



UNIVERSIDAD DEL BÍO – BÍO
Facultad de Ciencias Empresariales
Departamento de Gestión Empresarial
Programa Especial de Continuidad de Estudios

Tesis para optar al título de Técnico Universitario en Administración

**MODELO DE NEGOCIOS PARA PROMOVER EL DESARROLLO
COLABORATIVO DE LAS MIPYMES, “STRIP CENTER”**

Integrantes: Patricia Carolina Carrillo Peña.

José Miguel Henríquez Vásquez.

Profesor Guía: Dr. Héctor Saldía Barahona

Diciembre 2022

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de tesis nace de la necesidad de ayudar a las micro, pequeña o mediana empresa a las que en este informe nos referiremos como MiPyMes, en su desarrollo y funcionamiento, para ello recopilamos información que nos permitió identificar las problemáticas que más les afectan, como sus costos fijos y los gastos de administración.

Una de las falencias es la poca preparación técnica a la hora de gestionar sus emprendimientos, por lo tanto nos enfocamos en la investigación técnica y económica con respecto a esto, un proyecto de asesoría y arriendo de bodegas oficinas, para un Strip Center en la ciudad de Concepción.

Para llevar a cabo este proyecto se pretende gestionar el arriendo de una bodega central que permita, de acuerdo a algunas características mínimas, como: su superficie y número limitado de módulos, los que serán adaptados para uso de bodega y oficina para los emprendedores que acepten esta nuestra propuesta de negocio.

En el presente informe en primer lugar expone lo importante de emprender en los tiempos actuales y lo difícil que es permanecer en el mercado con las condiciones financieras económicas que las MiPyMes deben sortear.

Este estudio se enfoca en estructuras de negocios de tipo Strip Center, ya que es sabido que la colaboración y apoyo entre los diversos grupos de emprendedores permite llevar de mejor manera la reducción de costos y enfrentar el crecimiento colectivo de cada una de ellas; para esto se realizaron investigaciones carácter local y realizando además algunas entrevistas, para determinar las debilidades y fortalezas que más consideran los emprendedores a la hora de abrirse paso en el comercio, con el fin de poder definir el diseño del producto a ofrecer, basado en criterios como la estructura, la logística de compra y la asesoría técnica en lo contable, administración e impuestos.

Se espera lograr una vez hecho los análisis y utilizados los criterios anteriormente mencionados, la conformación de un strip center que debiera tener una superficie útil de 834 m² en los que se instalaran en su interior quince módulos tipo bodegas-oficinas de altura estimada 5 metros como mínimo.

Referente al estudio económico del proyecto se propondrá una estrategia comercial, compuesta por un plan de financiamiento y un plan de arriendo, teniendo esto se calcularán los flujos del proyecto, se establecerá un presupuesto con los ítems de gastos más importantes, para finalmente concluir que tan viable es implementar este strip center en la ciudad de Concepción, basándose en la teoría y los resultados obtenidos de este estudio, de indicadores económicos como VAN y TIR.

INDICE	
INTRODUCCIÓN.....	4
OBJETIVOS GENERAL	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
Metodología a Utilizar.	6
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	7
1.1 Concepto de centro comercial.	7
1.2 Modelo de negocios Canvas.	10
Beneficio del uso del Modelo Canvas.	11
1.3 Teoría de Redes Sociales.	14
Contextualización histórica y desarrollo de la teoría de las redes sociales.	14
Concepto de redes sociales.	15
Redes, Apoyo y Desarrollo Comunitario: El Papel del Soporte Social.	16
CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES.	20
2.1 Análisis de las condiciones actuales de las pequeñas y medianas	20
2.2 Encuesta.	22
2.3 Investigación mediante visitas a Organizaciones.	23
CAPÍTULO III. PROPUESTA DE DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIOS	26
3.1 Propuesta de Modelo de Negocio	26
3.2. Metodología	27
Principales problemáticas que se deben considerar para asesorar de mejor forma a este tipo de negocios.	28
3.3. Trabajo Colaborativo	28
3.4. Herramientas para identificar el problema y definir la acción	31
3.5 Desarrollo de Propuesta de negocio aplicando Método Canvas	33
3.6. Lienzo canvas elaborado según nuestra propuesta de negocio	34
CAPÍTULO IV. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO	35
4.1 Presupuesto.	35
4.1.1 Ingresos.	35
4.1.2 Egresos.	36
4.1.3 Evaluación del Proyecto.	37
Conclusiones.	39
Bibliografía.	40
Anexos.	42

INTRODUCCIÓN

A todos los que toman el camino del emprendimiento, normalmente deseosos de acometer una tarea que contribuirá al sustento de sus familias como finalidad primordial y además de hacer de su entorno un lugar mejor, le llega por fin el momento de inspiración en el que concibe la brillante idea de negocio que andaba buscando. Sin embargo, a la hora de pasar a la acción y llevarla a la práctica, una gran mayoría de ellos ignora por dónde y cómo empezar, y una vez resueltas estas interrogantes, se vienen otras más aun inquietantes como ¿estaré preparado?, ¿Cuánto durará mi proyecto?; hay quienes se ven abrumados por la gran cantidad de información disponible, en libros, artículos o páginas web, que indican cómo diseñar un plan de negocios, llevar a cabo contrataciones, buscar financiación o crear una marca propia. Algunos eligen erróneamente sus prioridades y acaban en la devastación económica antes de haberse dado cuenta de cuáles han sido sus errores o de recurrir a la ayuda de un experto, que muchas veces no los toma realmente en serio y solo busca su beneficio económico en el cobro de esa asesoría, dejándolos sin el esperado apoyo técnico necesario para su desarrollo y sustentación.

En este punto creemos que en los tiempos actuales es importante buscar asociaciones entre este tipo de negocios, para abaratar costos, abrir nuevos canales de distribución, mejorar sus rentabilidades; el mejoramiento continuo entre ellos les permitirá obtener más redes de ayuda y de respaldo económico, hacerse visible a los entes de financiación.

En este mundo globalizado y cada vez más competitivo, tanto las empresas como las personas necesitamos tener iniciativa para lograr nuestros objetivos, a la vez tener pasión por lo que realizamos, tener una visión, innovar en todo momento, ser creativos, trabajar en equipo, tener seguridad de nosotros mismos para lograr el tan esperado éxito personal y empresarial.

En ese sentido nuestra propuesta y misión es apoyarlos y entregarles nuestra experiencia en los temas administrativos, logísticos y de gestión que nos ha dado el bagaje en empresas del gran Concepción.

