

CICLO DE CHARLAS ONLINE:

HOY MÁS QUE NUNCA: APOYAMOS TU GESTIÓN

Rentabilidad en Tiempo de Crisis





Objetivo

- Entregar una solución sencilla, práctica y rápida que permita mejorar su rentabilidad, equilibrar la Caja y aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes.
- Crecimiento continuo y permanencia en el tiempo.

Perspectiva Mundial “Lo peor esta por venir...”

PERSPECTIVAS DE LA ECONOMÍA MUNDIAL, OCTUBRE DE 2022

PROYECCIONES DE CRECIMIENTO POR REGIÓN

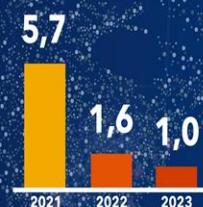
(VARIACIÓN PORCENTUAL)

Mundo



(crecimiento del PIB real, variación porcentual)

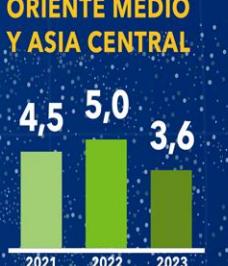
ESTADOS UNIDOS



ZONA DEL EURO



ORIENTE MEDIO Y ASIA CENTRAL



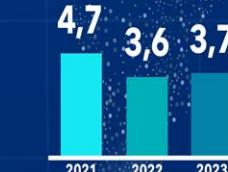
ASIA EMERGENTE Y EN DESARROLLO



AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



ÁFRICA SUBSAHARIANA

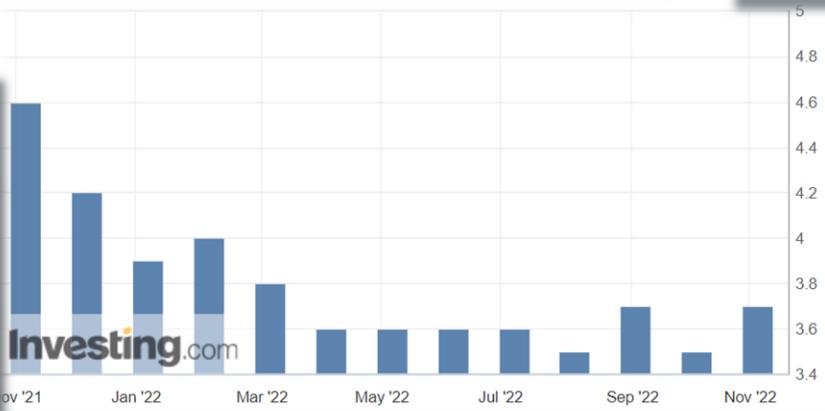


- Desaceleración generalizada
- Inflación más alta en varios decenios:
 - 2021 4,7%
 - 2022 8,8%
 - 2023 6,5%
- Endurecimiento condiciones financieras (costos financieros).
- Incertidumbre económica y geopolítica.

Economista jefe del FMI, Pierre-Olivier Gourinchas

Perspectiva USA

Inflación Interanual 2022



ESTADOS UNIDOS (22%) (15%-16%)

- IPC
 - Octubre 0,4%
 - Interanual 7,7%
- Banco Central (Fed)
 - Tasa 3,75%
 - Meta Inflación 2%
- Tasa Desempleo
 - Octubre 2022 3,7%
 - Nov 2021 4,7%
- Estimaciones PIB
 - -0,5% a 1%

Perspectiva China



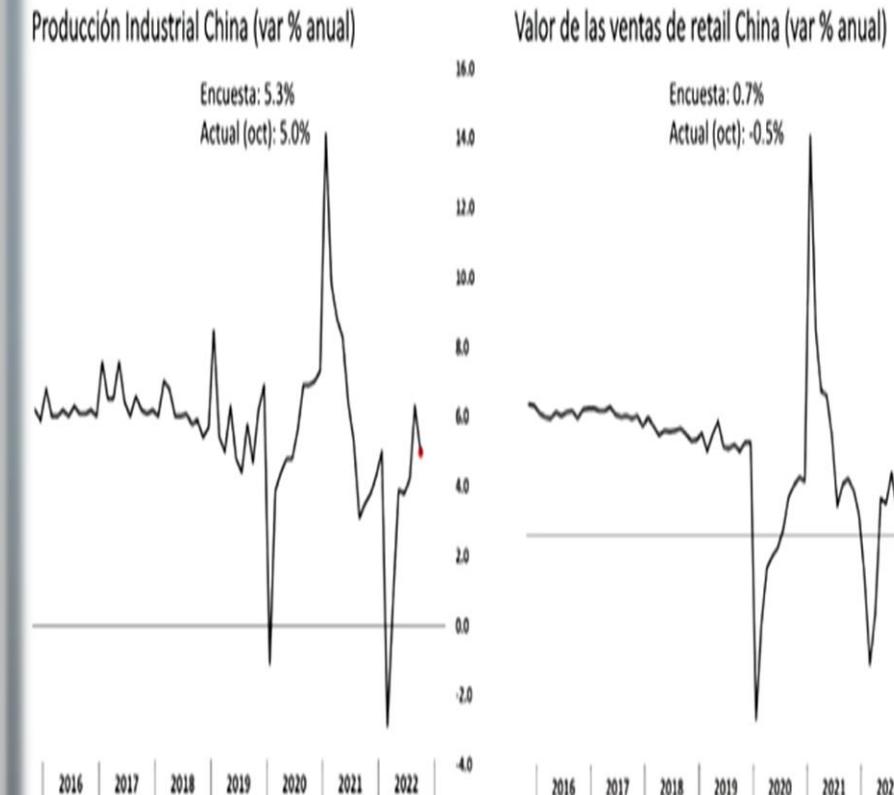
CHINA (>20%) (40% - 39%) Proyecciones económicas del FMI

• **3,2%** Crecimiento de China en 2022

- PIB 3,0% (interanual a Sep.)
 - Sector primario 4,2%
 - Industria 3,9%
 - Servicios 2,3%
 - Demanda Interna frágil
 - Desempleo Urbano 5,5%
-
- Cero Covid
 - Estabilidad Financiera
 - PIB 5,5%

• **4,4%** Crecimiento de China en 2023

...al mismo tiempo, las cifras económicas decepcionan, especialmente las ventas minoristas



Perspectiva País

Nuestras proyecciones

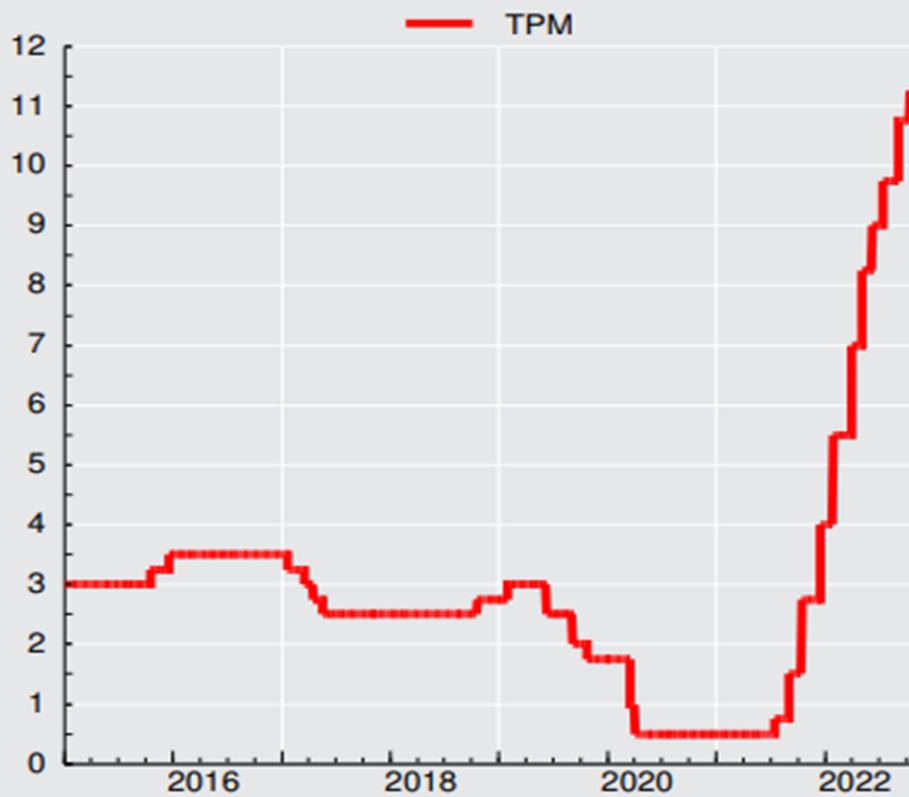
	2019	2020	2021	2022E	2023E
PIB	-1,1%	-5,8%	11,7%	2,2%	-0,8%
Consumo	0,8%	-6,8%	18,2%	1,8%	-3,0%
Inversión	4,2%	-11,5%	17,6%	-2,0%	-4,0%
Exportaciones	-2,3%	-1,0%	-1,5%	1,0%	4,9%
Importaciones	-2,3%	-12,7%	31,3%	2,1%	-4,3%
Desempleo	7,1%	10,3%	7,1%	8,4%	8,0%
IPC	3,0%	3,0%	7,2%	13,1%	5,0%
TPM	1,8%	0,5%	1,0%	11,3%	6,0%
BTU10	0,4%	-0,2%	2,3%	2,8%	2,9%
BTP10	3,2%	2,7%	5,9%	6,5%	6,2%
CLP	770	735	850	920	880

La CEPAL se alinea con el Banco Mundial y el FMI: "economía chilena se contraerá en 2023 y será la de peor desempeño en la región.

