipo, incluyendo herramientas livianas, herramientas pesadas, maquinaria para construcción pesada, bombas, soldadoras y otros, considerando la marca y las especificaciones de cada uno con el objetivo de obtener una estimación realista y fundamentada. (Ver Anexo N°7)

Por otro lado, en cuanto a los activos adquiridos específicamente para la estrategia de difusión, como el computador, teléfono, impresora, silla, escritorio, y un stand (compuesto por toldo, mesa plegable, pendón y elementos decorativos), su depreciación comenzará a partir del año 2025. Para estos activos, se ha decidido hacer una depreciación acelerada, debido a que esta estrategia permite aprovechar los incentivos fiscales disponibles que permiten deducir mayores gastos en los primeros años de vida útil. Esto reduce la carga tributaria inicial y facilita la planificación financiera, asegurando recursos para la renovación futura de los activos y optimizando la gestión económica de la empresa.

En la tabla N°9 se evidencia el desglose de la depreciación por cada activo, indicando la inversión inicial, la vida útil normal y acelerada, además del cálculo de la depreciación anual (DPC anual) y mensual (DPC mensual) para cada categoría. Además, en el Anexo N°8 se detalla la proyección de depreciación a lo largo de los 24 meses, facilitando el seguimiento y control de los activos.

Tabla 9: Desglose de depreciación de activos.

Nombre del Activo	Inversión Inicial	Vida Útil Normal	Vida Útil Acelerada	DPC Anual	DPC Mensual
Computador y Teléfono	\$279.980	6	2	\$139.990	\$11.666
Impresora	\$99.990	3	1	\$99.990	\$8.333
Silla, Escritorio y Stand	\$234.980	7	2	\$107.490	\$9.791
TOTAL	\$614.950				

Fuente: Elaboración propia.

8.5. Tasa de descuento

Para evaluar la rentabilidad del proyecto, es fundamental determinar la tasa de descuento, que se utilizará para traer a valor presente los flujos de caja proyectados. Esta tasa se calcula utilizando el modelo de valorización de activos financieros (CAMPM) y se basa en los siguientes componentes (Ver tabla N°10):

- Tasa Libre de Riesgo (Rf): Basada en el rendimiento de los bonos soberanos emitidos por el Banco Central de Chile, con un valor estimado de 5,35% según datos de Investing para bonos a 2 años.

- Beta (β): Mide la sensibilidad de una empresa o sector frente a movimientos del mercado. Para el sector de la construcción, el estudio “Análisis de los Coeficientes Betas”, publicado por el Banco Central de Chile, estima un valor de 0,85.
- Retorno del Mercado (R_m): Representa el rendimiento promedio esperado del mercado. De acuerdo con el promedio histórico del IGPA de los últimos 5 años, se calcula en un 7,55% aproximadamente.
- Riesgo País (R_p): Refleja la percepción del riesgo de invertir en un país. Según el Emerging Markets Bonds Index (EMBI), el riesgo país de Chile se estima en un 1,29%.

Tabla 10: Tasa de descuento proyecto puro.

Componente	Valor
R_f	5,35%
β	0,85
R_m	7,55%
R_p	1,29%
$Tasa\ Anual = R_f + \beta * (R_m - R_f) + R_p$	Tasa Anual = 8,51%
$Tasa\ Mensual = (1 + Tasa\ anual)^{\frac{1}{12}} - 1$	Tasa Mensual = 0,683%

Fuente: Elaboración propia.

Dado la tabla N°10, resulta una tasa de descuento anual de un 8,51%, sin embargo, dado que los flujos de caja proyectados para Steel Minds Ingeniería se presentan mensualmente, es necesario ajustar esta tasa al periodo de evaluación. Al realizar la conversión de la tasa anual a una tasa mensual se obtiene aproximadamente un 0,683%.

8.6. Flujo de Caja

El flujo de caja proyectado resume las entradas y salidas de efectivo previstas para Steel Minds Ingeniería durante los próximos 24 meses, a partir de enero de 2025. Este análisis es crucial para evaluar la viabilidad económica del proyecto y la capacidad de la empresa para sostener sus operaciones mientras implementa la estrategia de difusión.

En cuanto a la recuperación del IVA, se estima que este se realiza en el primer mes de operación, correspondiente a enero de 2025. Sin embargo, Steel Minds Ingeniería, debido a las utilidades negativas del periodo inicial, no pagará impuestos durante dicho mes, lo que

proporciona un alivio financiero adicional. A pesar de esto, la recuperación inmediata del IVA ayuda a mitigar parcialmente el impacto financiero inicial, mejorando el flujo de caja y proporcionando un alivio de liquidez que facilita enfrentar las primeras obligaciones financieras del proyecto.

El flujo de caja proyectado considera una evaluación sin financiamiento externo, lo que implica que todos los fondos necesarios para la inversión inicial provienen del capital propio del inversionista. Este enfoque refleja el compromiso financiero de la empresa y asegura que los beneficios futuros generen un valor adicional para el negocio.

Además, es importante destacar que el análisis del flujo de caja contempla la continuidad del proyecto más allá del horizonte de evaluación. Este valor, esencialmente, representa la capacidad de Steel Minds Ingeniería para seguir generando ingresos futuros a través de la operación propia. En el presente análisis se ha estimado un valor de desecho utilizando el método económico dividido en 6, tomando el flujo de caja proyectado al final del horizonte de evaluación y aplicando la tasa de descuento mensual previamente calculada.

Con relación a los impuestos y la depreciación se incorporan de forma mensual ya que permite registrar la pérdida de valor de los activos y calcular provisiones tributarias alineadas con la utilidad neta de cada periodo. Aunque los impuestos se pagan anualmente (en abril del año siguiente para el periodo tributario), este enfoque asegura una planificación financiera adecuada distribuyendo su impacto a lo largo del año. Esto facilita el control del flujo de caja y garantiza que la empresa esté preparada para cumplir con sus obligaciones tributarias, manteniendo un equilibrio financiero acorde a su estrategia de expansión.

El flujo de caja se presenta en las tablas N°11 y N°12, correspondiente a los años 2025 y 2026 respectivamente.

Tabla 11: Flujo de Caja Proyectado de Steel Minds Ingeniería para el año 2025.

	Año 2025												
	0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS													
† Remodelación		694.444	744.444	794.444	844.444	894.444	944.444	994.444	1.044.444	1.094.444	1.144.444	1.194.444	1.244.444
† Construcción/Ampliación		1.547.226	1.698.893	1.850.560	2.002.227	2.153.894	2.305.561	2.457.228	2.608.895	2.760.562	2.912.229	3.063.896	3.215.563
† Total Ingresos		\$ 2.241.670	\$ 2.443.337	\$ 2.645.004	\$ 2.846.671	\$ 3.048.338	\$ 3.250.005	\$ 3.451.672	\$ 3.653.339	\$ 3.855.006	\$ 4.056.673	\$ 4.258.340	\$ 4.460.007
COSTOS													
Costos Fijos		\$ 2.178.792	\$ 2.173.096	\$ 2.245.521	\$ 2.357.951	\$ 2.502.751	\$ 2.457.751	\$ 2.468.849	\$ 2.459.949	\$ 2.529.949	\$ 3.341.564	\$ 3.332.664	\$ 3.332.664
Costos Variables		\$ 426.620	\$ 219.900	\$ 238.050	\$ 266.480	\$ 274.350	\$ 292.500	\$ 310.650	\$ 328.801	\$ 357.231	\$ 365.101	\$ 383.251	\$ 401.401
† Total Costos		\$ 2.605.412	\$ 2.392.996	\$ 2.483.571	\$ 2.624.431	\$ 2.777.101	\$ 2.750.251	\$ 2.779.499	\$ 2.788.750	\$ 2.887.180	\$ 3.706.665	\$ 3.715.915	\$ 3.734.065
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ -363.742	\$ 50.341	\$ 161.433	\$ 222.240	\$ 271.237	\$ 499.754	\$ 672.173	\$ 864.589	\$ 967.826	\$ 350.008	\$ 542.425	\$ 725.942
Depreciación		\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ -393.531	\$ 20.552	\$ 131.643	\$ 192.450	\$ 241.447	\$ 469.964	\$ 642.383	\$ 834.800	\$ 938.037	\$ 320.219	\$ 512.636	\$ 696.153
Impuestos (10%)		\$ -	\$ 2.055	\$ 13.164	\$ 19.245	\$ 24.145	\$ 46.996	\$ 64.238	\$ 83.480	\$ 93.804	\$ 32.022	\$ 51.264	\$ 69.615
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		\$ -393.531	\$ 18.496	\$ 118.479	\$ 173.205	\$ 217.303	\$ 422.968	\$ 578.145	\$ 751.320	\$ 844.234	\$ 288.197	\$ 461.373	\$ 626.538
† Depreciación		\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789
† Inversion en activos	\$ 614.950												
† Inversion en intangibles	\$ 67.850												
† Inversion en capital de trabajo	\$ 2.605.412												
† Recuperación de IVA		\$ 98.185											
† Recuperación en capital de trabajo													
† Valor de desechos													
UTILIDAD DE FINANCIAMIENTO	\$ -3.288.212	\$ -265.557	\$ 48.286	\$ 148.268	\$ 202.995	\$ 247.092	\$ 452.757	\$ 607.934	\$ 781.109	\$ 874.023	\$ 317.987	\$ 491.162	\$ 656.327
UTILIDAD DE FINAN. ACTUALIZADA	\$ -3.288.212	\$ -263.764	\$ 47.635	\$ 145.284	\$ 197.566	\$ 238.859	\$ 434.716	\$ 579.768	\$ 739.888	\$ 822.307	\$ 297.151	\$ 455.879	\$ 605.065
UTILIDAD DE FINAN. A. ACUMULADA	\$ -3.288.212	\$ -3.551.976	\$ -3.504.341	\$ -3.359.056	\$ -3.161.491	\$ -2.922.631	\$ -2.487.915	\$ -1.908.147	\$ -1.168.258	\$ -345.952	\$ -48.801	\$ 407.078	\$ 1.012.142

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12: Flujo de Caja Proyectado de Steel Minds Ingeniería para el año 2026.