OBJETIVOS GENERAL

Formular un modelo de negocios que promueva el desarrollo colaborativo de las MiPyMes en Concepción, mediante la implementación de una bodega de almacenaje con oficinas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.- Efectuar un análisis de las condiciones actuales de las MiPyMes referente al escenario económico, contable y tributario que enfrentan en la actualidad en el centro de la comuna de Concepción, dentro de un mes de estudio.
- 2.-Identificar las principales problemáticas las MiPyMes mediante sondeos y entrevistas, durante un mes, el que realizaremos por nuestra cuenta, obteniendo información clave que nos permita entregar una propuesta real a las MiPymes en lo administrativo contable y logístico.
- 3.-Proponer un modelo de negocios apropiado para el desarrollo de sus actividades de manera colaborativa. En que las MiPyMes tengan una adecuada estructura y de forma de entregar una asesoría eficiente a la altura de sus necesidades, estas se explicaran en las instalaciones que para ellos se encontrarán habilitadas en una bodega comunitaria.

Metodología a Utilizar.

Se Trata de un proyecto donde se reunirán los emprendedores de todas las áreas, bajo una misma mirada administrativa y logística, favoreciendo la reducción de los costos fijos y gastos derivados de la administración, esto mediante la implementación de un software contable que les permitirá un ordenamiento y mejora de sus procesos de control, contando con el apoyo de profesionales multidisciplinarios del área de la administración; este proyecto tendrá una duración de durante cinco años.

El trabajo se desarrollara mediante el estudio y análisis de la situación actual de las MiPyMes para lo que aplicaremos los siguientes métodos:

- Investigación mediante la web y literatura especializada, sobre el crecimiento y declive de las MiPyMes en Chile, con el fin de apoyar su gestión administrativa, legal y logística, en el gran Concepción
- Investigación, mediante visita a la cámara de comercio y 4 agrupaciones de microempresas del centro de Concepción, para conocer las problemáticas de su bodegaje, logístico y administrativo.
- Utilización y aplicación del Modelo Canvas para determinar un adecuado modelo de negocio, el que aplicaremos a nuestra oferta de negocio e informaremos a nuestros asociados.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Concepto de centro comercial.

Según la Internacional Council of Shopping Centers (ICSC) en su reporte Shopping Center Classifications: Challenges and Opportunities se refieren a los formatos de centros comerciales que con los años han adquirido una serie de identidades. De ellas se han desencadenado nuevas clasificaciones minoristas, en primera instancia los centros comerciales se clasifican en varias categorías básicas, incluyendo Community Centers (Centros comunitarios), Neighborhood Centers (Centros de barrios), and Strip Centers (Centros). Este último, corresponde a ventas al por menor, con diseños integrados en los espacios urbanos, lo especial es el estacionamiento cerca del local, incluye la estrategia de arrendamiento de locales, énfasis en los bienes y servicios básicos para satisfacer las demandas de mercancías de las masas.

El término centro comercial ha ido evolucionando desde los años 50, dada la madurez de la industria, actualmente existen numerosos tipos de centros que van más allá de las definiciones estándar. La Internacional Council of Shopping Centers ha definido ocho tipos de centros comerciales, que se definen a continuación:

Tipos de centros comerciales.

Shopping Center (Centro comercial): Grupo de establecimientos de comercio al por menor. En el lugar se ofrece estacionamientos, el tamaño y la orientación del centro está determinada por la zona comercial, generalmente se encuentran en el eje céntrico de la ciudad.

Mall: Centros comerciales que normalmente están encerrados, con clima controlado al interior del edificio.

Strip Center: Centro comercial que adjunta tiendas como una entidad coherente al por menor, con estacionamientos frente de los negocios. Su configuración está determinada por “L” o “U”.

Neighborhood Center (Centro de barrio): Está diseñado para proporcionar la comodidad de compra Inmediata en la vecindad.

Community Center (Centro comunitario): Ofrece una amplia gama de prendas de vestir y otros productos que el centro de barrio no hace.

Regional Center (Centro regional): este tipo de centro ofrece mercadería en general, hablamos de tiendas ropa de vestir, servicios varios.

Superregional Center (Súper centro regional): Similar a un centro regional, pero el tamaño es más grande, regularmente posee multiniveles.

Fashion/Specialty Center (Moda / centro de especialidad): es un centro compuesto principalmente de tiendas de lujo, boutiques de ropa. Se encuentran generalmente en zonas comerciales de altos niveles de ingreso.

Power Center: Centro comercial con varias tiendas anclas.

Theme/festival Center (tema / centro festival): Centros mayormente atractivos a los turistas por estar ubicados en zonas urbanas en edificios antiguos, a veces históricos.

Outlet Center: por lo general estos centros se encuentran en las zonas más retiradas de la ciudad, donde sus fabricantes venden sus propias marcas con descuento.

Realidad en Chile.

En 1982 partió la industria de malls en Chile. Ese año se inauguró Parque Arauco Kennedy y desde ahí en adelante el crecimiento ha sido exponencial. Según el estudio realizado por la Cámara Chilena de Centros Comerciales, a la fecha existen 277 activos asociados a los Socios del gremio. De ellos, 53 son malls propiamente tales, 76 power center, 70 strip centers, 68

grandes tiendas a la calle (stand alone) y 10 outlets. Si bien en número un 20% del total de activos son shopping centers, estos últimos equivalen al 74% de la superficie, que entre todos suman más de 5 millones de metros cuadrados, superior a seis veces la superficie del Parque O'Higgins o 17 veces el Bicentenario. Además, los shopping centers representan el 62% de todas las tiendas. El sector suma 13.961 locales: 8.700 están en los grandes malls; 630 en outlets; 2.459 en power centers; 1.857 en strip centers y las 315 restantes son tiendas que dan a la calle, que no están en formatos de centros comerciales, por lo que, restándolas, las de los shopping center suman 13.646.

Todo, con una fuerte concentración en la Región Metropolitana. Un 42% del total de los inmuebles está en la capital. Aún más, hay regiones donde no existe ninguno, como Aysén, o algunas como Arica y Parinacota, donde solo hay tiendas a la calle y strip centers menores.

Para nuestro proyecto, hemos definido los Strip Center como modelo de negocio adecuado a las necesidades que queremos dar solución, ya que permite cierta plasticidad a la hora de implementarlos y le da el sentido de comunitario que le queremos dar a nuestra propuesta de negocio.

Strip Centers en Chile.