- Inestabilidad Política
- Agenda Social. Recaudación Fiscal (Reforma Tributaria)
- Desconfianza
- Inflación
- Alto costo financiamiento
- Política fiscal más estricta
- Disminución Producción de Cobre. Precio cobre inestable

Perspectiva País

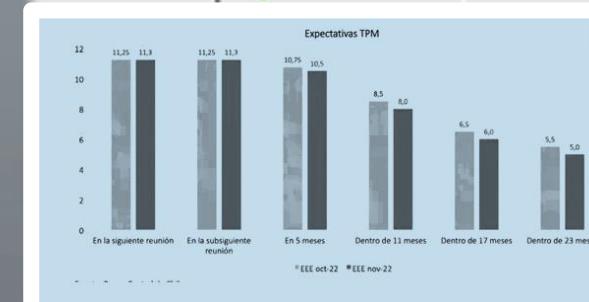
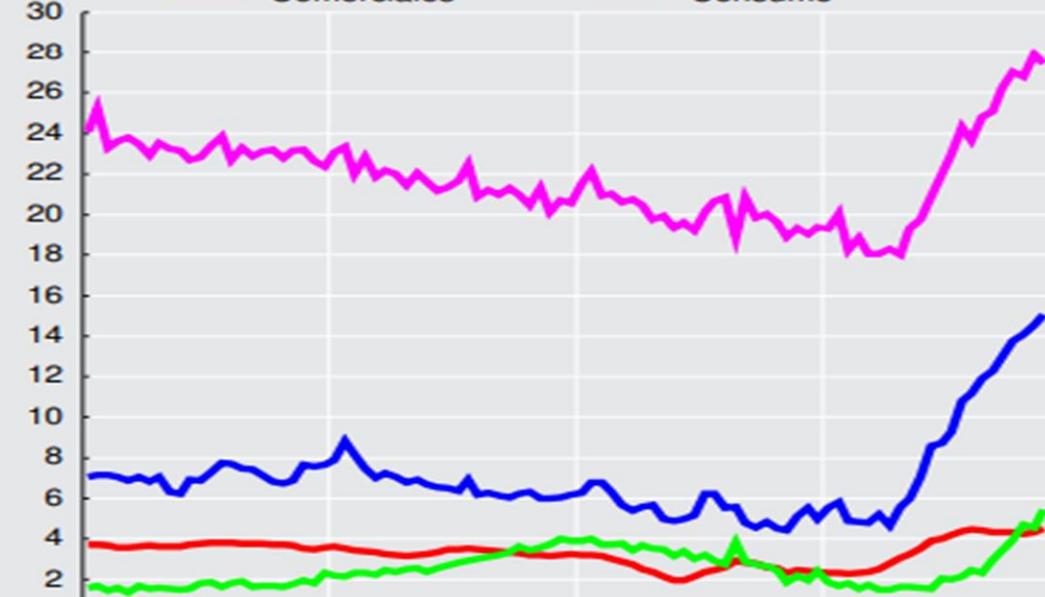
Tasas de política monetaria (porcentaje)



Fuente: Banco Central

Tasas de interés de colocaciones (porcentajes)

Vivienda
Comerciales
Comercio exterior
Consumo



Productividad

Tabla 9: Crecimiento de PTF sectorial hasta 2020

Sector	Crecimiento anual								
	1990-1995	1995-2000	2000-2005	2005-2010	2010-2015	2018	2019	2020	2015-2020
Agricultura, Caza y Pesca	5.8%	3.3%	6.7%	3.1%	1.0%	1.5%	-2.6%	8.9%	2.0%
Minería	1.5%	2.5%	-8.1%	-8.4%	-8.5%	1.9%	-7.3%	-2.5%	-2.7%
Industria	3.4%	0.9%	0.7%	-1.0%	-0.9%	2.4%	-3.3%	-2.7%	-1.5%
Electricidad, Gas y Agua	9.3%	-1.7%	1.8%	-6.3%	0.8%	2.3%	-11.3%	-7.1%	-4.1%
Construcción	2.5%	-0.7%	2.0%	-1.7%	-2.9%	-2.3%	-2.1%	-10.2%	-4.2%
Comercio, Hoteles y Restaurantes	6.8%	-1.2%	3.1%	3.6%	2.1%	-0.2%	-4.1%	5.1%	0.0%
Transporte y Comunicaciones	3.5%	2.8%	1.4%	-1.2%	2.3%	1.4%	2.9%	-7.3%	-0.1%
Servicios	1.7%	0.9%	3.0%	1.7%	-0.2%	-0.3%	-4.3%	-3.1%	-1.8%

Tabla 7: PTF utilizando crecimiento de tasa de empleo como ajuste al capital (2020-21)

Año	Econ. Agregada		Econ. Sin Minería
2020	-3.1%		-0.1%
2021	7.8%		8.5%

- Mide la eficiencia con la que los insumos de producción, como el trabajo y / o el capital, se utilizan en una economía para producir un nivel dado de producción.
- Dimensión clave del desempeño económico y un motor esencial de los cambios en los niveles de vida.

- Fuente CNP

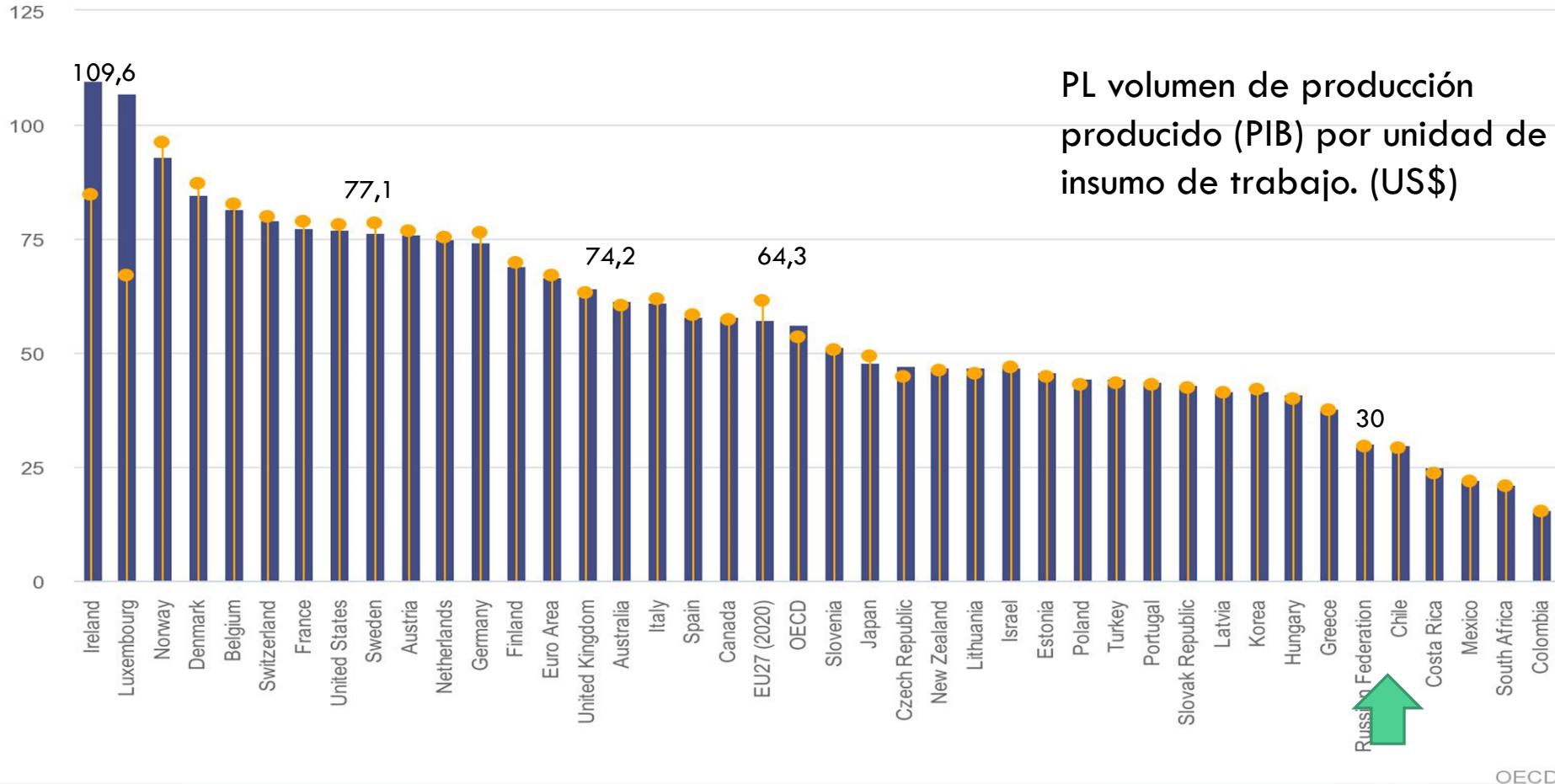
- Estima con base en la Productividad Total de Factores (PTF), fundada en la determinación de la razón entre el producto y un índice de los factores productivos utilizados.