	Año 2026											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS												
+ Remodelación	1.294.444	1.344.444	1.394.444	1.444.444	1.494.444	1.544.444	1.594.444	1.644.444	1.694.444	1.744.444	1.794.444	1.844.444
+ Construcción/Ampliación	3.367.230	3.518.897	3.670.564	3.822.231	3.973.898	4.125.565	4.277.232	4.428.899	4.580.566	4.732.233	4.883.900	5.035.567
= Total Ingresos	\$ 4.661.674	\$ 4.863.341	\$ 5.065.008	\$ 5.266.675	\$ 5.468.342	\$ 5.670.009	\$ 5.871.676	\$ 6.073.343	\$ 6.275.010	\$ 6.476.677	\$ 6.678.344	\$ 6.880.011
COSTOS												
- Costos Fijos	\$ 3.530.618	\$ 3.469.303	\$ 4.056.803	\$ 4.066.068	\$ 4.108.853	\$ 4.056.803	\$ 4.066.068	\$ 4.056.803	\$ 4.108.853	\$ 4.066.068	\$ 4.644.303	\$ 4.644.303
- Costos Variables	\$ 635.431	\$ 545.641	\$ 455.851	\$ 484.281	\$ 492.151	\$ 510.301	\$ 528.451	\$ 546.601	\$ 575.031	\$ 690.841	\$ 601.051	\$ 619.201
= Total Costos	\$ 4.166.049	\$ 4.014.944	\$ 4.512.654	\$ 4.550.349	\$ 4.601.004	\$ 4.567.104	\$ 4.594.519	\$ 4.603.404	\$ 4.683.884	\$ 4.756.909	\$ 5.245.354	\$ 5.263.504
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 495.625	\$ 848.397	\$ 552.354	\$ 716.326	\$ 867.338	\$ 1.102.905	\$ 1.277.157	\$ 1.469.939	\$ 1.591.126	\$ 1.719.768	\$ 1.432.990	\$ 1.616.507
- Depreciación	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 474.169	\$ 826.940	\$ 530.897	\$ 694.869	\$ 845.881	\$ 1.081.448	\$ 1.255.700	\$ 1.448.482	\$ 1.569.669	\$ 1.698.311	\$ 1.411.533	\$ 1.595.050
- Impuestos (10%)	\$ 47.417	\$ 82.694	\$ 53.090	\$ 69.487	\$ 84.588	\$ 108.145	\$ 125.570	\$ 144.848	\$ 156.967	\$ 169.831	\$ 141.153	\$ 159.505
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 426.752	\$ 744.246	\$ 477.808	\$ 625.383	\$ 761.293	\$ 973.303	\$ 1.130.130	\$ 1.303.634	\$ 1.412.702	\$ 1.528.480	\$ 1.270.380	\$ 1.435.545
+ Depreciación	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457
- Inversión en activos												
- Inversión en intangibles												
- Inversión en capital de trabajo												
+ Recuperación de IVA												
+ Recuperación en capital de trabajo												\$ 2.605.412
+ Valor de desechos												\$ 23.677.353
UTILIDAD DE FINANCIAMIENTO	\$ 448.208	\$ 765.703	\$ 499.264	\$ 646.839	\$ 782.750	\$ 994.760	\$ 1.151.587	\$ 1.325.091	\$ 1.434.159	\$ 1.549.937	\$ 1.291.837	\$ 27.739.767
UTILIDAD DE FINAN. ACTUALIZADA	\$ 410.410	\$ 696.395	\$ 451.006	\$ 580.370	\$ 697.571	\$ 880.523	\$ 1.012.455	\$ 1.157.128	\$ 1.243.913	\$ 1.335.253	\$ 1.105.386	\$ 23.575.768
UTILIDAD DE FINAN. A. ACUMULADA	\$ 1.422.553	\$ 2.118.947	\$ 2.569.954	\$ 3.150.324	\$ 3.847.895	\$ 4.728.418	\$ 5.740.873	\$ 6.898.001	\$ 8.141.914	\$ 9.477.166	\$ 10.582.552	\$ 34.158.320

Fuente: Elaboración propia.

8.7. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros son fundamentales para evaluar la viabilidad económica y el potencial de rentabilidad de un proyecto. En el caso de Steel Minds Ingeniería, se calcularon dos métricas: el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), cuyos resultados se detallan en la tabla N°13.

Tabla 13: Indicadores financieros para Steel Minds Ingeniería.

Indicador	Valor
VAN	\$34.158.320
TIR	15%

Fuente: Elaboración propia.

El VAN positivo indica que el proyecto generará valor adicional después de cubrir la inversión inicial y los costos asociados. Esto refleja que Steel Minds Ingeniería es económicamente viable y tiene el potencial de generar valor sostenido a largo plazo. Este resultado está estrechamente ligado a la estimación del valor de desecho, que representa la continuidad operativa de la empresa más allá del horizonte de evaluación.

Por otro lado, la TIR de 15% es superior a la tasa de descuento anual (8,51%), lo que refuerza la rentabilidad del proyecto y su capacidad de superar la rentabilidad mínima esperada. Este margen positivo asegura que el proyecto es competitivo frente a otras alternativas de inversión y proporciona un nivel razonable de seguridad ante posibles fluctuaciones en los flujos de caja proyectados.

Sin embargo, es importante interpretar estos indicadores con cautela, ya que los márgenes ajustados hacen que la rentabilidad dependa significativamente de la precisión del valor de desecho estimado. Una proyección incorrecta de ingresos futuros o costos podría reducir este valor, afectando la TIR y comprometiendo la rentabilidad general del proyecto. Para garantizar que la estimación del valor de desecho sea robusta y realista, se han tomado en cuenta los siguientes factores:

- Crecimiento del equipo operativo: Para diciembre de 2026, Steel Minds Ingeniería contará con un equipo ampliado que incluye un administrador, tres

constructores, un ingeniero en mantenimiento industrial, un diseñador gráfico y un part-time, reflejando su capacidad para gestionar un mayor volumen de proyectos. Este crecimiento mejora la eficiencia operativa e incrementa el valor del negocio, al garantizar ingresos sostenibles y escalables.

- Propio inventario: Aunque actualmente el inventario de herramientas y equipos de Steel Minds Ingeniería no está formalmente registrado a nombre de la empresa, este representa un activo clave para la operación. Se estima que este inventario seguirá siendo funcional y estará en buen estado para diciembre de 2026, lo que constituye significativamente a la capacidad operativa y al valor total del negocio, reflejando su relevancia en la generación de ingresos futuros.
- Cartera de cliente ampliada: Se proyecta que, para el final del horizonte evaluado, Steel Minds Ingeniería contara con una cartera de clientes más amplia y diversificada, resultado de la estrategia de difusión implementada. Este crecimiento en la base de clientes no solo incrementará los ingresos recurrentes, sino que también consolidará la posición de la empresa en el mercado local.
- Atractivo del modelo operativo: La estructura optimizada, el equipo consolidado y la capacidad de atender múltiples proyectos hacen que el modelo de negocio sea atractivo tanto para la continuar operando como para una potencial venta futura.
- Relación con los costos y optimizaciones. Los costos fijos y variables están alineados con la capacidad operativa proyectada. Sin embargo, la estrategia de difusión incluye mejoras continuas en eficiencia y contratación, permitiendo ejecutar más proyectos sin comprometer la calidad ni los plazos.
- Proyección de continuidad del negocio: Se prevé que la empresa continuará operando más allá del 2026, con una estructura más robusta y optimizada que permita sostener el crecimiento proyectado. Esto incluye un incremento en el número de proyectos gestionados y mejoras en los procesos administrativos y operativos, derivadas de las inversiones realizadas en los primeros meses.

Estos factores fortalecen la estimación del valor de desecho y demuestran el potencial de Steel Minds Ingeniería para generar valor a lo largo del tiempo, respaldando la inversión inicial y la estrategia de difusión implementada.