Para nuestro proyecto, hemos definido los Strip Center como modelo de negocio adecuado a las necesidades que queremos dar solución, ya que permite cierta plasticidad a la hora de implementarlos y le da el sentido de comunitario que le queremos dar a nuestra propuesta de negocio.

En Chile un Strip Centers es un pequeño grupo de tiendas de servicios, que se ubican en una superficie no superior de una manzana y en las cercanías de un conjunto residencial, como los antiguos negocios de barrios pero con características de un centro comercial. Deben tener entre 3 mil m² y 4 mil m² arrendables.

A través de un estudio realizado por la consultora inmobiliaria Global Property Solutions (GPS) reveló que el auge de estos centros comerciales se produjo entre los años 2008 y 2009, por el mayor nivel de ingresos en las comunas donde se dispusieron. Además, destaca que

como perfil de consumidor, estos disponen de más tiempo para realizar compras de tipo “impulsivas” y que se desplazan en automóvil como medio de transporte, lo que les permite utilizar los estacionamientos que son imprescindibles para el éxito de estos negocios.

Estos vienen a reemplazar a los antiguos almacenes de barrio, su gran beneficio es reducir los tiempos de viaje de los vecinos y dar mayor autonomía a los barrios históricos y residenciales. El interés por desarrollar estas infraestructuras en regiones ha ido de la mano de desarrollos urbanos y la expansión hacia la periferia. Por ende, la tendencia ha sido al alza en las plazas ligadas a la actividad minera o ciudades de industrias multiservicios donde se refleja en los precios de los terrenos.

1.2 Modelo de negocios Canvas.

Definición Técnica.

El modelo canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece.

El modelo canvas fue creado y diseñado por el doctor Alexander Osterwalder y se puede ampliar información en su libro “Generación de modelos de negocio”. Este modelo, se integra dentro de la metodología lean-startup que basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para el cliente mediante el aprendizaje validado.

El modelo canvas se utiliza para pasar de idea a proyecto y plasmar nuestra idea en un modelo empresarial. Es un modelo “vivo”, es decir, que vamos modificando según se va desarrollando, vamos validando clientes, surgen nuevas ideas, por eso se utilizan post-its para completarlo.

Beneficio del uso del Modelo Canvas.

1-Mejora la comprensión: Utiliza herramientas visuales. Esta metodología fomenta el pensamiento creativo de los trabajadores que crean el lienzo.

2-Amplios puntos de enfoque: En este modelo se mantiene una constante visión del modelo de negocio desde diferentes perspectivas: comercial, mercado, canales de distribución.

3-Análisis estratégico: En solo una hoja se pueden visionar todos los elementos del lienzo. Una forma sencilla para sacar el mayor partido a esta herramienta.

El modelo Canvas muestra de manera lógica la interconexión entre los 9 aspectos básicos de un modelo de negocio. A continuación, se muestra cómo se debe completar un modelo canvas, en qué orden y qué significa cada apartado del lienzo:

1. Segmento de Clientes.

Detectar las necesidades del mercado, del cliente. Nuestro foco siempre es el cliente y debemos orientar el producto a sus necesidades y deseos. Para poder identificar a nuestro cliente debemos ponernos en su piel y analizar qué es lo que piensa, siente, ve, escucha, cuáles son sus problemas y los beneficios que le puede aportar nuestro producto/servicio.

2. Propuesta de Valor.

Es la pieza clave de todo el modelo de negocio. La propuesta de valor o ventaja competitiva es el motivo por el que el cliente nos va a comprar a nosotros y no a otro. Aquí se incluye lo que hace diferente e innovador a nuestro producto/servicio.

Se puede innovar en diferentes aspectos como en el modelo de ingresos, alianzas empresariales, procesos productivos, entrega del producto/servicio, marca, entre otros.

3. Canales.

Una vez definidos nuestros clientes y la propuesta de valor que les ofrecemos, tenemos que llegar a ellos. Si no nos conocen, no nos van a comprar. Aquí vamos a definir los canales de distribución del producto o servicio.

4. Relación con los clientes.

Debemos comunicarnos correctamente con nuestros clientes y estar pendiente de ellos. Ellos son nuestro eje central, por lo que saber definir la relación que vamos a tener con cada segmento de clientes, es fundamental para el éxito de un negocio.

5. Flujo de Ingresos.

Para que un negocio sea rentable y podamos sobrevivir en el mercado, tenemos que pensar ¿Cómo monetizarlo? Es decir ¿De dónde vamos a obtener la facturación?

6. Recursos Claves.

Conocer con qué recursos contamos y con los que debemos contar para llevar a cabo la actividad de nuestro negocio, es clave a la hora de establecer el plan de negocios. Debemos de ser cautos y prudentes a la hora de definir estos recursos. Siempre debemos pensar en la forma de optimizarlos, es decir, intentar conseguir la máxima productividad posible al mínimo coste.

7. Actividades Claves.

Para llevar a cabo la propuesta de valor que queremos ofrecer a nuestros clientes, son necesarias ciertas actividades para preparar el producto antes de que llegue al mercado. Es decir, aquí pensamos en el centro de nuestro negocio, lo que haremos en nuestro día a día.

8. Aliados Claves.

Para llevar a cabo un negocio, es imprescindible tener aliados. Estos aliados pueden ser: socios/colaboradores y los proveedores, entre otros.

9. Estructura de Costos.

Obviamente, toda esta infraestructura tiene unos costes que debemos pagar y optimizar. Debemos definir cuáles son nuestras prioridades y los gastos fundamentales en el negocio de aquellos que no lo son.

Tener bien clara esta estructura nos ayudará a no desviarnos de los presupuestos y que el negocio fracase por problemas de financiación.

Imagen 1 Lienzo canvas



Fuente: Inokabi.com

1.3 Teoría de Redes Sociales.

Contextualización histórica y desarrollo de la teoría de las redes sociales.

La teoría de las redes sociales debe su origen a la confluencia de diferentes teorías psicológicas, sociológicas y antropológicas al igual que a modelos matemáticos en los que se sustenta la formalización de la misma como sucede con la teoría de los grafos. A continuación se realizará una breve descripción del proceder histórico de la teoría de las redes.