Productividad Laboral Mundial

Labour productivity comparison across countries

GDP per hour worked and GNI per hour worked, current prices and current PPPs, 2019

■ GDP per hour worked ■ GNI per hour worked

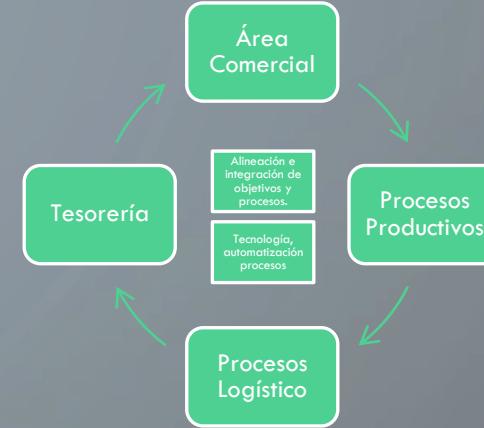


Fuente:

- OECD
- PIB / HH trabaja

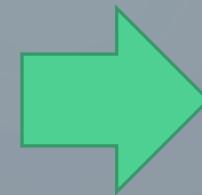
III. Proyectos Asimet Asesorías 2023

1. Proyecto de “Gestión Integral”.
2. Gestión Comercial en “Contracción Económica”.
3. Procesos Productivos modernos, continuos y eficientes.
4. Eficiencia y optimización en Operaciones Logísticas
5. Tesorería en Mercados Inflacionarios 
6. Contención de Costos. 
7. Nuevos Sistemas de “Control de Gestión”
8. Gestión Integral de Riesgos Corporativos (ISO 31000, COSO-ERM , Ley SOX)
9. Creencias – Motivaciones – Talentos. Integración Total 



¿Qué hacer?

Tecnologías y
Pandemia
(catalizador)
cambiaron el mundo



Convergencia de 4
tendencias:

- Transformación Digital
- Virtualización del trabajo
- Operaciones sin contacto
- Nuevas fuentes de talento



Cambiaron Reglas
del Juego

¿Qué hacer?

-Las filosofías (Modelos) de Gestión, usados para aumentar la productividad, eficiencia y resultado de la actividad operativa, no cambian (Lean, Six Sigma).

-La transformación digital es un proceso constante, que implica nuevas tecnologías y formas de trabajo, con el objetivo de optimizar las actividades operativas de la empresa. Ayudan a mejorar los resultados del Modelo de Gestión.

-De forma de mantener la competitividad a través de la innovación permanente.

-Lo que se requiere, en algunos casos, es modificar el “modelo operativo” y la “estructura organizacional”, como palanca para lograr cambio profundo en la empresa.

Las disciplinas de gestión atemporales cuentan con el apoyo de un conjunto de modernas herramientas tecnológicas.

Las cuatro disciplinas están interconectadas y se refuerzan mutuamente

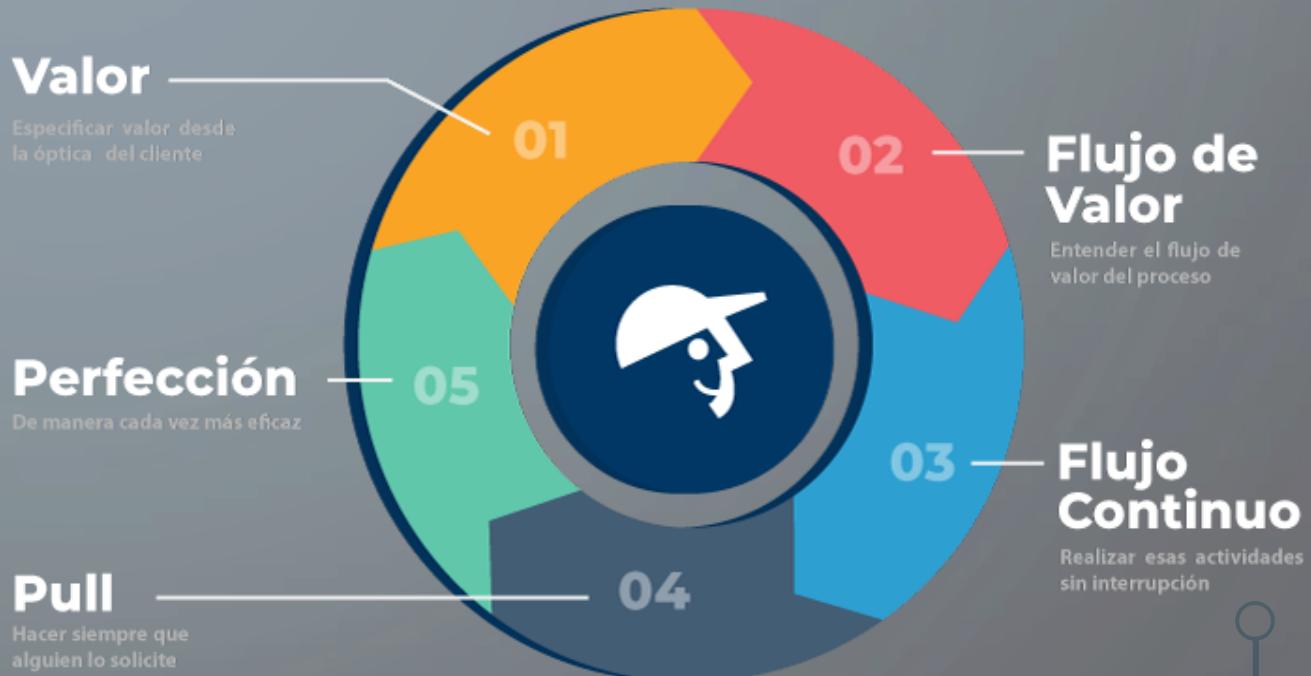
			
Disciplinas	Conectar la estrategia, los objetivos y un propósito trascendente	Descubrir una mejor manera de trabajar	Entregar valor a los clientes de manera eficiente
Qué está cambiando	Métodos más ambiciosos, iterativos y colaborativos para movilizar a la organización en pos de aspiraciones y metas comunes	Utilizar el poder de los datos corporativos para descubrir oportunidades para mejorar la manera de trabajar	Proveer al personal la tecnología necesaria para reaccionar a las oportunidades y sostener las mejoras en el tiempo