9. Conclusiones

Steel Minds Ingeniería se encuentra en una etapa inicial de formalización y consolidación en el mercado de Rinconada. A través del análisis situacional, se identificaron fortalezas, como su propio inventario de herramientas, un equipo experimentado y un enfoque en la satisfacción del cliente, estas características sumadas a su compromiso con la calidad y el cumplimiento de plazos consolidan su reputación como una empresa confiable en el mercado local. Sin embargo, también se destacaron áreas de mejora, como la limitada visibilidad de la marca, la falta de una infraestructura formal y herramientas tecnológicas.

Estas observaciones permitieron definir un marco estratégico, que incluye una misión, visión, valores y objetivos estratégicos, orientando las actividades y decisiones de la empresa. La misión establece su compromiso con la calidad, puntualidad y personalización, mientras que la visión proyecta a Steel Minds Ingeniería como un líder en el sector, reconocido por su excelencia. Este marco estratégico, alinea las operaciones actuales con metas a largo plazo, fortaleciendo su identidad corporativa en un entorno competitivo.

El análisis del mercado permitió identificar un público objetivo, compuesto principalmente por adultos entre 30 y 60 años, con un nivel socioeconómico medio-alto, que residen en Rinconada y valoran la calidad, funcionalidad y personalización en sus proyectos para viviendas y/o locales comerciales. De igual manera, se destacó la alta presencia de competencia informal en el sector, especialmente por trabajadores independientes que compiten en precios, lo que representa una barrera para captar ciertos segmentos, pero también una oportunidad para diferenciarse mediante una propuesta de valor clara y atractiva.

La propuesta de valor de Steel Minds Ingeniería está alineada con las necesidades y expectativas del mercado objetivo, ofreciendo atención personalizada, comunicación efectiva y cumplimiento de plazos. Además, se enfoca en transformar ideas en proyectos concretos con alta calidad y durabilidad, lo que facilita la captación de nuevos clientes y refuerza la fidelización de los actuales. Su enfoque integral, combinado con la experiencia técnica del equipo, fortalece la confianza con el cliente en cada etapa del proyecto.

En cuanto a los canales de comunicación, se propone una combinación de estrategias digitales y tradicionales para maximizar el alcance. Las redes sociales, como Instagram y Facebook, son herramientas esenciales para captar nuevos clientes mediante la publicación de proyectos, testimonios y contenido educativo. Complementando con estrategias tradicionales como la entrega de folletos, la participación en ferias y la publicidad radial, asegurando un enfoque integral que optimiza las oportunidades de interacción con los clientes y posiciona a Steel Minds Ingeniería como una opción confiable en el mercado local.

El plan de acción diseñado incluye actividades claves como la adquisición de un teléfono exclusivo, la habilitación de un espacio administrativo, la profesionalización de la imagen corporativa mediante uniformes y la implementación de un programa de referidos. Estas iniciativas, respaldadas por un cronograma y un presupuesto para los próximos dos años, aseguran una ejecución ordenada y sostenible. Estas acciones incrementarán la visibilidad de Steel Minds Ingeniería y mejorarán la interacción con los clientes.

El plan financiero proyectado para los próximos 24 meses demuestra que la estrategia de difusión es económicamente viable y sostenible, con un VAN positivo de \$34.158.320

y una TIR del 15% superior a la tasa de descuento anual. Estos resultados, destacan el potencial de Steel Minds Ingeniería para generar valor, aunque dependen en gran medida de su correcta estimación del valor de desecho, el cual se sustenta en factores como el crecimiento del equipo y la ampliación de la cartera de clientes.

El flujo de caja proyectado considera un crecimiento gradual en los ingresos impulsado por la estrategia de difusión. Durante el periodo evaluado, la incorporación de personal mejorará la eficiencia operativa y permitirá gestionar un mayor volumen de proyectos. Además, la planificación incluye medidas como la depreciación acelerada de activos y la recuperación del IVA, asegurando una estructura financiera equilibrada.

La continuidad operativa proyectada más allá del horizonte evaluado refuerza la capacidad de la empresa para generar ingresos sostenibles. En conclusión, el análisis integral

permitió diseñar una estrategia de difusión que potencia la visibilidad, reconocimiento, y crecimiento de Steel Minds Ingeniería en el sector de la construcción en Rinconada.

10. Recomendaciones

Para fortalecer la identidad de la marca y la presencia en el mercado, es determinante que Steel Minds Ingeniería tenga en consideración las siguientes recomendaciones:

1. Estrategias de Difusión Integral

La implementación de la estrategia de marketing combinada, tanto digital como tradicional, es crucial. En el ámbito digital, se sugiere enfocarse en campañas digitales efectivas, como el uso de redes sociales, publicidad pagada, campañas promocionales y contenido dinámico que destaque proyectos terminados y testimonios de clientes, además se sugiere establecer un calendario de publicaciones, las cuales ayudaran a captar la atención de nuevos clientes y mantener el interés de los actuales. En paralelo, es fundamental implementar acciones tradicionales como la distribución de folletos, la publicidad en radios locales y la participación en ferias, maximizando el alcance y reforzando el posicionamiento de la marca en el mercado

2. Incorporación de Tecnología

Para mejorar la eficiencia y competitividad de Steel Minds Ingeniería, es esencial implementar tecnologías avanzadas, como software de gestión de proyectos y planificación, un ejemplo de este puede ser Monday.com, una plataforma gratuita de gestión de proyectos que ofrece una interfaz intuitiva y personalizable, facilitando la organización y seguimiento de tareas. Sus funciones de automatización reducen tiempos dedicados a actividades repetitivas, minimizando errores y mejorando la coordinación. La integración con aplicaciones populares como Google Drive, Slack y Trello facilita la unificación de procesos. En particular, para el sector de la construcción, ofrece soluciones específicas como seguimiento de proyectos, programación de construcción y control de presupuestos. Por lo que implementar una herramienta como Monday.com permitirá a Steel Minds Ingeniería

optimizar recursos, controlar plazos y presupuesto, asignar tareas eficientemente y mejorar la comunicación con los clientes.

3. Diversificación de servicios

Steel Minds Ingeniería podría evaluar la ampliación de su oferta de servicios, incluyendo propuestas como la construcción sostenible y remodelaciones para accesibilidad en viviendas de adultos mayores. Estas iniciativas diversificarían las fuentes de ingreso, y permitirían a la empresa posicionarse como una opción innovadora y alineada con las necesidades emergentes del mercado, capturando nichos aún inexplorados.

4. Programas de fidelización

La creación de programas de fidelización, como descuentos exclusivos para clientes recurrentes o beneficios adicionales, fortalecerá la relación con los clientes actuales y fomentará la recomendación boca a boca. Asimismo, mantener una comunicación constante y personalizada reforzará la confianza en la empresa, fomentando relaciones a largo plazo que se traducirán en proyectos continuos y recomendaciones positivas, siendo una fuente clave para la captación de nuevos clientes. Por último, realizar seguimientos posteriores a la entrega de proyectos garantizará una mayor satisfacción y lealtad por parte de los clientes.

5. Expansión geográfica y alianzas estratégicas

Steel Minds Ingeniería debería considerar la expansión geográfica hacia comunas cercanas como Los Andes y San Felipe. Estas áreas presentan una oportunidad significativa de crecimiento al contar con una demanda potencial de servicios similares. La expansión debe realizarse de manera planificada, evaluando los recursos disponibles y asegurando que las operaciones actuales en Rinconada no se vean afectadas. Adicionalmente y junto a esto, se recomienda fortalecer su red de alianzas estratégicas, colaborando con arquitectos, diseñadores, ferreterías locales y proveedores de materiales. Esta sinergia reducirá costos operativos, abrirá nuevas oportunidades de negocio, consolidará la presencia de la empresa en el mercado local y potenciará su capacidad para atender proyectos más complejos.

6. Gestión financiera y control de desempeño

Es fundamental desarrollar un sistema formal de evaluación y control basado en indicadores claves de rendimientos (KPIs), que permitan monitorear aspectos como captación de nuevos clientes, conversión de proyectos y eficiencia operativa. Este sistema permitirá realizar ajustes oportunos en las estrategias implementadas maximizando los resultados obtenidos. Asimismo, es esencial asegurar el manejo cuidadoso de los recursos financieros, destinando fondos para contingencias y planificando inversiones futuras de manera detallada.

7. Comunicación de Valores Diferenciales

Steel Minds Ingeniería debe comunicar de manera consistente los valores que la diferencian de la competencia, especialmente frente a la informalidad que prevalece en Rinconada, esto implica fortalecer la comunicación de la propuesta de valor a través de canales digitales y tradicionales, destacando aspectos como la calidad garantizada, la atención personalizada y el compromiso con los tiempos acordados, aspectos que reflejan la profesionalidad y confianza de la empresa. Al resaltar estos valores la empresa reforzará la confianza de los clientes, contribuirán a contrarrestar el impacto de la competencia informal y posicionarán a la empresa como un actor destacado.

Con la implementación de todas las recomendaciones presentadas permitirá a Steel Minds Ingeniería consolidarse como un referente destacado en el sector de la construcción en Rinconada. Esto se logrará maximizando sus fortalezas, incrementando su visibilidad, reconocimiento y preferencia entre los clientes, fortaleciendo su competitividad y estableciendo las bases para un crecimiento sostenido a mediano y largo plazo.