Scott considera que el origen de la teoría de las redes se puede señalar desde los aportes producidos por la gestalt a través de Kurt Lewin quien sostuvo que la percepción, la conducta de los individuos y la estructura misma del grupo en el que se encuentran inmersos, están inscritos a un espacio social formado por el grupo y el entorno que lo rodea constituyendo de esa manera un campo de relaciones que, según Lewin, podían ser analizadas formalmente desde modelos matemáticos. De acuerdo con el análisis de Lozares a los argumentos de Scott, las redes tuvieron una influencia notoria del estructural funcionalismo, de la antropología y del estudio de la estructura de grupos desarrollado por ésta en Harvard en los años 30 y 40 en los que se incluyó el uso de socio gramas. Barnes analizó relaciones como la amistad, el parentesco y el vecinaje en grupos de pescadores, llegando a la conclusión que la totalidad de las relaciones sociales debían estudiarse como un conjunto de puntos que se vincularan con líneas para formar redes totales de relaciones, siendo éste un modelo gráfico empleado en la actualidad. Posteriormente Nadel , consideró que las redes sociales son estructuras de roles que podrían ser investigadas por métodos comparativos y modelos matemáticos, todo ello enmarcado en una perspectiva antropológica cultural, empero, la tradición teórica de la antropología existente hasta la época no era lo suficientemente especializada para estudiar sociedades y grupos más complejos por lo cual se hizo necesario recurrir al desarrollo de nuevos conceptos capaces de cuantificar las relaciones identificadas en el trabajo de campo tales como conectividad, apertura, círculo social, densidad, entre otras que se aplicaran a los eventos sociales encontrados .

Concepto de redes sociales.

Son numerosas las propuestas conceptuales que han intentado delimitar las propiedades y características de las redes sociales, lo cual da cuenta de la importancia de éste fenómeno en el estudio de las formas de interacción humana dentro de las agrupaciones que los individuos establecen y en la sociedad misma. La psicología social ha sido una de las disciplinas con mayor nivel de interés en las redes sociales por los aportes sustanciales que su estudio representa para la comprensión del comportamiento social del hombre, en esta tarea, las interlocuciones con la sociología han sido indispensables para la construcción de sistemas conceptuales y propuestas teóricas y metodológicas dirigidas a la comprensión de las redes como sistemas complejos de desarrollo.

La psicología social ha sido una de las disciplinas con mayor nivel de interés en las redes sociales por los aportes sustanciales que su estudio representa para la comprensión del comportamiento social del hombre, en esta tarea, las interlocuciones con la sociología han sido indispensables para la construcción de sistemas conceptuales y propuestas teóricas y metodológicas dirigidas a la comprensión de las redes como sistemas complejos de desarrollo. Montero, ofrece una perspectiva menos instrumental al incluir dentro de la conceptualización de redes la existencia de componentes emocionales y afectivos de alta relevancia para el mundo de relaciones, así pues, la red es vista como una estructura social en la cual los individuos tienen la posibilidad de satisfacer sus necesidades mediante la obtención de apoyo social que incluye el soporte emocional y la proyección. Autores como Samper, asumen la noción de red insistiendo en la idea de estructura social, desde la cual se construyen mundos relacionales sujetos al surgimiento de confianza y principios de reciprocidad entre personas que comparten intereses y con quienes se interactúa personalmente. Esta concepción es muy cercana a la apreciación de Light & Keller, para quienes la red está conformada por individuos que directa o indirectamente se encuentran unidos gracias al ejercicio de compartir diversas interacciones surgidas espontánea e intencionalmente, las que además están mediadas por un patrón social que determina la forma como se intercambian recursos.

En todas estas apreciaciones el intercambio social es un concepto primordial que media el establecimiento de las relaciones entre los elementos que constituyen las redes. Diversos autores latinoamericanos han enfatizado sobre esta percepción, instituyendo a las redes sociales como estructuras de intercambio social desde las cuales se ofrecen recursos primarios de apoyo, protección, cuidado y solidaridad entre los miembros de un determinado colectivo, y cuyas atenciones y soportes son de mayor envergadura entre las comunidades que afrontan condiciones de adversidad o desventaja social, supone además que la implementación de modelos adaptados de las «ciencias duras» han permitido aplicar al análisis de redes sociales a grandes cantidades de datos y finalmente, consideran que la concepción de las redes sociales con la comprensión de su significado y su dinámica de estructuración permite afrontar las clásicas dicotomías de las Ciencias Sociales de manera distinta, permitiendo avanzar en la teoría social y en la manera como representamos el mundo. Producto de los avances investigativos logrados en estudios desarrollados con diversas poblaciones, Madariaga Abello y Sierra , han desarrollado un concepto integrador a partir del cual se interpreta la red como una forma de proporcionar apoyo afectivo, moral, económico o social, y consideran la red como una estructura que configura mecanismos de sobrevivencia para otorgar bienestar social y económico que permita solucionar problemáticas asociadas tanto al ordinario desarrollo del grupo como para cubrir las necesidades surgidas de la ausencia del Estado y del núcleo social en general, es decir, la red constituye un mecanismo para el afrontamiento de la pobreza y la desigualdad.

Redes, Apoyo y Desarrollo Comunitario: El Papel del Soporte Social.

La investigación sobre redes sociales ha resaltado a las mismas como un conjunto de elementos complejos y organizados de funciones basadas en el intercambio que permiten sobrellevar las condiciones de vulnerabilidad, pobreza y desventaja social. La psicología por su parte, ha otorgado un rol especial al fenómeno de la red como una cosmovisión de la organización social y del comportamiento del individuo en grupos específicos en condiciones especiales dentro del medio de desarrollo, haciendo un trabajo interdisciplinar, detallado y delicadamente construido en pro del análisis de los individuos dentro de entramados sociales establecidos en la relación individuo- individuo e individuo-comunidad, reflejando la

importancia de estas relaciones para la sobrevivencia de las personas pertenecientes a las poblaciones más vulnerables. Con un sistema metodológico en crecimiento, una aplicabilidad amplia y pertinente a diversas esferas del desarrollo humano y un centrado interés en la evaluación de las comunidades y los lazos humanos creados en condiciones de adversidad y pobreza, ha ido creciendo un campo de investigación y desarrollo de las Ciencias Sociales que pese a su juventud ha cobrado protagonismo en la psicología, desde la disertación académica hasta el desarrollo de procesos investigativos de alto nivel que apuntan a la comprensión de la funcionalidad de la red, especialmente entre aquellos grupos sometidos a estados desfavorables en el plano social. Esto se relaciona con las descripciones de Luna , quien resalta el papel de las redes sociales y del análisis de las mismas desde diferentes enfoques comprensivos, para la autora, las redes sociales han trascendido los enfoques explicativos desde la perspectiva del vínculo individuo-individuo, abriendo nuevas posibilidades de interpretación mediante las cuales se concibe la red como un mecanismo o modo de coordinación social en la que se resalta tanto el trabajo autónomo como en el trabajo cooperativo de los elementos o participantes, de forma que la red se percibe como una estructura que genera organización y regulación social hacia la cual los individuos se ven impulsados por lograr integración y afianzamiento, consiguiendo con ello adecuada pertenencia a ese sistema coordinado de relaciones que Luna propone.