Ej. Modelo LEAN

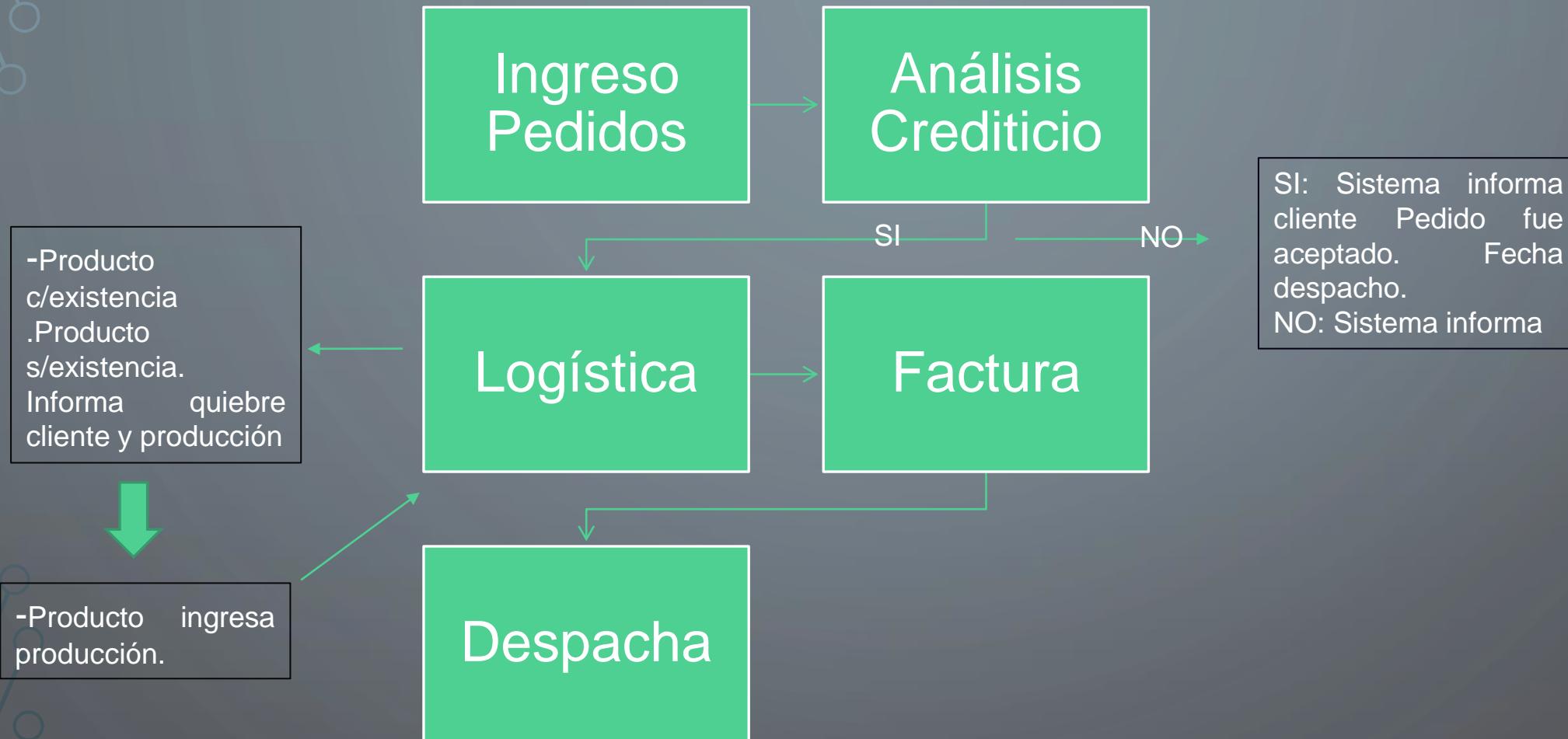
LEAN Filosofía de gestión, que busca satisfacer las necesidades y expectativas del Cliente, con el menor consumo de recursos, a través de la continua eliminación de desperdicios, variaciones e inflexibilidades.

Lean busca crear el mayor valor para el cliente, minimizando los recursos, el tiempo, la energía y el esfuerzo, a través de:

- Entender lo que realmente está pasando en el lugar donde se crea el valor, gemba.
- Mejorar los procesos mediante los cuales los productos y servicios son creados y entregados.
- Desarrollar la capacidad de las personas, a través de la resolución de problemas y el coaching.
- Desarrollar líderes y un sistema de gestión eficaz.

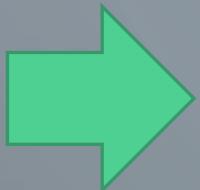


¿Qué hacer?

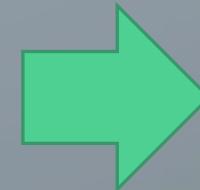


¿Qué hacer?

Optimizar
Áreas
Operativas



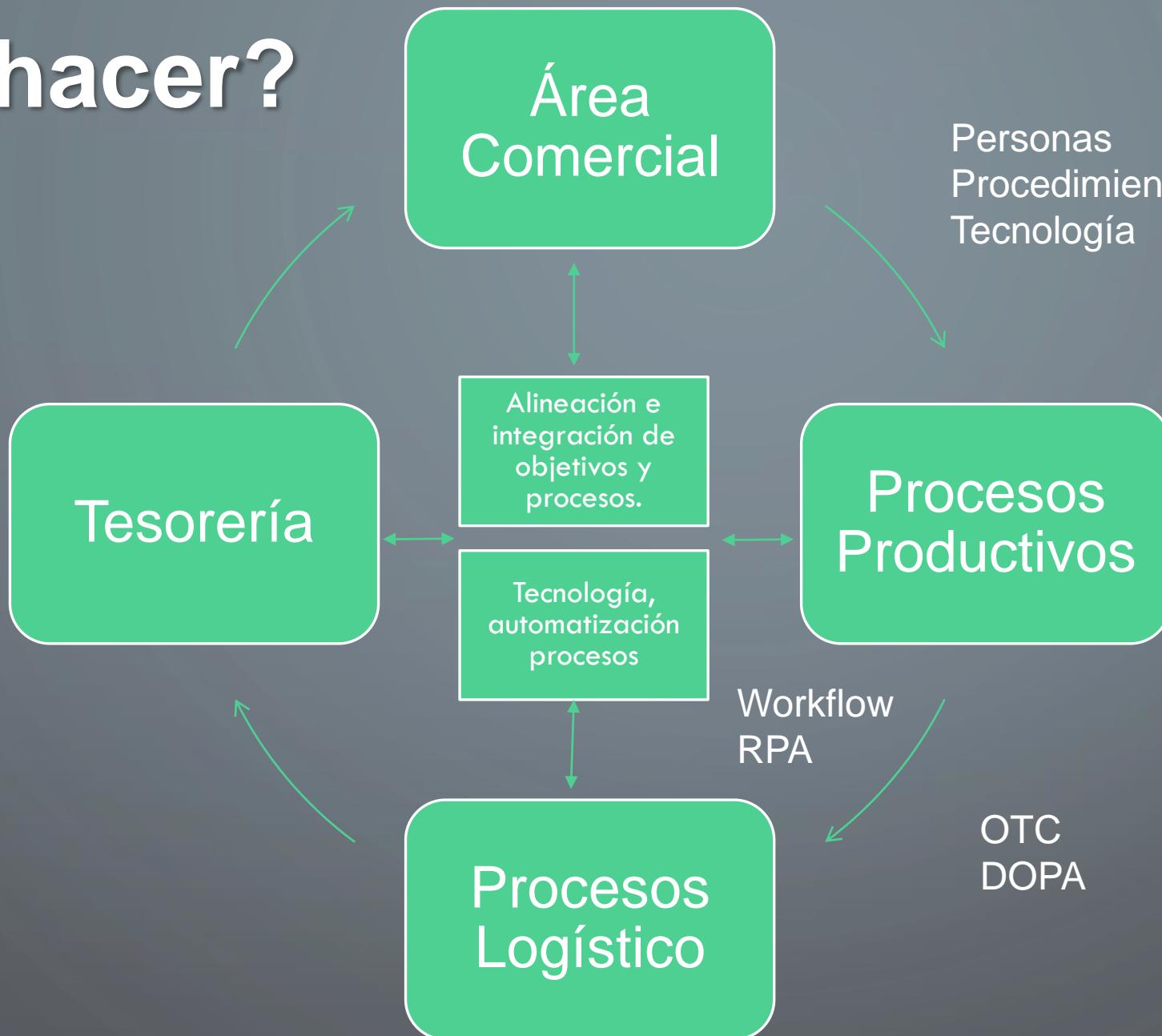
-Alinear
-
Integrar



- Equipos - Cultura
- Procesos
- Tecnología

- “Contención de Costos” (implícita)

¿Qué hacer?



- Optimiza toda actividad operativa.
 - A través modelos de gestión, herramientas y tecnología.
 - Operaciones sin pérdida, con alta productividad, eficiencia y competitividad

¿Qué hacer?



Área Comercial

Problemática

- Precios muy bajos (Competencia).
- Alto nivel de Ventas productos menor margen.
- Clientes no rentables.
- Pérdida Clientes.
- Menores ingresos, menores márgenes
- Mayor existencia, obsolescencia, mermas y costos almacenaje
- Falta fidelización clientes
- No hay áreas de negocios, ni productos nuevos.
- No se captan nuevos clientes
- Vendedores poco preparados, con poca productividad.
- Falta Motivación vendedores
- Vendedores no les importa la cobranza
- Índice retorno campañas marketing
- Proyecciones venta erróneas (mayor existencia, quiebres)
- Falta Control (facturas erróneas, problemas pago, etc.)

Medios

- Identificación fortalezas y oportunidades.
- Solución amenazas y debilidades
- Estrategias de Diferenciación, y posicionamiento
- Estrategia Comunicacional (KPI)
- Control de Gestión Comercial
- Desarrollo de herramientas analíticas (reportes): Cuadros de Mando, Dashboards (Google Sheets, Google Data Studio) Power BI, Tablas Dinámicas, Net Promote Score (NPS).
- Modelos Gestión Comercial: CRM
- Workflow Digitalizados, RPA.
- Desarrollo capacidad personas: Gestión de Cambio.
- Comportamiento Innovador

Resultados

- Control de la Gestión Comercial.
- Aumento en los precios y el margen.
- Aumento Ingresos.
- Mejora continua de la Cartera de Clientes
- Mejora continua de la Cartera de Productos.
- Visibiliza la información (reportes y automatización)
- Optimizan los procesos y la comunicación entre áreas.
- Aumenta rentabilidad, se mejora la recuperación de dinero y se optimiza el nivel de inventarios.
- Anticipa tendencias y cambios.
- Se generan nuevas Ventajas competitivas.
- Automatización procesos
- Nuevas oportunidades negocios.
- Aumenta Nivel Satisfacción clientes.