11. Anexos

Anexo N°1: Entrevista a Trabajadores Independientes en Rinconada

El objetivo de las entrevistas es obtener información detallada sobre el funcionamiento y la oferta de servicios de trabajadores independientes en el sector de la construcción en Rinconada. Con esta información se busca identificar las fortalezas y limitaciones de estos profesionales para posteriormente, comparar sus características con las ventajas competitivas de Steel Minds Ingeniería.

Dichas entrevistas fueron realizadas de manera remota con una duración aproximada de 10 a 20 minutos cada una. Y a continuación se presenta un resumen de los principales hallazgos, organizados en función de las respuestas proporcionadas.

Nombre	Experiencia en el sector	Tipos de proyectos	Fortalezas	Limitaciones	Método de Captación de clientes	Nivel de Informalidad
Francisco Castillo	25 años	Construcciones de todo tipo	Relación cercana con el cliente, capacidad de adaptación	No realiza trabajos adicionales fuera de su especialidad	Recomendaciones de clientes previos y cuenta con amplia cartera de clientes	Informal
Juan Fernández	10 años	Trabajos de carpintería y terminaciones	Tarifas accesibles y flexibilidad	No realiza instalaciones eléctricas ni de plomería	Redes locales y boca a boca	Informal
Yordan Miranda	5 años	Remodelaciones y estructuras	Tarifas flexibles y buena relación con clientes	Limitación en el uso de materiales especializados	Referencia de clientes actuales	Informal

Anexo N°2

A continuación, se presenta la encuesta de satisfacción del cliente de Steel Minds Ingeniería, la cual ha sido mejorada. Anteriormente, la encuesta sólo contenía una pregunta que evaluaba el nivel de satisfacción general del cliente. Ahora, se ha ampliado para abarcar diversos aspectos con el objetivo de obtener una retroalimentación más detallada y precisa que permita identificar áreas de mejora y fortalecer la experiencia del cliente.



STEEL MINDS

INGENIERÍA

Encuesta de Satisfacción

Estimado cliente, en Steel Minds Ingeniería valoramos su opinión y nos esforzamos en brindar un servicio de excelencia. Por lo cual le invitamos a completar esta breve encuesta, cuya retroalimentación nos ayudará a mejorar continuamente nuestros servicios.
¡Gracias por su tiempo y confianza!

1. ¿Qué tan satisfecho/a está con el servicio recibido? *

1

2

3

4

5

Muy Insatisfecho

☐
☐
☐
☐
☐

Muy Satisfecho

2. ¿Cómo calificaría la calidad del trabajo realizado? *

1

2

3

4

5

Deficiente

☐
☐
☐
☐
☐

Excelente

3. ¿Cómo calificaría el cumplimiento de plazos acordados? *

1

2

3

4

5

Con retrasos significativos

☐
☐
☐
☐
☐

Cumplimiento a tiempo

4. ¿Cómo evaluaría la comunicación y atención recibida por parte de nuestro equipo durante el proyecto? *

	1	2	3	4	5	
Deficiente	☐	☐	☐	☐	☐	Excelente

5. ¿Cómo calificaría la actitud y profesionalismo de nuestro equipo? *

	1	2	3	4	5	
Deficiente	☐	☐	☐	☐	☐	Excelente

6. ¿Cómo evaluaría la limpieza y orden del área durante y después de la realización del proyecto? *

	1	2	3	4	5	
Deficiente	☐	☐	☐	☐	☐	Excelente

7. ¿Cómo considera la relación precio-calidad del servicio recibido? *

	1	2	3	4	5	
Deficiente	☐	☐	☐	☐	☐	Excelente

8. ¿Recomendaría a Steel Minds Ingeniería a otras personas o empresas? *

☐ Sí, definitivamente

☐ Probablemente

☐ No

9. ¿Hay algo que le gustaría que mejoráramos o algún comentario que quiera compartir con nosotros?

Tu respuesta

Enviar

Borrar formulario

Anexo N°3:

A continuación, se presentan una síntesis de los principales resultados obtenidos a partir de las respuestas de los entrevistados, los cuales están estructurados según los cuatros áreas de interés.

Pregunta	Cliente 1	Cliente 2	Cliente 3	Cliente 4	Cliente 5	Cliente 6	Cliente 7	Cliente 8
Nombre	María Angélica	Agustina	Pedro	Carlos	Francisco	Sebastián	Juan	Francisco
Datos	Presencial Octubre 2024	Presencial Octubre 2024	Telefónica Nov. 2024	Telefónica Nov. 2024	Telefónica Nov. 2024	Telefónica Nov. 2024	Telefónica Nov. 2024	Telefónica Nov. 2024
Perfil del Cliente								
Edad	38	45	52	41	50	36	47	58
Ocupación	Empleado	Independiente	Independiente	Empleado	Empresario	Empleado	Empleado	Empleado
Comuna	Rinconada	Rinconada	Rinconada	Rinconada	Los Andes	Rinconada	Rinconada	Rinconada
Propietario / Arrendatario	Arrendatario de vivienda	Propietario de vivienda	Propietario de local	Propietario de vivienda	Arrendatario de local	Arrendatario de vivienda	Propietario de vivienda	Propietario de vivienda
Tipo de proyecto	Remodelación de vivienda	Ampliación de vivienda	Remodelación de local	Ampliación de vivienda	Ampliación de local	Remodelación de vivienda	Construcción de vivienda	Remodelación vivienda (2)
Frecuencia	Según necesidades	Cada 2-3 años	1 vez al año	Según necesidades	1 vez al año	Según necesidades	Según necesidades	Según necesidades
Tiempo	Abril	Septiembre	Marzo	Enero	Agosto	Septiembre	Mayo	Febrero/ Julio
Factores de elección								
Factor de elección	Calidad	Sugerencia	Tiempo de entrega	Calidad	Tiempo de entrega	Precio	Calidad	Buena atención
Aspecto más valioso	Calidad	Atención personalizada	Tiempo de entrega	Calidad	Tiempo de entrega	Precio	Calidad	Comunicación
Medio de encuentro	Sugerencia	Sugerencia	Redes sociales	Sugerencia	Sugerencia	Sugerencia	Redes sociales	Sugerencia
Aspectos investigados	Calidad	Opiniones de clientes	Experiencia	Precio y calidad	Experiencia	Precio y calidad	Precio y calidad	Opiniones de clientes
Otras opciones	Trabajador independiente	Ninguna	CVA Ingeniería	Ninguna	Trabajador independiente	Trabajador independiente	Trabajador independiente	Ninguna

Opiniones sobre el servicio								
Calificación	9	10	10	9	10	9	10	10
Mejora sugerida	Publicidad	Canal de comunicación	Reforzar redes sociales	Lugar físico	Publicar más contenido	Mostrar tips y testimonios	Seguimiento y reportes	Usar canales tradicionales
Sugeriría	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Localidad	Si	Si	Indiferente	Si	Indiferente	Si	Si	Si
Expectativas y necesidades futuras								
Medio recomendado	Redes sociales	Redes sociales	Redes sociales	Tradicional	Tradicional	Redes sociales	Redes sociales	Volanteo
Suficiente visibilidad	No	No	No	No	No	No	No	No
Otros servicios	Asesoría técnica	Diseño de interiores	Eficiencia energética	Mantenimiento en general	Diseño de planos	Mantenimiento post proyecto	Reciclaje de materiales	Asesoramiento
Interés por información	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si

Anexo N°4:

A continuación, se presentan el respaldo de todos los valores considerados como costos en el Plan de Acción y en la proyección de costos.

1. *MOTOROLA Celular Smartphone Motorola G24 Power 256GB* | Falabella.com. (s. f.). Falabella. <https://www.falabella.com/falabella-cl/product/prod105980766/Celular-Smartphone-Motorola-G24-Power-256GB/17062310>
2. *Planes Móviles de Movistar.* (s/f). Oportunidades-movistar.cl. <https://oportunidades-movistar.cl/p/movil/movistar-movil.html>
3. *Silla PC Avignon Negro.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110050714/Silla-PC-Avignon-Negro/110050718?exp=so_com
4. *Escritorio negro 110x50x76.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/123493221/Escritorio-negro-110x50x76/123493222?exp=so_com
5. *Impresora multifuncional Canon pixma TR4522.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/118053795/Impresora-multifuncional-Canon-pixma-TR4522/118053796?exp=so_com
6. *TAG TECH Notebook TAG Tech Celeron 4GB RAM 256GB SSD + 64GB EMMC 14.1" Full HD* | Falabella.com. (s. f.). Falabella. <https://www.falabella.com/falabella-cl/product/15184540/Notebook-Tag-Tech-Celeron-4GB-RAM-256GB-SSD-+-64GB-eMMC-14.1-Full-HD/15184540>
7. *Zapato de Seguridad Hombre ED 106.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/124076095/Zapato-de-Seguridad-Hombre-ED-106/110308953?exp=so_com
8. *Polera cool dry manga larga azul talla m.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110289664/Polera-cool-dry-manga-larga-azul-talla-m/110289673?exp=so_com
9. *Pantalón Cargo Gris.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110282097/Pantalón-cargo-multibolsillos-rdl-gris-xl/110282100?exp=so_com
10. *Overol poplin azul marino con cinta reflectiva talla s.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110301655/Overol-poplin-azul-marino-con-cinta-reflectiva-talla-s/110301661?exp=so_com
11. *Chaleco Geólogo Reflectivo.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110276947/Chaleco-Geologo-Reflectivo/110277163?exp=so_com
12. *Lente de seguridad modelo spy flex plus visor claro.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110291523/Lente-de-seguridad-modelo-spy-flex-plus-visor-claro/110291524?exp=so_com
13. *Guante profesional cabritilla.* (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110304056/Guante-profesional-cabritilla/110304060?exp=so_com
14. *Bordado logo.* (s. f.). US Chile. <https://uschile.cl/bordado-logo>