La pertenencia a la red garantiza un mejor nivel de adaptación ante las adversidades y mayores posibilidades de afrontamiento de las condiciones difíciles a las cuales se enfrenta el individuo, dado que en los intercambios emocionales que fluyen entre los actores se sustenta la entrega de soporte social y afectivo que favorece la amortización del impacto de las situaciones desfavorables. La pertenencia a la red les permite a los individuos contar con este soporte social así como abrirse al intercambio de experiencias vitales, mediante las cuales puede construir novedosas y funcionales lecturas acerca de la realidad que él y su grupo enfrentan dentro de sus escenarios de desarrollo, inventando de manera conjunta nuevas narrativas del hecho social en el que se desenvuelven. La red social posee entonces, no solo una función de protección y soporte sino de redefinición del mundo y del individuo como tal, diversos autores mencionan que la temática de la pobreza es vista desde una posición crítica frente a las exigencias hechas a los gobiernos para cumplir con la ejecución

de programas de desarrollo social encargados de la confrontación de dicha problemática.

Ziccardi hace un acercamiento de la pobreza con las condiciones de exclusión social determinadas por factores como la dificultad de acceso a bienes básicos y atención pública, la discriminación étnica, los riesgos y obstáculos para acceder a la justicia, así como a instancias de decisión gubernamental y política, para esta autora, la pobreza no es un asunto de territorio sino de desigualdad y conflicto social, lo cual requiere que las redes desarrollen estrategias adecuadas para el afrontamiento de tales adversidades garantizando la estabilidad y el mantenimiento de las mismas a pesar de las condiciones hostiles, no en vano Sanicola considera que las redes sociales manifiestan la estrategia aplicada por parte de los individuos para afrontar sus dificultades y responder a sus necesidades en un momento dado de la historia.

La investigación permitió identificar además un bajo nivel de participación en organizaciones sociales, lo que genera escasa posibilidad de acceso a servicios y políticas públicas, elemento que puede verse asociado a la experimentación de exclusión social entre los individuos. Para el adecuado afrontamiento de la pobreza es necesario que la red asimile que el progreso no es exclusivamente un fenómeno de tipo individual y familiar, sino que requiere la integración del individuo con su red social o vecinal inmediata, adoptando una responsabilidad compartida en la que se reconozca el papel de la red comunitaria. Es a partir de la integración y del flujo permanente de intercambios que la red puede generar un mayor nivel de estabilidad y perdurabilidad ante el conflicto, puesto que las manifestaciones conductuales individualistas en ausencia o detrimento de la concepción de la actividad colectiva y escasa vinculación a las redes comunitarias, debilita la posibilidad de emplear las relaciones de intercambio social como un mecanismo para hacer frente a la pobreza. Como es de esperarse, producto de la fuerza de los lazos familiares, los miembros de ésta red tenían menores posibilidades de recibir soporte social de parte de personas ajenas a su núcleo familiar dada la escasa relación de confianza existente entre ellos. Sin embargo, esa tendencia a establecer sobre la familia o grupos muy cerrados el principal y a veces único soporte social viable es comprensible, dado que se trata de un proceso que forma parte de la idiosincrasia y formación cultural de ciertos grupos. Navarro , resalta que si bien es cierto que una red funcional, amplia y agradable produce mayor confortabilidad para la

vida de sus integrantes, no se debe ignorar que las redes sociales también cumplen funciones que son menos positivas y están relacionadas con el control, la presión, la influencia, la coacción o la restricción de intercambios configurando así antecedentes y consecuentes de carácter negativo para los individuos de manera que las relaciones se tienen que supeditar a este patrón de la red, claro está, se tratará de redes con difícil acceso al soporte social por su carácter cerrado y sus lazos en extremo fuertes que limitan el acceso al apoyo social. Para que exista apoyo social, considera Navarro, debe existir una relación en la cual un individuo sea el proveedor de ayuda para otro individuo que la requiere, la finalidad de éste proceso de soporte radica en el objetivo percibido de incrementar el bienestar del receptor.

CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES.

2.1 Análisis de las condiciones actuales de las pequeñas y medianas empresas referente al escenario económico que deben resolver en la actualidad en la comuna de Concepción.

En la actualidad y debido a la reciente pandemia mundial, muchas personas debieron emprender como forma de enfrentar la pérdida de trabajo y así resolver su situación económica, mediante la creación de empresas o realizando ventas por plataformas de redes sociales tales como Facebook, Instagram, etc. Muchas de estos emprendimientos, que siguieron el camino de la formalización de sus negocios, no lograron permanecer en el tiempo dado los altos costos de los gastos fijos, tales como: arriendos, gastos comunes y gastos de administración.

Las Microempresas son un motor fundamental del crecimiento de nuestro país, su impacto en la economía va de la mano de ser capaces de generar nuevos empleos, además de permitir mejorar la calidad de vida de las personas, tanto de los emprendedores y sus colaboradores, como de las personas que se benefician de los productos y servicios que ellas ofrecen.

Desgraciadamente 8 de cada 10 MiPyMes fracasan antes del primer año de vida, la problemática más recurrente son el acceso al financiamiento, dificultades para producir y operar, mal manejo operacional, administrativo y de gestión.

Para las Microempresas “las posibilidades de estancarse en las ventas o elegir un producto inadecuado y quedarse con sobre stock, arriesgando la quiebra, es algo común”, (Núñez Leonardo, Artículo Emol ,2018)

Por otro lado, Jaramillo, indica que las MiPymes sortear un sin número de obstáculos para no llegar al llamado “Valle de la Muerte”, (Jaramillo Bossi Sebastián, Artículo elmostrador, 2021) indica además que Sercotec informo que somos el país que más emprende en Latinoamérica, pero increíblemente el que más fracasa.

Todo esto nos hace pensar que, si estas unidades económicas tuvieran un verdadero asesoramiento que los guiara contable y tributariamente, también en lo administrativo y en su servicio de bodegaje, podrían ser eficientes y más duraderas en el tiempo.

El haber evidenciado los números arriba descritos, nadie podría discutir la importancia de las MiPymes. Este tipo de emprendimientos se enfrentan diariamente a muchas trabas y problemas que obstaculizan su crecimiento. Si no tuvieran los problemas anteriormente mencionados, probablemente crecerían exponencialmente más, lo que beneficiaría la economía de la región y del país.