Área Producción

Problemática

- Control procesos productivos.
- Procedimientos no estandarizados.
- Problemas de calidad. (No hay estándares)
- Continuos reprocesos por fallas productos.
- Tiempos producción excesivos.
- Aumento Costos variables y Fijos.
- Menor Producción.
- No hay economías de escala.
- Información errada o escasa.
- Mala Planificación Producción.
- Mala comunicación inter áreas.
- Falta liderazgo.
- Problemas de motivación.
- Equipos ineficientes o mala utilización de los mismos.

Medios

- Análisis de procedimientos y Políticas (Order To Cash).
- Modelos: Lean manufacturing, Six Sigma, Kaizen, JIT.
- Herramientas: T.P.M., Flujo Continuo, RCM, Kanban, OEE, Poka Yoke, VSM, DOPA,
- Desarrollo capacidad personas: Gestión de Cambio.
- Comportamiento Innovador. Formas de pensar y actuar.
- Desarrollo de Líderes.
- Workflow digitalizados, RPA.

Resultados

- Control y reducción costos.
- Productividad.
- Calidad (costo – beneficio)
- Flexibilidad.
- Seguridad
- Limpio (ecológico)
- Control Procesos Productivos (Kpi).
- Visibiliza la información (reportes)
- Modelo Planificación Producción eficiente.
- Gestión Activos Productivos (confiabilidad máquinas)
- Inventarios mínimos.

Procesos productivos modernos, continuos, altamente eficientes, capaces de capitalizar las nuevas tecnologías, optimizando y automatizando las operaciones.

Área Tesorería

Problemática

- Plazos de pago excesivos (días calle)
- Alta Morosidad
- Problemas de liquidez, Desequilibrio de Caja.
- Problemas Fuente de Financiamiento
- Proyecciones Caja erróneas.
- Aumento gastos financieros.
- Falta de recursos para invertir
- Falta Control Gestión
- Pérdida Clientes
- Riesgo Clientes no proporcional a su capacidad financiera

Medios

- Procedimientos y políticas (Order To Cash, RPA): Crédito y cobranzas, políticas formas de pago, plazos, reprogramación deudas, ejecución situaciones no pago, calculo y asignación Líneas de Crédito, políticas bloqueo y desbloqueo de clientes.
- Sistematización y conexión a Ingreso Pedidos.
- Sistemas de Gestión tesorería: TMS, Kyriba, Orama, digitalización procesos Workflow.
- Procedimientos y políticas de pago proveedores

Resultados

- Control y Planificación de la liquidez.
- Gestión de las necesidades y excedentes a corto plazo.
- Control y visibilidad real de las CC. (visibiliza la información)
- Pagos en línea y conciliación bancaria
- Control de Gestión (KPI): días calle, morosidad, riesgo clientes, riesgo empresa, gasto financiero, liquidez inmediata, ratio cobertura
- Control pagos proveedores: plazos de pago, morosidades.
- Gestión de Seguros.
- Almacenamiento de todos los soportes de las transacciones.
- Modelo Organizacional.

Área Logística

Problemática

- Fill Rates bajos (duplicidad despachos)
- Demora en los despachos
- Envía productos a otros destinos
- Errores en los productos despachados
- Problemas entre los transportes y los clientes.
- Cliente no recibe parte o la totalidad de la mercadería, vendedor no contesta.
- Cliente devuelve productos
- Dirección cliente no corresponde.
- Falta de trazabilidad camiones
- Altos niveles de Obsolescencia, Mermas y pérdidas en inventarios.
- Espacio desaprovechado
- Inventario desactualizado
- Falta de Gestión de control(KPI)
- Falta de inventario/inventarios extras.
- Costos excesivos

Medios

- SGA:
Multi Carrier Shipping, WMS, Yard Management System y Supply Chain Analytics software y otros.
- BlockChain, IoT, IA, Rastreo Satelital, etc.
- Logística Inversa.
- Desarrollo capacidad personas: Gestión de Cambio.
- Comportamiento Innovador. Formas de pensar y actuar.
- Desarrollo de Líderes.

Resultados

- Eficiencia y optimización en las operaciones logísticas.
- Flexibilidad.
- Adaptabilidad.
- Calidad del servicio.
- Control de Gestión: Fill rate, lead time, % entregas perfectas, % de averías, errores dirección, costo/despacho, picking, packing, niveles inventario, costo/unidad almacenada, nivel utilización almacenamiento, mermas, pérdidas, obsolescencia, costos, calidad servicio. Indicadores transporte y distribución.
- Visibiliza la información (reportes).
- Optimización costos (costo - servicio)

¿Qué hacer?

Pero, todo esto será llevado a la práctica y continuado por personas, cuyas actitudes y aspiraciones son distintas y han cambiado sustancialmente.

Distancia

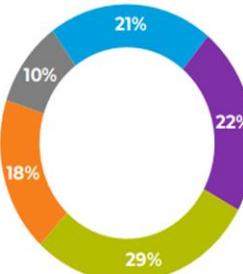
Cómo reconstruir la confianza en la empresa y cómo volver a conectar a las grandes corporaciones con la sociedad, con los trabajadores y con los clientes.