15. *Instagram.* (s/f). *Instagram.*
https://www.instagram.com/b/2693821462299525392/?context=ads_manager_media_picker_unknown&flow_id=bfbbe938-ecf6-4be6-8462-002d13b3afc0
16. *Facebook.* (s/f). *Facebook.*
https://www.facebook.com/ad_center/create/boostpost/?ad_account_id=1187151724983902&entry_point=www_profile_plus_timeline&page_id=110348857428372&target_id=532087755254478
17. *Salario para Diseñador Gráfico en Chile - Salario Medio.* (s. f.). Talent.com. <https://cl.talent.com/salary?job=dise%C3%B1ador+gr%C3%A1fico>
18. *Flyers volantes publicitarios - | Macprint.cl.* (s. f.). Macprint Spa. <https://www.macprint.cl/compra-flyers-publicitarios-9-14cms/>
19. *Tarjetas de presentación.* (s. f.). Macprint Spa. <https://www.macprint.cl/tarjetas-de-presentacion/>
20. *Toldo plegable 3x3 m azul.* (s/f). Sodimac. <https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110574261/Toldo-plegable-3x3-m-azul/110574262>
21. *Mesa Plegable Tipo Maleta 180 cm Blanco | Tottus Chile.* (s. f.). Falabella. <https://tottus.falabella.com/falabella-cl/product/110354168/mesa-plegable-terrazza-fp/110354170>
22. *Pendón Roller Estándar.* (2019, abril 5). Creapublicidad.cl; Crea Publicidad. <https://www.creapublicidad.cl/producto/pendon-roller-estandar/>
23. El precio para participar en las ferias de emprendimiento se obtuvo tras una conversación con la organizadora del grupo, quién me informó que el costo mensual es de \$5.000.
24. *Salario para Part Time en Chile - Salario Medio.* (s. f.). Talent.com. <https://cl.talent.com/salary?job=part+time>
25. Editores de 2x3. (2024, 7 agosto). {{ nGMeta.title }}. 2x3. <https://www.2x3.cl/p/precios-locucion-voz?srsId=AfmBOooyWWqHsE6rTkK-Dh5K9AFI3IISVrTSUwjsIwRmnMpkfN3d9szE>
26. El costo de la publicidad en la radio de Rinconada es de \$20.000 mensuales, valor que fue confirmado tras consultar directamente con el locutor de la emisora.
27. *Salario para Administrador en Chile - Salario Medio.* (s. f.). Talent.com. <https://cl.talent.com/salary?job=administrador>
28. *Salario para Maestro Obras Civiles en Chile - Salario Medio.* (s. f.). Talent.com. <https://cl.talent.com/salary?job=maestro+obras+civiles>
29. *Salario para Ingeniero Mantenimiento en Chile - Salario Medio.* (s. f.). Talent.com. <https://cl.talent.com/salary?job=ingeniero+mantenimiento#:~:text=Los%20cargos%20de%20nivel%20inicial,m%C3%A1s%20experimentados%20perciben%20hasta%20%2422.652.>

Anexo N°5

A continuación, se presentan los ingresos proyectados para los próximos 24 meses. Cabe mencionar que enero de 2025 se considerará como el mes número 10 y esta numeración continuará de manera sucesiva.

	Año 2025											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Remodelación	\$ 694.444	\$ 744.444	\$ 794.444	\$ 844.444	\$ 894.444	\$ 944.444	\$ 994.444	\$ 1.044.444	\$ 1.094.444	\$ 1.144.444	\$ 1.194.444	\$ 1.244.444
Construcción /Ampliación	\$ 1.547.226	\$ 1.698.893	\$ 1.850.560	\$ 2.002.227	\$ 2.153.894	\$ 2.305.561	\$ 2.457.228	\$ 2.608.895	\$ 2.760.562	\$ 2.912.229	\$ 3.063.896	\$ 3.215.563
TOTAL INGRESOS	\$ 2.241.670	\$ 2.443.337	\$ 2.645.004	\$ 2.846.671	\$ 3.048.338	\$ 3.250.005	\$ 3.451.672	\$ 3.653.339	\$ 3.855.006	\$ 4.056.673	\$ 4.258.340	\$ 4.460.007

	Año 2026											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
Remodelación	\$ 1.294.444	\$ 1.344.444	\$ 1.394.444	\$ 1.444.444	\$ 1.494.444	\$ 1.544.444	\$ 1.594.444	\$ 1.644.444	\$ 1.694.444	\$ 1.744.444	\$ 1.794.444	\$ 1.844.444
Construcción /Ampliación	\$ 3.367.230	\$ 3.518.897	\$ 3.670.564	\$ 3.822.231	\$ 3.973.898	\$ 4.125.565	\$ 4.277.232	\$ 4.428.899	\$ 4.580.566	\$ 4.732.233	\$ 4.883.900	\$ 5.035.567
TOTAL INGRESOS	\$ 4.661.674	\$ 4.863.341	\$ 5.065.008	\$ 5.266.675	\$ 5.468.342	\$ 5.670.009	\$ 5.871.676	\$ 6.073.343	\$ 6.275.010	\$ 6.476.677	\$ 6.678.344	\$ 6.880.011

Anexo N°6

A continuación, se detallan los costos variables y fijos respectivamente, los cuales están proyectados para los próximos 24 meses, ajustados de acuerdo con la implementación gradual de las acciones establecidas en la carta Gantt.

COSTOS VARIABLES												
Año 2025												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Insumos y EPP	\$ 22.417	\$ 24.433	\$ 26.450	\$ 28.467	\$ 30.483	\$ 32.500	\$ 34.517	\$ 36.533	\$ 38.550	\$ 40.567	\$ 42.583	\$ 44.600
Combustible	\$ 179.334	\$ 195.467	\$ 211.600	\$ 227.734	\$ 243.867	\$ 260.000	\$ 276.134	\$ 292.267	\$ 308.400	\$ 324.534	\$ 340.667	\$ 356.801
Uniformes	\$ 224.870	\$ -	\$ -	\$ 10.280	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.280	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 426.620	\$ 219.900	\$ 238.050	\$ 266.480	\$ 274.350	\$ 292.500	\$ 310.650	\$ 328.801	\$ 357.231	\$ 365.101	\$ 383.251	\$ 401.401

Año 2026												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Insumos y EPP	\$ 46.617	\$ 48.633	\$ 50.650	\$ 52.667	\$ 54.683	\$ 56.700	\$ 58.717	\$ 60.733	\$ 62.750	\$ 64.767	\$ 66.783	\$ 68.800
Combustible	\$ 372.934	\$ 389.067	\$ 405.201	\$ 421.334	\$ 437.467	\$ 453.601	\$ 469.734	\$ 485.867	\$ 502.001	\$ 518.134	\$ 534.268	\$ 550.401
Uniformes	\$ 215.880	\$ 107.940	\$ -	\$ 10.280	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.280	\$ 107.940	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 635.431	\$ 545.641	\$ 455.851	\$ 484.281	\$ 492.151	\$ 510.301	\$ 528.451	\$ 546.601	\$ 575.031	\$ 690.841	\$ 601.051	\$ 619.201

	COSTOS FIJOS											
	Año 2025											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Plan de telefonía	\$ 8.792	\$ 8.792	\$ 8.792	\$ 8.792	\$ 8.792	\$ 8.792	\$ 10.990	\$ 10.990	\$ 10.990	\$ 10.990	\$ 10.990	\$ 10.990
Publicidad en redes sociales			\$ 72.425	\$ 72.425	\$ 72.425	\$ 72.425	\$ 72.425	\$ 72.425	\$ 72.425	\$ 72.425	\$ 72.425	\$ 72.425
Publicidad en radio local									\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
Participación en ferias						\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000
Impresión material visual				\$ 112.430	\$ 103.530	\$ 103.530	\$ 112.430	\$ 103.530	\$ 103.530	\$ 112.430	\$ 103.530	\$ 103.530
Materiales de oficina	\$ 50.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50.000	\$ -	\$ -	\$ -
Remuneraciones:												
Diseñador gráfico		\$ 44.304	\$ 44.304	\$ 44.304	\$ 44.304	\$ 44.304	\$ 44.304	\$ 44.304	\$ 44.304	\$ 44.304	\$ 44.304	\$ 44.304
Personal Part-Time					\$ 103.700	\$ 103.700	\$ 103.700	\$ 103.700	\$ 103.700	\$ 103.700	\$ 103.700	\$ 103.700
Ingeniero en mantenimiento	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Constructor	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000	\$ 1.120.000
Administración										\$ 852.715	\$ 852.715	\$ 852.715
TOTAL	\$ 2.178.792	\$ 2.173.096	\$ 2.245.521	\$ 2.357.951	\$ 2.502.751	\$ 2.457.751	\$ 2.468.849	\$ 2.459.949	\$ 2.529.949	\$ 3.341.564	\$ 3.332.664	\$ 3.332.664