Las MiPymes tienen el potencial de reducir la pobreza y aumentar el crecimiento; representan oportunidad de progreso en su entorno y en el comercio, nacen de ellas soluciones innovadoras y también son un ejemplo en cuanto a creatividad y espíritu emprendedor en la región y el país.

En base a lo expuesto, nuestro proyecto le da otra mirada, ya que creemos que debe partir por nosotros, lograr el cambio, nos parece urgente poder intervenir, y no tan solo darle atención a las grandes empresas, sino que, a las de menor tamaño de igual manera. Probablemente muchos de nosotros partimos trabajando en una MiPymes y no habíamos dimensionado la importancia que tienen para la economía de la zona, nacional y por qué no decirlo, mundial. Por esta razón, uno de los objetivos de nuestro proyecto es mejorar la atención a estas empresas, utilizando como arma primordial nuestra experiencia en el mundo de la administración, de lo Contable-Tributario, de la logística y la Gestión, de manera de poder brindar un asesoramiento de Calidad, Factible y Confiable.

Se necesita implementar más empresas prestadoras de servicios que puedan guiar y asesorar a las MiPymes que tengan iniciación de actividades. Estas pueden ser de distintas líneas de negocios, las cuales no posean un lugar físico para almacenamiento de sus productos, y que, a su vez, necesiten apoyo administrativo.

2.2 Encuesta.

Con fecha 17 de octubre del 2022, comenzamos nuestra búsqueda de información para conocer las problemáticas de las MiPyMes en Concepción; en su primera etapa, fuimos a visitar las ferias de emprendedores en concepción, y realizar conversaciones con los integrantes de estas ferias y sus familias, elaboramos un cuestionario, que aplicamos a los emprendedores tales como: ¿qué era lo más complicado que debían enfrentar como comerciantes?, ¿Cómo solucionaban el tema de la infraestructura?, ¿Cómo enfrentaban los temas de los costos relacionados al traslado, bodega y ayuda?, en respuesta a estas interrogantes la gran mayoría relataba que al no tener un lugar físico donde dejar sus mercaderías y lo costoso que significa arrendar un local en el centro de Concepción y sus alrededores se les dificultaba mucho los temas logísticos, además mencionaban los problemas administrativos que significaba por ejemplo tener que realizar trámites ante el SII, municipalidad, la pérdida de tiempo y desconocimiento que para ellos significaba.

Los principales desafíos a los que se ven expuestos según sus experiencias son los siguientes:

Principales dificultades:

- 1.-Poca capacidad organizativa entre sus pares emprendedores para la obtención de permisos. Ejemplo: Debían juntar 23 emprendedores con inicio de actividades para exponer en algún lugar y no se llegaba a acuerdo.
- 2.-Desconocimientos de los pasos a seguir para administrar el emprendimiento.
- 3.-La espera desde el proceso de inscripción hasta concretar una feria o Showroom.
- 4.-Poca publicidad del establecimiento, feria o showroom, lo que conlleva a mayor costo de estructura versus bajas ventas. Ejemplo: Gasto diario de participación de Stand o derecho a toldo superior a la venta diaria.
- 5.-Costo de espacio en Ferias de Emprendimiento. Ejemplo: Closet de Julieta en Espacio Suractivo, dimensiones: 2x3mt Tiempo: 3 días. Valor: \$380.000 + IVA.

2.3 Investigación mediante visitas a Organizaciones.

En el transcurso de las primeras semanas de diciembre, logramos contactarnos con la secretaria de la cámara de comercio de concepción, señora Silvia Palma Ferrada, la que nos manifestó que por razones de compromisos con distintos estamentos, no era posible por ahora, que la presidenta **Sra. Sara Cepeda Pinto** nos pudiera agendar una reunión en estas fechas por ser fin de año.

Por otra parte sostuvimos entrevistas con tres asociaciones de emprendedores, que organizan y participan en ferias de emprendedores en el centro de Concepción la que describimos a continuación y evidenciamos sus problemas y opiniones sobre su actualidad.

Asociación Espacio Emprende, Rut 65.217.979-3, directora ejecutiva **Srta. Gabriela Cifuentes**, corporación que representa a 100 pymes y emprendedores de Concepción, su misión nos indica, es generar espacios de ventas gratuitos para los emprendedores, tratando de evitar los cobros excesivos de las productoras, buscando espacios físicos, ya sean municipales o privados, de manera que los asociados no trasladen sus mercaderías de un lado para otro sin tener donde establecerse por un tiempo definido, y entre todos costear el precio del arriendo de la bodega en forma colaborativa.

Dentro de su asociación, existen un 50% de socios regularizados con iniciación de actividades, inclusive un número no menor, cuenta con locales pequeños en Concepción y el otro 50% están en vía de regularización.

Las principales problemáticas según su relato son:

- 1.-El alto costo de los arriendos en Concepción, nos indica que deben asociarse entre ellos para costear un espacio de venta de forma colaborativa, cuyo costo varía entre 500 y 600 mil pesos.
- 2.-Las trabas burocráticas de la municipalidad de Concepción, en la obtención de permisos, ya que el tiempo de respuesta a sus peticiones de espacios de ferias no son oportunas. Su costo del permiso municipal por evento es de aproximado de 42.000 mil pesos por emprendedor

3.-La falta de implementos de trabajo tales como computadores, máquinas de pago electrónico, los que para conseguirlos, deben postular a FOSIS o SERCOTEC.

4.-La falta de redes de ayuda, que les permita conectar sus asociados a los entes de financiamiento, y que solo obtienen talleres de ayuda y capacitación para postular por parte de FOSIS y SERCOTEC.

Asociación Civil casa de las Naciones, Rut 65.172.165-2, directora ejecutiva **Sra. Miriam Yolanda Ortubia**, corporación que representa a emprendedores e inmigrantes llegados a Chile, su asociación representa a 60 socios, todos formalizados con iniciación de actividades.

La mirada de su organización es ir en ayuda de los inmigrantes llegados a Concepción, para que no estén deambulando por la ciudad entregándoles una opción para sustentarse mediante la participación en estas ferias de emprendedores, los asesoran en la formalización de sus emprendimientos y las postulaciones a fondos concursables.

Las principales problemáticas según su relato son:

1.- Las excesivas trabas burocráticas de las municipalidades a los emprendedores locales e inmigrantes, los que deben exhibir demasiados papeles a la hora de solicitar los permisos lo que da como resultado que algunos emprendedores busquen pagar arriendo de locales comerciales pequeños de 2 x 2 metros, encareciendo sus negocios.