Características de las empresas

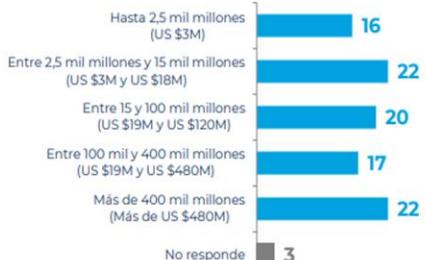
%



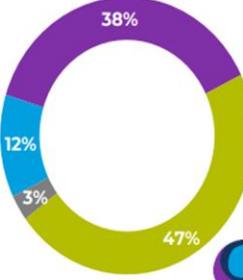
Cantidad de trabajadores/as



Rango de facturación



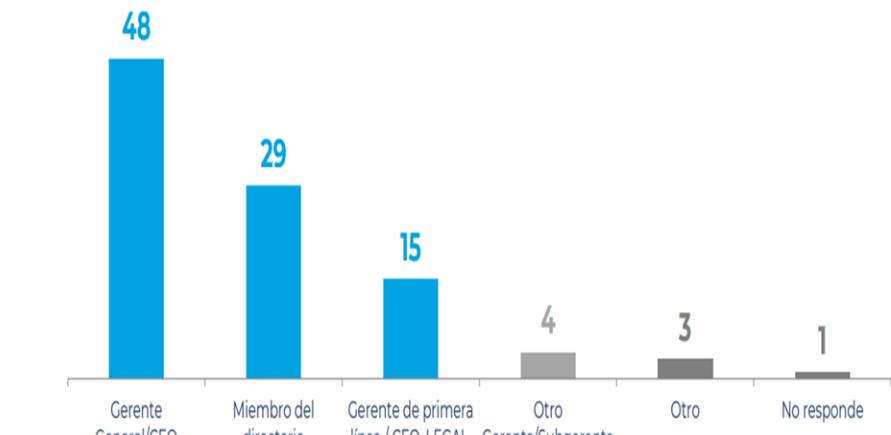
Percepción de tamaño



Rol en la empresa u organización

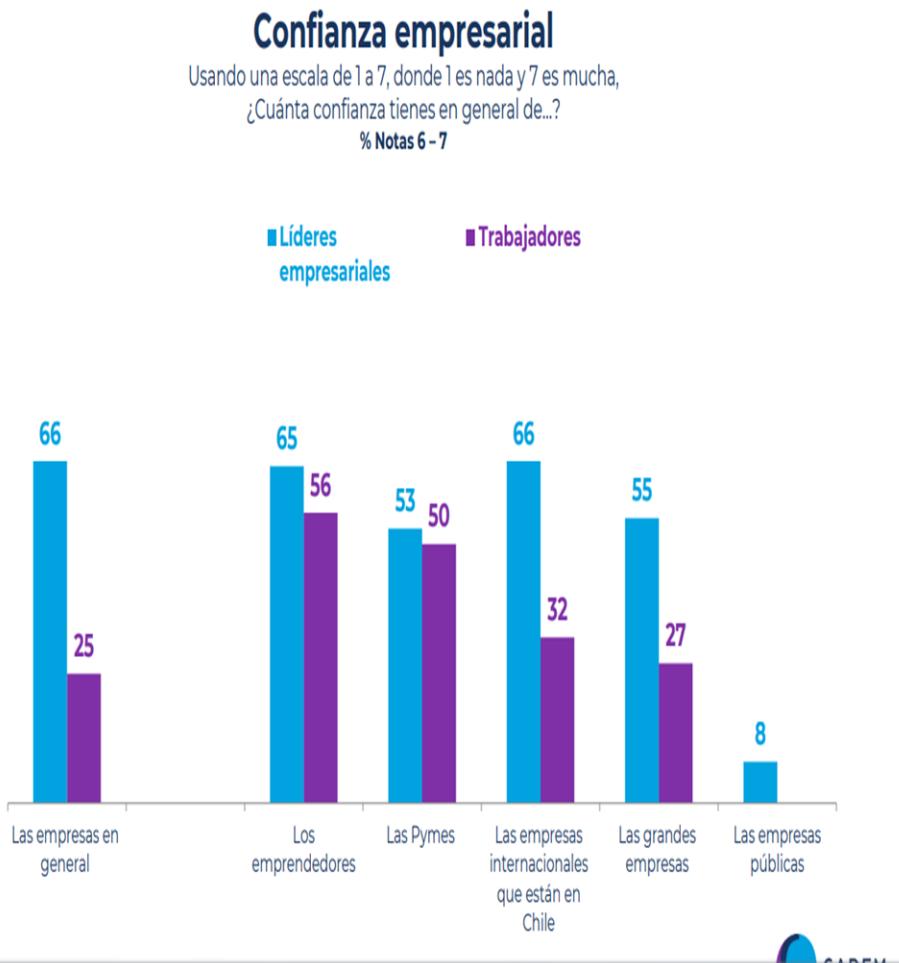
¿Cuál es tu rol actual en la empresa/organización?

%



Fuente:
-PwC
-CADEM

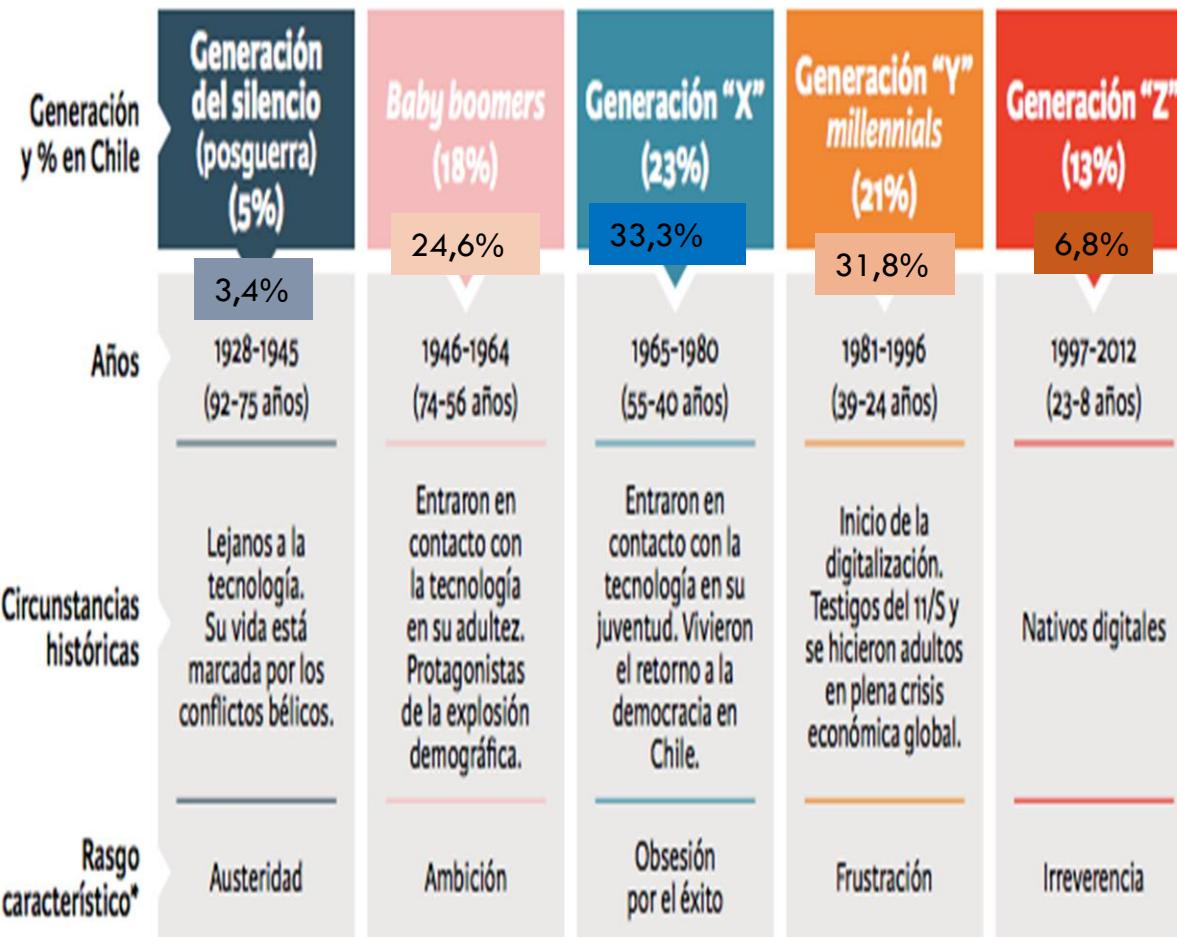
Distancia



- Al analizar los resultados, estos muestran una preocupante distancia entre lo que piensan los gerentes generales y directores de empresas respecto de la opinión de los trabajadores de éstas.
- El 40% de los líderes empresariales piensa que las grandes firmas aportan a la sociedad, pero solo el 15% de los trabajadores lo cree.
- Nivel de confianza que tienen hacia las grandes organizaciones. Mientras el 55% de los líderes empresariales confía en ellas, solo un 27% de los trabajadores y de la opinión pública piensa igual.
- Sin embargo, al mismo tiempo, el 50% de los trabajadores y el 53% de los líderes dice tener gran confianza en las pymes.

Comportamiento Generacional

DEL SILENCIO AL DESCONTROL: LAS GENERACIONES EN EL SIGLO XX



Fuente: Pew Research Center / CTK febrero 2020/ *INE, España, 2015.



CARACTERÍSTICAS DE LAS GENERACIONES QUE CONVIVEN EN LA EMPRESA



Baby Boomers

(Nacidos entre 1945-1964)

Características fundamentales:

- Repetían las estructuras corporativas
- Tienden a desarrollar toda su carrera dentro de la compañía
- Aprecian al máximo la estabilidad
- Compensan su aversión al riesgo y a la innovación con una gran capacidad de trabajo y sacrificio
- Les estimulan los retos asociados a oportunidades de crecimiento
- Reclaman más información
- Son más observadores que actores
- Para ellos el uso de las tecnologías es muy limitado



Generación X

(Nacidos entre 1965-1981)

Características fundamentales:

- Aceptan las órdenes de la jerarquía institucional
- Mantienen la pasión por el trabajo
- Tratan de equilibrar su tiempo de trabajo con su vida familiar y actividades de ocio
- El futuro es su gran preocupación
- Se han adaptado a los cambios en los sistemas de información y en el manejo de las nuevas tecnologías
- Son excelentes gestores de equipos, capaces de unir sinergias entre todas las generaciones



Generación Y o millennials

(Nacidos entre 1982-1994)

Características fundamentales:

- Acceden al mercado laboral en plena crisis económica
- Priman su propia felicidad, la flexibilidad y el buen ambiente laboral
- Lo más importante no es tanto el salario sino sentir que su labor tiene un impacto social
- Les gusta sentirse valorados, saber que tienen posibilidad de desarrollo
- Reconocen el liderazgo que marca la experiencia
- Fomentan una cultura corporativa cooperativa y flexible
- Dominan varias disciplinas, la tecnología (1ª generación nativa digital), la creatividad y la pasión
- Permanecen en sus puestos de trabajo unos 2/3 años



Generación Z o Centennials

(Nacidos desde 1995-Act.)