	Año 2026											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Plan de telefonía	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441	\$ 11.441
Publicidad en redes sociales	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394	\$ 75.394
Publicidad en radio local	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820	\$ 20.820
Participación en ferias	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205	\$ 5.205
Impresión material visual	\$ 117.040	\$ 107.775	\$ 107.775	\$ 117.040	\$ 107.775	\$ 107.775	\$ 117.040	\$ 107.775	\$ 107.775	\$ 117.040	\$ 107.775	\$ 107.775
Material de oficina	\$ 52.050	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 52.050	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 52.050	\$ -	\$ -	\$ -
Remuneraciones:												
Diseñador gráfico	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120	\$ 46.120
Personal Part-Time	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952	\$ 107.952
Ingeniero en mantenimiento	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000	\$ 1.041.000
Constructor	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920	\$ 1.165.920
Administración	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676	\$ 887.676
Constructor extra			\$ 587.500	\$ 587.500	\$ 587.500	\$ 587.500	\$ 587.500	\$ 587.500	\$ 587.500	\$ 587.500	\$ 1.175.000	\$ 1.175.000
TOTAL	\$ 3.530.618	\$ 3.469.303	\$ 4.056.803	\$ 4.066.068	\$ 4.108.853	\$ 4.056.803	\$ 4.066.068	\$ 4.056.803	\$ 4.108.853	\$ 4.066.068	\$ 4.644.303	\$ 4.644.303

Anexo N°7

A continuación, se detalla el inventario de herramientas y equipos de Steel Minds Ingeniería. Cada elemento incluye su cantidad, precio unitario y total, organizado por grupos de herramientas y acompañado de su enlace de referencia, donde la mayoría de los enlaces provienen de Sodimac.

Herramientas Livianas	Cant.	Precio Unitario	Precio Total	Bibliografía
1. Mazo de goma 13oz	1	\$12.990	\$12.990	<i>Mazo de goma 13 onzas.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110047803/Mazo-de-goma-13-onzas/110047803?exp=so_com
2. Martillo de peña 24oz	2	\$7.990	\$15.980	<i>Martillo De Peña Mango De Fibra 24oz.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/114227349/Martillo-De-Pena-Mango-De-Fibra-24oz/114227350?exp=so_com
3. Martillo 16oz	2	\$6.990	\$13.980	<i>Martillo Mango De Fibra 16oz.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/113006097/Martillo-Mango-De-Fibra-16oz/113006098?exp=so_com
4. Alicata de punta 5" acero	2	\$7.145	\$14.290	<i>Alicate de punta 5" acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110272060/Alicate-de-punta-5-acero/110272066?exp=so_com
5. Alicata de corte 4 1/2" acero	2	\$12.392	\$24.784	<i>Alicate de corte 4 1/2" acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110274473/Alicate-de-corte-4-1-2-acero/110274476?exp=so_com
6. Alicata universal 4 1/2" acero	2	\$6.205	\$12.410	<i>Alicate universal 4 1/2" acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110242566/Alicate-universal-4-1-2-acero/110242571?exp=so_com
7. Caimán boca curva 10"	2	\$13.390	\$26.780	<i>Caimán Boca Curva 10" 84-369 Stanley.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/125946448/Caiman-Boca-Curva-10%C2%B4%C2%B4-84-369-Stanley/125946449?exp=so_com

8. Juego de llaves Allen de 2 a 19mm	2	\$31.900	\$63.800	<i>Juego de Llaves Allen Force de 2 A 19 mm - 13 Piezas.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/124112293/Juego-de-Llaves-Allen-Force-de-2-A-19-mm-13-Piezas/124112294
9. Juego de llaves punta corona 6 a 2mm	2	\$59.990	\$119.980	<i>Juego de Llaves Punta Corona 6 a 24mm 16pz 5161 Force.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/122845450/Juego-de-Llaves-Punta-Corona-6-a-24mm-16pz-5161-Force/122845451
10. Llave inglesa 15" acero	4	\$34.412	\$137.648	<i>Llave inglesa 15" acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110027542/Llave-inglesa-15-acero/110027544?exp=so_com
11. Juego de destornilladores 18pz	1	\$14.990	\$14.990	<i>Kit Set Juego Destornilladores 18 Piezas Makawa Mk0821.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/127299521/Kit-Set-Juego-Destornilladores-18-Piezas-Makawa-Mk0821/127299523?exp=so_com
12. Juego de destornilladores de precisión	1	\$21.990	\$21.990	<i>Juego Destornilladores Precisión Punta y Paleta 8pz 2087 Force.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/124610951/Juego-Destornilladores-Precision-Punta-y-Paleta-8pz-2087-Force/124610953?exp=so_com
13. Serrucho plegable 9"	1	\$8.990	\$8.990	<i>Serrucho plegable 9".</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/114194287/Serrucho-plegable-9-/114194288?exp=so_com
14. Serrucho costilla 14"	1	\$11.750	\$11.750	<i>Serrucho costilla 14".</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110049247/Serrucho-costilla-14-/110049254?exp=so_com
15. Serrucho carpintero 457mm	2	\$13.291	\$26.582	<i>Serrucho carpintero 457 mm acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110028151/Serrucho-carpintero-457-mm-acero/110028164?exp=so_com
16. Caja para inglete plástica	1	\$3.990	\$3.990	<i>Caja para inglete plástico.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/130607313/Caja-para-inglete-plastico/130607314?exp=so_com
17. Cortador de tubos PVC	1	\$7.390	\$7.390	<i>Cortador de tubos PVC.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110260349/Cortador-de-tubos-PVC/110260353?exp=so_com
18. Escuadras rápidas de aluminio	2	\$9.990	\$19.980	<i>Escuadra Rápida De Aluminio Macizo Carpintería.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/128028978/Escuadra-Rapida-De-Aluminio-Macizo-Carpinteria/128028979?exp=so_com

19. Escuadra metálica 12"	1	\$6.990	\$6.990	<i>Escuadra Metálica Carpintera 12" Aluminio Negro.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110189339/Escuadra-Metalica-Carpintera-12-Aluminio-Negro/110189340?exp=so_com
20. Escuadra metálica 8"	1	\$4.893	\$4.893	<i>Escuadra Metálica Carpintería 8" Aluminio Negro.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110174317/Escuadra-Metalica-Carpinteria-8-Aluminio-Negro/110174318?exp=so_com
21. Cintas métricas 10m	1	\$29.990	\$29.990	<i>Cinta Métrica Fatmax 10m33 Stanley 33-805s.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/121794208/Cinta-Metrica-Fatmax-10m33-Stanley-33-805s/121794209
22. Cinta métrica 8m	1	\$14.290	\$14.290	<i>Huinch de medir 8 metros metal.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110036409/Huinch-de-medir-8-metros-metal/110036411?exp=so_com
23. Cinta métrica 5m	1	\$9.490	\$9.490	<i>Huinch de medir 5 metros.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110052978/Huinch-de-medir-5-metros/110052980?exp=so_com
24. Cinceles	5	\$4.500	\$22.500	<i>Cinzel Punta Plana P Concreto 22x16x250mm.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/112768420/Cinzel-Punta-Plana-P-Concreto-22x16x250mm/112768421?exp=so_com
25. Espátula 5"	1	\$3.690	\$3.690	<i>Espátula flexible 5".</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110259677/Espatula-flexible-5-/110259679?exp=so_com
26. Espátula 6"	1	\$3.890	\$3.890	<i>Espátula flexible 6".</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110233193/Espatula-flexible-6-/110233200?exp=so_com
27. Espátula 3"	1	\$3.490	\$3.490	<i>Espátula flexible 3".</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110264541/Espatula-flexible-3-/110264542?exp=so_com
28. Espátula 2"	1	\$3.350	\$3.350	<i>Espátula flexible 2".</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110265021/Espatula-flexible-2-/110265027?exp=so_com
29. Llana acero 300x180mm	1	\$8.890	\$8.890	<i>Llana acero templado 300x180 mm.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110250133/Llana-acero-templado-300x180-mm/110250138?exp=so_com