2.- El alto costo de los arriendos por locales pequeños en el centro de Concepción, que fluctúa entre los 500 y 600 mil pesos.

3.- Es costo por traslado de las mercaderías, estacionamientos, comida.

4.- La difícil obtención de recursos mediante la postulación de fondos de financiamiento a entes como SERCOTEC, FOSIS etc., ya que en el caso de los extranjeros sus papeles de inmigración deben estar al día, algo que para ellos es un problema cotidiano por no tener sus visas definitivas. Y los emprendedores locales no tienen la asesoría o la capacitación adecuada a la hora de postular a estos fondos concursables.

Juan Carlos Molina, Rut 9.362.726-1, vocero de agrupación de emprendedores penquista, en vía de formalización para ser una asociación legal, su agrupación la componen 20 emprendedores de los cuales un 85% está formalizado y el 15% restante están en proceso de

regularización de sus negocios, menciona que entre ellos, como agrupación, se entregan las ayudas para que estas personas no formalizadas, puedan participar en las ferias de emprendedores.

Las principales problemáticas según su relato son:

- 1.-Obtener en primer lugar su formalización como asociación de emprendedores, lo que se ve dificultado ante la municipalidad porque ya no están autorizando la creación de asociaciones por medio de una normativa actualizada, la que solo permite como instituciones legales a los gremios de emprendedores, esto significa un alto costo para ellos el tener que crearla, ya que deben pagar un abogado y los papeles necesarios para su creación como tal.
- 2.-Los problemas de burocracia a la hora de solicitar a la Municipalidad los permisos para realizar ferias de Emprendedores en el sector de tribunales de Concepción.
- 3.-El costo de arriendo, se debe prorratear entre todos los participantes de las ferias, y en caso particular de ellos deben pagar un aproximado de 10.000 pesos por día, por utilizar una mesa dentro de la feria, además del costo del permiso municipal.
- 4.-El costo por las compras que deben realizar para sustentar sus negocios de manera de no perder sus rentabilidades a la hora de participar en ferias, ya que deben calcular por día o realizar una estimación de lo que podrían vender versus el costo de las compras.

CAPÍTULO III. PROPUESTA DE DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS.

3.1 Propuesta de Modelo de Negocio

La presente investigación plantea establecer una estrategia de asesoría para las MiPyMes en el sector centro de Concepción, mediante la implementación de un modelo de negocio consistente en un servicio que mezcla bodegaje y asesorías administrativas, que les permita a éstas, mantenerse en el tiempo y a su vez logren controlar sus costos de administración y gestión para una mayor eficiencia, este modelo está proyectado a 5 años.

Para lo anterior se ofrecerán servicios contables, tributarios, de costos y gestión de compra, proporcionada por profesionales calificados y de vasta experiencia en administración, cuya formación fue dada por los años de experiencia en el comercio. Para lo cual arrendaremos una bodega que este en la periferia del centro de Concepción, ya que permitiría a nuestros asociados acceso rápido y expedito a los centros de comercio, puertos y carreteras. La que implementaremos utilizando containers que serán habilitados como módulos, ya que, de esta manera nos ahorraríamos los gastos de instalación, mano de obra y materiales al tener que construir oficinas o puestos de ventas dentro de la bodega matriz, de igual forma estos módulos contarán en su interior con las instalaciones necesarias para que cada cliente tenga un espacio adecuado a sus necesidades (bodega-Oficina), estos clientes pueden ser de cualquier área de negocios, teniendo como característica primordial que sea solo un emprendedor calificado como MiPyme, por cada actividad comercial, de forma de no entorpecer el desarrollo de cada uno, de manera de evitar la competencia de precios entre ellos mismos, para tal efecto contaremos con softwares contables, un profesional del área contable especializado en tributación y un técnico en administración con experiencia en gestión, profesionales que estarán en horario hábil, de lunes a viernes para prestar el apoyo necesario a todas las dudas e inquietudes de los asociados.

En lo legal, se creará una empresa mediante escritura pública e inicio de actividades ante el SII y registrada para efectos de la patente municipal, esta tendrá la clasificación legal de sociedades por acciones (SPA), y estará conformada por dos socios gestores, que aportarán un capital total inicial entre ambos de \$ 5.000.000 de pesos, actuando como administradores

y gerentes de la misma. El giro comercial será el de servicios administrativos-contables y arriendos de instalaciones.

En materia tributaria, esta empresa tendrá la calificación de empresa de primera categoría, afecta al impuesto renta de la ley 824, con contabilidad completa, además de la clasificación de contribuyente afecta al impuesto al valor agregado (IVA), empresa que emitirá mensualmente una factura electrónica autorizada por el SII, por los servicios descritos anteriormente a todos sus asociados.

Nuestro Objetivo inicial es lograr reunir a unos 15 emprendedores, mediante la difusión por medio de una página web y utilizando medios de publicidad electrónica tales como: redes sociales, Facebook, Instagram etc., el siguiente paso una vez reclutados estos emprendedores será darles a conocer nuestra propuesta de negocio, informarles de nuestra misión y objetivo.

Aceptadas las condiciones, se firmará un contrato de servicio con cada una de ellas, se procederá a entregarles en arriendo los módulos (containers), que servirán para que cada asociado las utilicé como bodega o u oficina, como ellos lo determinen, y conjuntamente se les dará la asesoría que hemos detallado anteriormente, concluido el mes de servicio se procederá a realizar la facturación. Con cada pago que recibamos de nuestros asociados ira a sustentar el arriendo de la bodega matriz y los sueldos de los profesionales colaboradores. Por ultimo una vez al año, se realizará el cobro por los cierres tributarios y de balances de cada empresa.

Para fidelizar a nuestros clientes, realizaremos capacitaciones costo cero y descuentos de hasta un 25% en el pago del 6° y 12° mes de arriendo del año a aquellos que de forma ininterrumpida hayan pagado sus facturas dentro del plazo establecido en el contrato de servicio.

3.2. Metodología

Principales problemáticas que se deben considerar para asesorar de mejor forma a este tipo de negocios.

Los principales factores del fracaso en el terreno de los emprendimientos poco o nada tienen que ver con la técnica, sino más bien, por no contar con las redes de ayuda y comunicación entre los pares. Además, destacamos la importancia del trabajo colaborativo a la hora de enfrentar las adversidades en el mundo del emprendimiento, porque no fracasan las ideas, sino las ilusiones que se dejan vencer por la falta de flexibilidad para afrontar imprevistos. Dado que el 90 por ciento de las iniciativas emprendedoras naufraga durante el primer año desde que se ponen en marcha, y puesto que sólo un porcentaje minúsculo de manuales de negocio, explica el porqué del fracaso, seguro que este informe viene a dar una respuesta a esas interrogantes, tal vez no en lo absoluto, pero sin duda que aporta con un granito de esperanza, en este mundo cada vez más globalizado y digital a los futuros empresarios.