Características fundamentales:

- Su entorno es muy competitivo, con altos niveles de exigencia y de incertidumbre
- Visión pesimista sobre el futuro porque crecieron en época de recesión económica.
- Proclives a la autoformación
- Asocial el éxito al prestigio social
- Dan mucha importancia a la flexibilidad y a la libertad
- Son más emprendedores
- Buscan trabajos flexibles, a distancia, que les permitan realizar varias actividades a la vez
- Su entorno es volátil e inmediato y necesitan estar permanentemente conectados

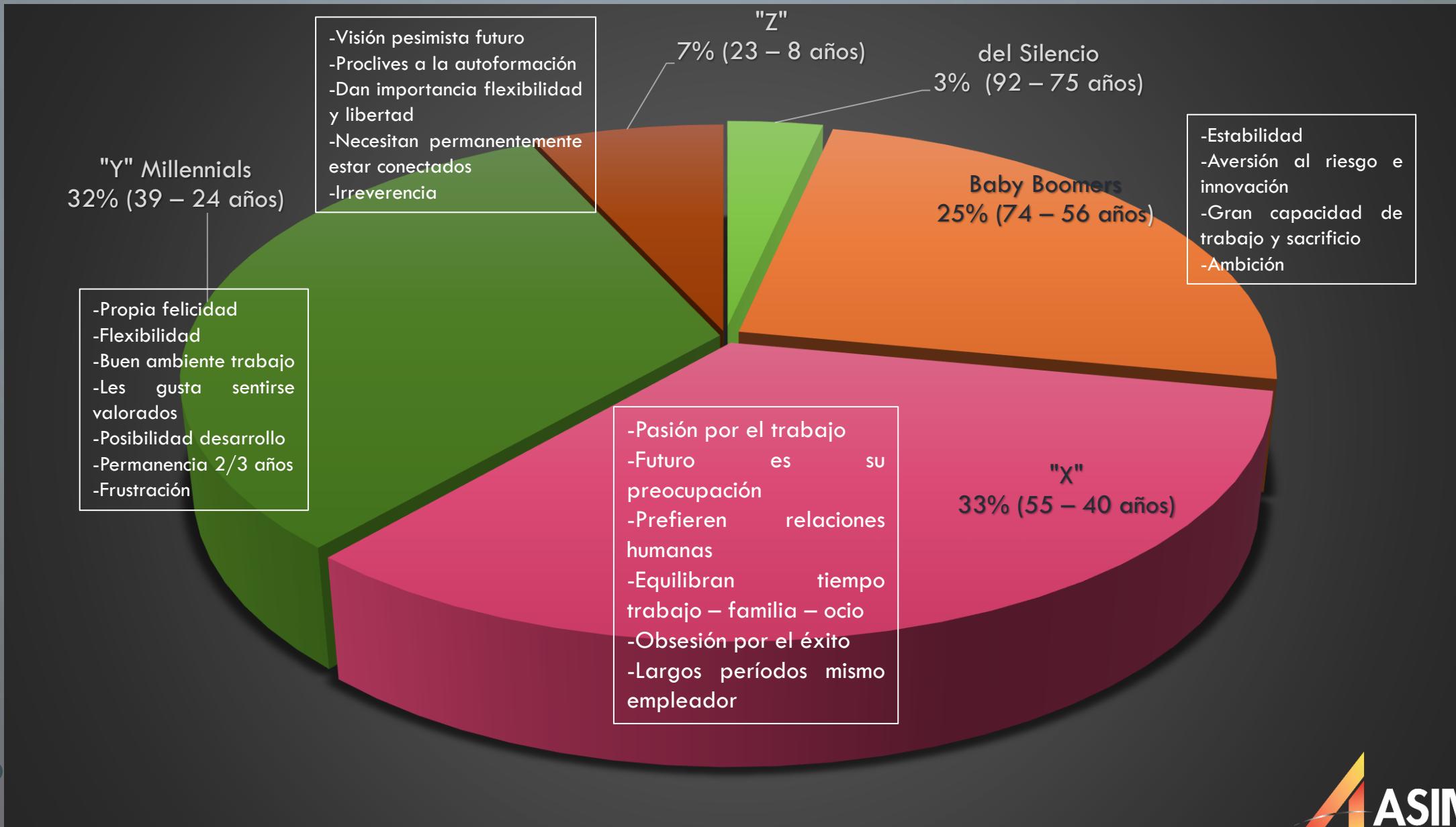
Comportamiento Generacional

Tiempo que lleva trabajando en la misma empresa	Millennials		Generación Y	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menos de 1 año y hasta 2 años	73%	85%	61%	54%
Más de 2 años y hasta 4 años	17%	11%	22%	31%
Más de 4 años	10%	4%	17%	15%

HOMBRES		MUJERES	
El Salario y beneficios económicos	23%	El Salario y beneficios económicos	21%
		Equilibrar mi vida personal y laboral	21%
Buen ambiente de trabajo	17%	Buen ambiente de trabajo	19%
Equilibrar mi vida personal y laboral	16%	Desarrollo profesional	15%

Fuente: ESE estudio de nuevas generaciones en Chile

Fuerza Laboral Chile

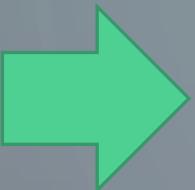




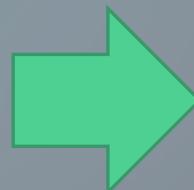
Para que la selección sea
justa, todos tienen que
presentar el mismo examen:
por favor suban el árbol

¿Qué hacer?

Optimizar
Áreas
Operativas



-Alinear
-Integrar



- Equipos - Cultura
- Procesos
- Tecnología

“ALINEACIÓN E INTEGRACIÓN MENTAL”
Modificar PROGRAMACIONES

¿Qué hacer?



ALINEACIÓN - INTEGRACIÓN MENTAL

Modificar CREENCIAS – MOTIVACIONES – TALENTOS



¿Como funciona el cerebro?

95% de lo que hacemos, decididas por el Cerebro Límbico. Decisiones.

ALINEACIÓN - INTEGRACIÓN MENTAL

Modificar CREENCIAS – MOTIVACIONES – TALENTOS

20%
(18%)

Consciente

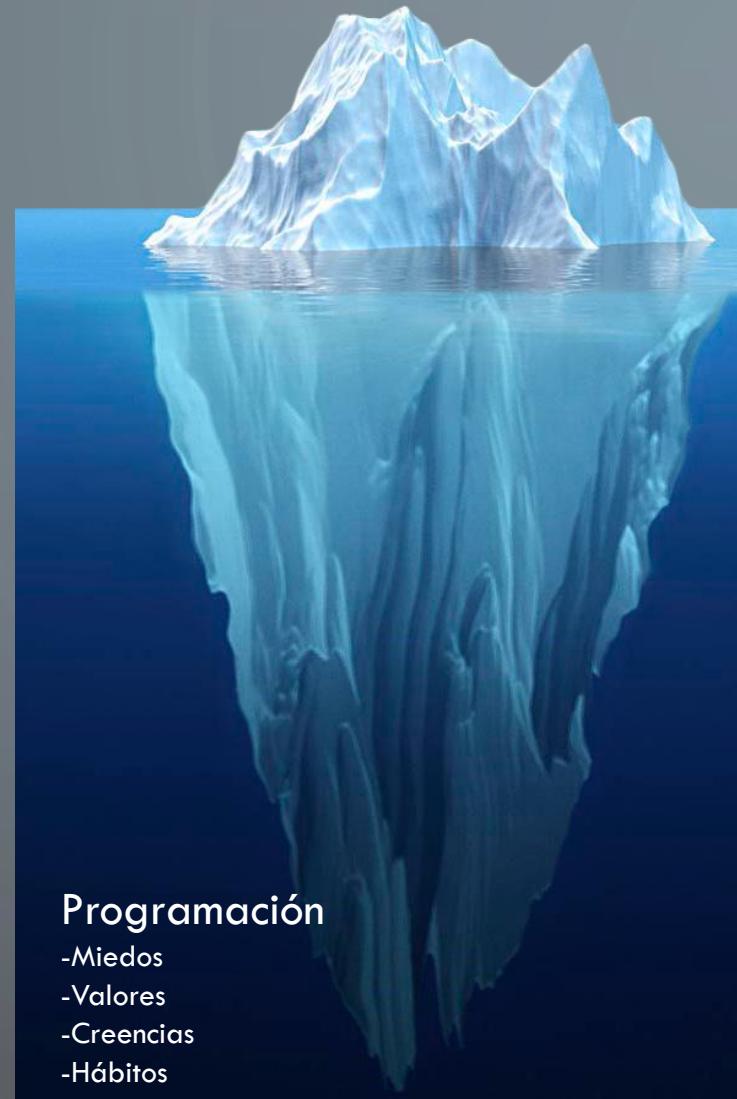
000,00 - 60,000

80%

Subconsciente

Programación

- Miedos
- Valores
- Creencias
- Hábitos



Desempeño en la
vida

Comportamiento

Emociones

Creencias – Paradigmas (pensamientos
más dominantes o repetitivos con cargas
emocionales)

Pensamientos

Las situaciones, los eventos, las circunstancias que nos ocurren todo el tiempo en la vida, no generan emociones.
Generamos una emoción, producto de lo que pensamos acerca de esa situación.