30. Llana acero 10x23cm	1	\$2.790	\$2.790	<i>Espátula llana acero 10x23 cm.</i> (s/f). https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110163752/Espatula-llana-acero-10x23-cm/110163758?exp=so_com
31. Llana acero 280x130mm	1	\$7.690	\$7.690	<i>Llana acero templado 280x130 mm.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110267184/Llana-acero-templado-280x130-mm/110267201?exp=so_com
32. Llana dentada plástico 280x15mm	1	\$5.390	\$5.390	<i>Llana dentada plástico 280x150 mm.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110264714/Llana-dentada-plastico-280x150-mm/110264718?exp=so_com
33. Plana punta redonda	1	\$3.690	\$3.690	<i>Plana punta redonda 175mm.</i> (s/f). Falabella.com. https://sodimac.falabella.com/sodimac-cl/product/110183089/Plana-punta-redonda-acero-175-mm/110183105?exp=sodimac
34. Paleta plana triangular	1	\$5.990	\$5.990	<i>Paleta plana albañil triangular</i> (s/f). Falabella.com. https://sodimac.falabella.com/sodimac-cl/product/122274321/Paleta-Plana-Albanil-Triangular/122274322?exp=sodimac
35. Nivel con imán 3 burbujas	3	\$4.500	\$13.500	<i>Nivel Con Imán 3 Burbujas 24 Kamasa.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/124869483/Nivel-Con-Iman-3-Burbujas-24-Kamasa/124869484?exp=so_com
36. Niveles laser	1	\$53.990	\$53.990	<i>Nivel Laser Profesional 12 Líneas + Maletín + Trípode + 2 Baterías.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/120651121/Nivel-Laser-Profesional-12-Lineas+-Maletin+-Tripode+-2-Baterias/120651122?exp=so_com
37. Kit de formones para madera 8"	1	\$22.655	\$22.655	<i>Set de formones para madera 8" acero 4 unidades.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110043618/Set-de-formones-para-madera-8-acero-4-unidades/110043619?exp=so_com
38. Lima plana 6" acero	1	\$7.990	\$7.990	<i>Lima plana fina 6" acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110065509/Lima-plana-fina-6-acero/110065513
39. Lima redonda 8" acero	1	\$5.994	\$5.994	<i>Lima redonda 8" acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110047814/Lima-redonda-8-acero/110047820?exp=so_com

40. Lima triangular 5"	1	\$5.395	\$5.395	<i>Lima triangular 5" para serrucho.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110029445/Lima-triangular-5-para-serrucho/110029450?exp=so_com
41. Escuadra profesional	1	\$11.280	\$11.280	<i>Escuadra Profesional Carpintero Aluminio Negro.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/126042619/Escuadra-Profesional-Carpintero-Escuadra-Aluminio-Combinada-Negro/126042625
42. Pie de metro vernier 200mm	1	\$26.500	\$26.500	<i>Pie De Metro Vernier Análogo 200mm Total Tmt312001.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/120507413/Pie-De-Metro-Vernier-Analogo-200mm-Total-Tmt312001/120507414?exp=so_com
43. Pistola de pintura 500W	1	\$59.990	\$59.990	<i>Pistola para pintar 500 W.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110240830/Pistola-para-pintar-500-W/110240832?exp=so_com
44. Cortadora de cerámica y baldosa	1	\$293.990	\$293.990	<i>Cortadora porcelanato speed plus 62 Rubi.</i> (s/f). Easy. https://www.easy.cl/cortadora-porcelanato-speed-plus-62-rubi-1055175/p?skuId=13302
45. Remachadora con 60 remaches acero	1	\$14.990	\$14.990	<i>Remachadora con 60 remaches acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110064759/Remachadora-con-60-remaches-acero/110064769?exp=so_com
46. Pistola de calor eléctrica 2000W	1	\$61.990	\$61.990	<i>Pistola de calor eléctrica 2000W.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110233843/Pistola-de-calor-electrica-2000W/110233847?exp=so_com
47. Manguera de nivel 15m transparente	1	\$17.386	\$17.386	<i>Manguera de nivel 15 m transparente.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110029635/Manguera-de-nivel-15-m-transparente/110029636
48. Regla de aluminio 58x1200 mm	1	\$21.990	\$21.990	<i>Regla aluminio 58x1200 mm. Line master KWB.</i> (s/f). Easy. https://www.easy.cl/regla-aluminio-58x1200-mm-line-master-kwb-1108458/p?srsId=AfmBOopYdMDN0lnACJ6ohuwpR1IPKzk
49. Detector de voltaje	1	\$11.990	\$11.990	<i>Detector de voltaje</i> (s/f). Falabella. https://sodimac.falabella.com/sodimac-cl/product/110217106/Detector-de-voltaje/110217107
50. Multímetro digital	1	\$41.990	\$41.990	<i>Multitester digital Schneider.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110228034/Multitester-digital-Schneider/110228042?exp=so_com

51. Pinza amperimétrica 302 + 400a, 600v	1	\$159.900	\$159.900	<i>Pinza Amperimétrica Fluke 302+ 400a, 600v, Facturable.</i> (s/f). Mercadolibre.cl. https://articulo.mercadolibre.cl/MLC-938920529-pinza-amperimetrica-fluke-302-400a-600v-facturable-JM
52. Crimpeadora pelacables 9,2x2,5x20,8	1	\$19.990	\$19.990	<i>Crimpeadora pelacables 9,2x2,5x20,8 cm.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110255769/Crimpeadora-pelacables-9,2x2,5x20,8-cm/110255774?exp=so_com
53. Detector de fuga de gas	1	\$15.990	\$15.990	<i>Detector De Fuga De Gas Smart Sensor As 8800l.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/126583712/Detector-De-Fuga-De-Gas-Smart-Sensor-As-8800l/126583715?exp=so_com
54. Engrapadora metal 7,1x18x20,6cm	2	\$24.990	\$49.980	<i>Engrapadora metal 7,1x18x20,6 cm.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110052927/Engrapadora-metal-7,1x18x20,6-cm/110052928?exp=so_com
55. Pistola calafatera para siliconas	1	\$8.990	\$8.990	<i>Pistola calafatera para siliconas.</i> (s/f). Sodimac https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110312235/Pistola-calafatera-para-siliconas/110312240?exp=so_com
56. Lijadora banda 4x24"	1	\$189.990	\$189.990	<i>Lijadora Banda 4x24" (100x610mm) 940w Makita Mt M9400b.</i> (s/f). Sodimac. <a -(100x610mm)-940w-makita-mt-m9400b="" 113289828?exp='so_com"' href="https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/113289827/Lijadora-Banda-4x24">https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/113289827/Lijadora-Banda-4x24"-(100x610mm)-940w-Makita-Mt-M9400b/113289828?exp=so_com
57. Lijadora roto orbital eléctrica 300w	1	\$54.990	\$54.990	<i>Lijadora roto orbital eléctrica 300W.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110072040/Lijadora-roto-orbital-electrica-300W/110072041?exp=so_com
58. Carretilla	1	\$65.490	\$65.490	<i>Carretilla concretera acero 90 litros.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110167877/Carretilla-concretera-acero-90-litros/110167898?exp=so_com
Total		\$1.607.748	\$1.932.257	

Herramientas Pesadas	Cant.	Precio Unitario	Precio Total	Bibliografía
1. Palas	5	\$8.290	\$41.450	<i>Pala Punta huevo Acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110162784/Pala-Punta-huevo-Acero/110162793?exp=so_com
2. Picota de acero	1	\$35.590	\$35.590	<i>Picota de acero rojo con mango.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110184090/Picota-de-acero-rojo-con-mango/110184101?exp=so_com
3. Chuzo 1 ¼" x 1,75m	2	\$30.990	\$61.980	<i>Chuzo 1 1/4"x1,75 m acero.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110237774/Chuzo-1-1-4-x1,75-m-acero/110237783?exp=so_com
4. Taladro de impacto inalámbrico	1	\$179.990	\$179.990	<i>Taladro impacto inalámbrico 18V 13mm TP-CD 18/60 Li- i BL + 2 baterías 2.0 Ah + accesorios.</i> (s/f). Easy. https://www.easy.cl/taladro-impacto-inalambrico-18v-13-mm-tp-cd-18-60-li-i-bl-2-baterias-2-0-ah-accesorios-1381202/p?skuId=133773
5. Taladro percutor inalámbrico	2	\$74.990	\$149.980	<i>Taladro percutor inalámbrico 18V 13mm PXC TE-CD 18-2 Li solo Einhell.</i> (s/f). Easy. https://www.easy.cl/taladro-percutor-inalambrico-18v-13mm-pxc-te-cd-18-2-li-solo-einhell-1128715/p?skuId=17216
6. Atornillador de impacto inalámbrico	2	\$84.990	\$169.980	<i>Atornillador de impacto inalámbrico 18V TE-CI 18 Li.</i> (s/f). Easy. https://www.easy.cl/atornillador-de-impacto-inalambrico-18v-te-ci-18-li-solo-einhell-1122662/p?skuId=16515
7. Esmeril angular eléctrico 4.5"	1	\$89.990	\$89.990	<i>Esmeril angular eléctrico 4,5" 840W.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110042355/Esmeril-angular-electrico-4,5-840W/110042362?exp=so_com
8. Esmeril angular eléctrico 7"	1	\$169.990	\$169.990	<i>Esmeril angular eléctrico 7" 2200W.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110027480/Esmeril-angular-electrico-7-2200W/110027484?exp=so_com
9. Esmeril angular eléctrico 9"	1	\$169.990	\$169.990	<i>Esmeril angular eléctrico 9" 2200W.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110065114/Esmeril-angular-electrico-9-2200W/110065115?exp=so_com