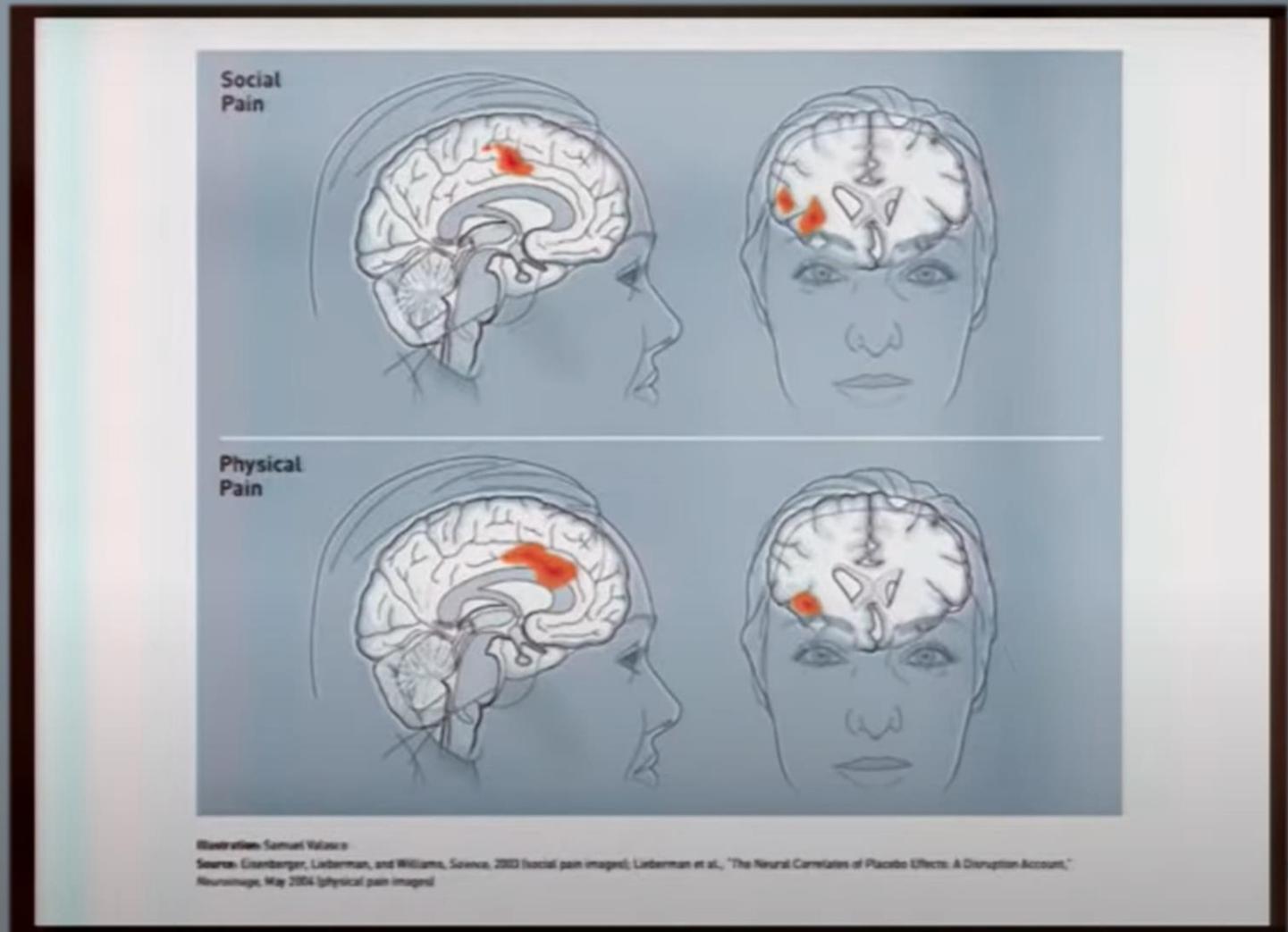
- Nuestro subconsciente es neutral, como la tierra. No le importa lo que plantemos en ella, producirá lo que siembres, sin importar lo que sea: mala hierba o trigo. Es el agricultor (mente consciente) quien decide qué plantar.



ALINEACIÓN - INTEGRACIÓN MENTAL

Modificar CREENCIAS – MOTIVACIONES – TALENTOS

Para el Cerebro



ALINEACIÓN - INTEGRACIÓN MENTAL

Modificar CREENCIAS – MOTIVACIONES – TALENTOS

Todo lo que el cerebro considera que le da placer, que le gustará, lo va a ir a buscar

PLACER

BÚS-
QUEDA

RECOM-
PENSA

más resuelvo problemas, tomo mejores decisiones, más colabro con otros

DOLOR

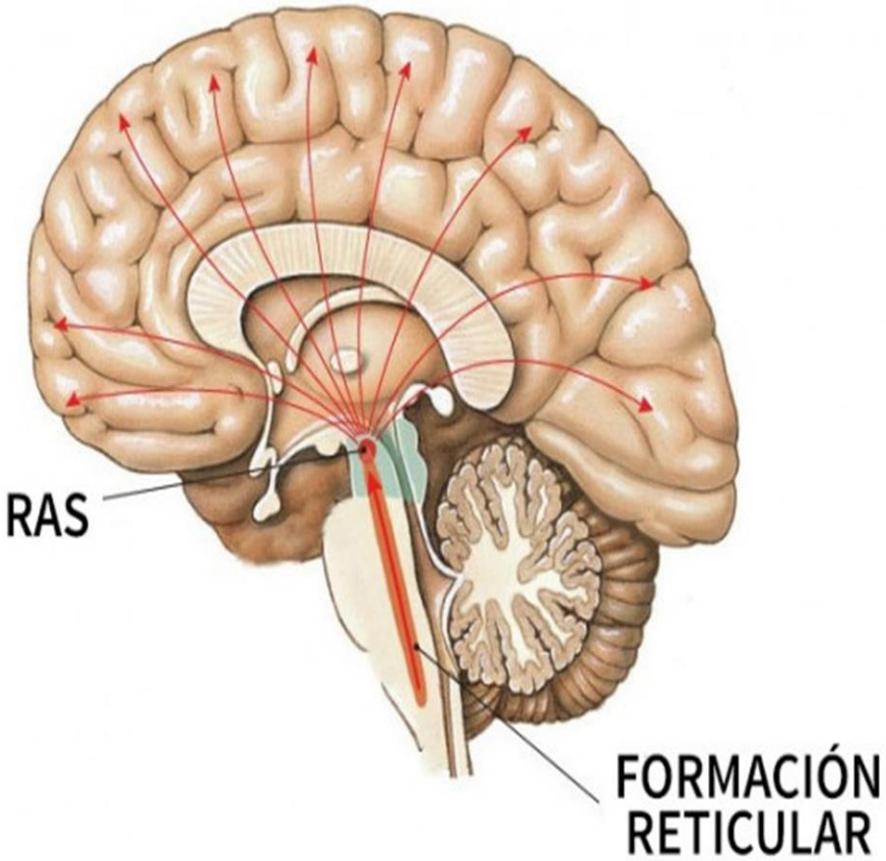
HUÍDA

AME-
NAZA

menos resuelvo problemas, tomo peores decisiones, menos colabro con otros

ALINEACIÓN - INTEGRACIÓN MENTAL

Modificar CREENCIAS – MOTIVACIONES – TALENTOS



Sistema de Activación Reticular (SAR)

- Red de conducciones nerviosas situadas en la base del cerebro, conecta la espina el cerebelo y el cerebro.
- Permite procesar la información de los estímulos que captan nuestros sentidos y enviar sólo una parte de ella a nuestro centro de atención.
- Todo lo que ves, escuchas, sientes, hueles o saboreas pasa por esta red, que separa la información y busca la que mejor se adapta a los patrones que ya están establecidos en tu cerebro.
- En resumen, tu SAR no deja entrar toda la información, sino aquella que coincide con la que ya tienes, desechando todo lo demás.

ALINEACIÓN - INTEGRACIÓN MENTAL

Modificar CREENCIAS – MOTIVACIONES – TALENTOS

- Nos involucramos en los procesos y la operatividad de cada área objetivo de la organización, haciéndonos parte de sus equipos. Nos orientamos y dedicamos a conocer insitu los modelos, procesos, las personas, la operatividad y la cultura de la organización. Entendemos lo que realmente está ocurriendo en el lugar donde se crea el valor.
- Trabajamos a nivel del compromiso y motivación de sus colaboradores, en todos los niveles jerárquicos, estudiamos su forma de pensar, sus creencias y sus capacidades, para luego implementar y acompañarlos en los procesos de cambio y modificación de comportamiento.

¿Qué hacer?



“ALINEACIÓN E INTEGRACIÓN MENTAL”
Modificar PROGRAMACIONES



CICLO DE CHARLAS ONLINE:

HOY MÁS QUE NUNCA: APOYAMOS TU GESTIÓN



Rentabilidad en Tiempo de Crisis

Evaluación gratuita

¡CONVERSEMOS!



+56 2 2421 6535

+56 2 2421 6582



asimet.asesorias@asimet.cl

patricia.silva@asimet.cl

trinidad.garcia@asimet.cl

www.asimetasesorias.cl