10. Sierra caladora eléctrica	1	\$129.990	\$129.990	<i>Sierra caladora eléctrica 650W. (s/f). Sodimac.</i> https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110054419/Sierra-caladora-electrica-650W/110054422?exp=so_com
11. Sierra circular eléctrica	1	\$128.990	\$128.990	<i>Sierra circular eléctrica 7-1/4" 1800W. (s/f). Sodimac.</i> https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110059260/Sierra-circular-electrica-7-1-4-1800W/110059267?exp=so_com
12. Demoledor eléctrico	1	\$1.499.990	\$1.499.990	<i>Demoledor eléctrico 1510W 33.8 J. (s/f). Sodimac.</i> https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110029709/Demoledor-electrico-1510W-33.8-J/110029712
TOTAL		\$2.603.780	\$2.827.910	

Maquinaria	Cant.	Precio Unitario	Precio Total	Bibliografía
1. Escalera articulada 3,19m	1	\$59.990	\$41.450	<i>Escalera articulada multipropósito 3,19 metros 12 peldaños aluminio. (s/f). Sodimac.</i> https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/119498317/Escalera-articulada-multiproposito-3,19-metros-12-peldanos-aluminio/119498319?exp=so_com
2. Escalera articulada 5,7m	1	\$119.000	\$35.590	<i>Escalera Multipropósito 5,7mt 20 Peldaños. (s/f). Sodimac.</i> https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/116542184/Escalera-Multiproposito-5,7mt-20-Peldanos/116542185?exp=so_com
3. Escalera telescópica 8,53m	1	\$359.990	\$61.980	<i>Escalera telescópica 28 peldaños 8,53 m. (s/f). Sodimac.</i> https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/115975150/Escalera-telescopica-28-peldanos-8,53-m/115975151?exp=so_com
4. Andamios	4	\$166.600	\$179.990	<i>Andamio Importado Galvanizado Nuevo. (s/f). Mercadolibre.cl.</i> https://articulo.mercadolibre.cl/MLC-915350203-andamio-importado-galvanizado-nuevo- JM
5. Botonera 140L	1	\$446.990	\$149.980	<i>Betonera 140 Litros 0.75 HP Concretero 140 l. (s/f). Sodimac.</i> https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110061665/Betonera-140-Litros-0.75-HP-Concretero-140-l/110061667?exp=so_com
Total		\$1.152.570	\$1.652.370	

Bomba, Soldadora y otros.	Cant.	Precio Unitario	Precio Total	Bibliografía
1. Bomba sumergible	1	\$89.990	\$89.990	<i>Bomba sumergible 780W GC-DP 7835 Einhell.</i> (s/f). Easy. https://www.easy.cl/bomba-sumergible-780w-gc-dp-7835-einhell-1099415/p?skuId=15050
2. Soldadora arco manual 200A	1	\$289.990	\$289.990	<i>Soldadora arco manual 200 A.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110041464/Soldadora-arco-manual-200-A/110041472?exp=so_com
3. Equipo de oxicorte completo	1	\$169.990	\$169.990	<i>Equipo De Oxicorte Completo maleta Completa De Corte Soldar.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/125924733/Equipo-De-Oxicorte-Completo-maleta-Completa-De-Corte-Soldar/125924734?exp=so_com
4. Compresor de aire portátil	1	\$271.992	\$271.992	<i>Compresor de Aire Portátil 2 HP 50 Litros Euro 250.</i> (s/f). Sodimac. https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/articulo/110044000/Compresor-de-Aire-Portatil-2-HP-50-Litros-Euro-250/110044002?exp=so_com
5. Máscara para soldar fotosensible	1	\$39.990	\$39.990	<i>Máscara para soldar fotosensible negro OPTECH Steelpro.</i> (s/f). Easy. https://www.easy.cl/mascara-para-soldar-fotosensible-negro-optech-steelpro-838207/p?skuId=8978
Total		\$861.862	\$861.862	

Anexo N°8

A continuación, se presenta la proyección del calendario de depreciación para los próximos 24 meses. Tras consultar con un contador, se confirmó que la depreciación puede aplicarse mensualmente, lo cual facilita un control financiero más preciso y ajustado a los activos de Steel Minds Ingeniería.

CALENDARIO DE DEPRECIACIÓN																	
Nombre del Activo	Inversión Inicial	Vida Útil Normal	Vida Útil Acelerada	DPC anual	DPC mensual	Enero 2025	Febrero 2025	Marzo 2025	Abril 2025	Mayo 2025	Junio 2025	Julio 2025	Agosto 2025	Septiembre 2025	Octubre 2025	Noviembre 2025	Diciembre 2025
Computador y Teléfono	\$ 279.980	6	2	\$ 139.990	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666
Impresora	\$ 99.990	3	1	\$ 99.990	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 8.333
Silla, Escritorio, Stand	\$ 234.980	7	2	\$ 117.490	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791
TOTAL	\$ 614.950					\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789	\$ 29.789

Enero 2026	Febrero 2026	Marzo 2026	Abril 2026	Mayo 2026	Junio 2026	Julio 2026	Agosto 2026	Septiembre 2026	Octubre 2026	Noviembre 2026	Diciembre 2026
\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666	\$ 11.666
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791	\$ 9.791
\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457	\$ 21.457

12. Bibliografía

1. Ministerio de Economía (2023, 16 de junio). *Ministerio de Economía e INE presentan radiografía de las y los microemprendedores en Chile*. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. <https://www.economia.gob.cl/2023/06/16/ministerio-de-economia-e-ine-presentan-radiografia-de-las-y-los-micro-emprendedores-en-chile.htm>
2. Saez, B (2020, 27 de junio). *Emprendimiento y subsistencias: Radiografía a los microemprendimientos en Chile*. Estudios de la Fundación Sol https://www.fundacionsol.cl/cl_luzit_herramientas/static/wp-content/uploads/2020/06/Microemprendimiento-y-subsistencia-2019.pdf
3. La consolidación del emprendimiento en Chile | e-certchile. (s.f.). <https://www.e-certchile.cl/noticias/la-consolidacion-del-emprendimiento-en-chile>
4. Del congreso Nacional, B. (s.f.). *Biblioteca del Congreso Nacional*. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1010668>
5. Carter, T. (2021, 3 enero). La verdadera tasa de fracasos de las pequeñas empresas. *Entrepreneur*. <https://www.entrepreneur.com/es/startups/la-verdadera-tasa-de-fracasos-de-las-pequenas-empresas/404803#:~:text=Seg%C3%BAAn%20los%20datos%20de%20la,de%20las%20empresas%20habr%C3%A1n%20fracasado>
6. Luco, A. (2024, 10 marzo). ¿Por qué fracasan las PYMES? Business Consulting SpA. <https://www.businessconsulting.cl/por-que-fracasan-las-pymes/>
7. Porter, M. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. Harvard business review, 86(1), 78. https://aggiehorticulture.tamu.edu/faculty/hall/EAGL/Strategy_readings/Five_Forces_Update.pdf file:///C:/Users/dafne/Downloads/Porter-HBR.pdf
8. Sammut-Bonnici, T., & Galea, D. (2015b). PEST analysis. *Wiley Encyclopedia Of Management, I*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118785317.weom120113>

9. Porter, M. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: FreePress
10. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2023). *Síntesis de resultados EME VII*.
<https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2023/06/sintesis-de-resultados-eme-vii.pdf>
11. Kotler, P., & Armstrong, G. (s.f.). *Fundamentos del marketing*.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
12. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing (14° ed.)*.
<https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
13. O'Guinn, T. C., Allen, C. T., & Semenik, R. J. (s.f.). *Publicidad y promoción integral de marca*.
https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2016/08/0.-Publicidad_y_Promocion_Integral_de_Marca_O_Guinn_Thomas_.pdf
14. Rivera, D. (s.f.). análisis del entorno de la empresa [Tesis de licenciatura Universidad Rafael Belloso Chacín]. <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0095087/cap02.pdf>
15. Servicio de Impuestos Internos. (s.f.). *Estadísticas de empresas*.
https://www.sii.cl/sobre_el_sii/estadisticas_de_empresas.html
16. Inteligencia de Mordor. (s.f.). *Informe de mercado de construcción comercial en Estados Unidos*.
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/unitedstates-commercial-construction-market>
17. Cámara Chilena de la Construcción. (2023). *Informe sobre el sector de la construcción*. <https://www.ccs.cl/wp-content/uploads/2023/11/231123-CChC.pdf>
18. Instituto Nacional de Estadísticas de Chile. (s.f.). *Estadísticas*.
<https://www.ine.gob.cl/estadisticas>

19. Cámara Chilena de la Construcción. (s.f.). *Sitio web de la Cámara Chilena de la Construcción*. <https://cchc.cl/>
20. Del Congreso Nacional, B. (s. f.-b). *Biblioteca del Congreso Nacional*. www.bcn.cl/leychile. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=28650>
21. BCN. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (s. f.). *Reportes estadísticos 2023 de Rinconada Biblioteca del Congreso Nacional de Chile*. [bcn.cl. https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/repordpdf.html?anno=2023&idcom=5303](https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/repordpdf.html?anno=2023&idcom=5303)
22. *WEB DISEMINACIÓN CENSO 2017*. (s. f.). <http://resultados.censo2017.cl/Region?R=R05>