Y por último en verdad que sería de nuestro agrado que realmente este proyecto sirva a quien lo mire con una mirada más colectiva que individual tónica de nuestros días.

“EMPRENDER ES FÁCIL, LO DIFÍCIL ES CREER “

Ser emprendedor se logra estableciendo una postura fundamental. Una forma de afrontar y enfrentarse al mundo que significa percibir la incertidumbre logrando sentir la inseguridad de que nos ofrecerá el día de mañana. No se han encontrado ideas sobresalientes que por sí solas, se presenten y den lugar a negocios exitosos. Lo importante es como una opinión o idea se desarrolla y se pone en práctica.

La poca experiencia en gestión y administración los hace presa fácil del fracaso a las microempresas, al momento de querer comprar sus productos, gestionar trámites legales, y almacenarlos.

3.3. Trabajo Colaborativo.

El trabajo en equipo será clave en este proyecto para mejorar el flujo de una MiPyme, ya que hará que cada área cumpla sus responsabilidades, sin necesidad de interrumpir el proceso de otros integrantes. Sin embargo, para lograr que esta metodología funcione, se necesita de herramientas digitales creadas para lograr un trabajo colaborativo en línea, y que será supervisado por nuestra propuesta.

Este modelo de trabajo, inmerso en la revolución de las MiPymes, ha transformado nuestra forma actual reformulando el mercado de negocios en cuanto a sus modelos operativos, que exigen rapidez y adaptación permanente. De esta manera, ante mercados cambiantes, las organizaciones deben desarrollar modalidades de trabajo que las mantengan altamente competitivas utilizando la modalidad Coworking.

Hay que tener y compartir datos actuales, ya que son la base para que las empresas puedan innovar, ofrecer más rápido sus servicios o productos y, de paso, llevarle ventaja a su competencia, porque el intercambio de información mejora la colaboración, aumenta la eficiencia y permite una mayor productividad.

¿Por qué es importante el trabajo colaborativo? Es importante porque permite a los individuos ser más productivos y eficaces en su trabajo, especialmente en comparación con los individuos que trabajan solos en sus proyectos. También hace que los asociados sean más responsables, lo que ayuda a aumentar considerablemente su motivación y a desarrollar el sentido de la responsabilidad.

Con este modelo de negocio esperamos incentivar el trabajo colaborativo, indicando para ello, cuatro fuentes o pilares, y estos son:

1-Reducción de gastos

Estos espacios diseñados en ambientes multifuncionales brindan la oportunidad de acceso a negocios bajo conceptos flexibles, evitando sobrecargar a sus colaboradores con los gastos de capital total.

2-Optimización de arriendos

Hacer eficientes los períodos de compromiso de estos espacios es lo atractivo para los colaboradores, mediante espacios de menor costo que sean más rentables en comparación con lo que se encuentra en el mercado.

3-Optimización de los tiempos

El tiempo es prácticamente lo único dentro de una MiPymes que no se puede controlar. Lo que sí pueden controlar son las actividades y procesos que se realizan en las MiPymes, así como la forma de ejecutar las tareas, por lo que el tiempo que se invierte en dichos procesos puede optimizarse. Utilizando Plataformas Digitales, Calendario Digital, Generación automática de Documentos, Software para gestión de Procesos, Firma electrónica etc.

4-Resolución de Problemas

La colaboración contribuye a una mejor resolución de problemas. Problemas pueden surgir en cualquier momento, y un intenso intercambio de puntos de vista puede ayudar a elaborar un enfoque equilibrado de cualquiera de ellos. Cuanto más se colabore, es mejor. La colaboración promueve además el autoanálisis y el desarrollo personal.

3.4. Herramientas para identificar el problema y definir la acción

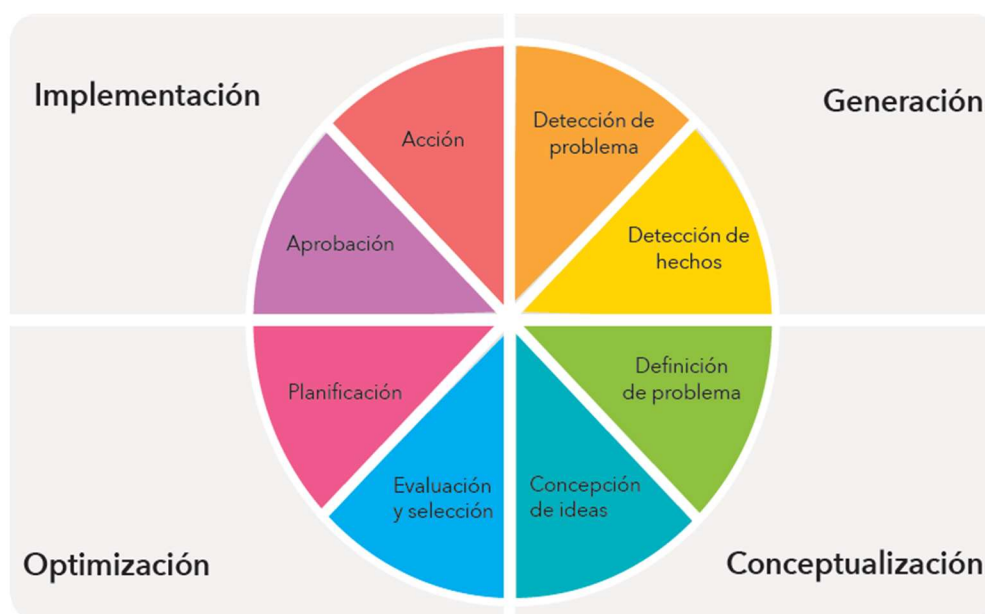
Definición Método

Creative Problem Solving (Solución Creativa de los Problemas) es un método probado para resolver problemas o retos de forma imaginativa e innovadora. Es una herramienta que ayuda a los profesionales a redefinir los problemas que se encuentran, generar ideas rompedoras y llevar a la acción esas nuevas ideas.

La solución creativa de problemas es una habilidad que todo líder debe desarrollar. De forma específica la técnica “solución creativa del problema”, es un método estructurado para enfrentar situaciones donde necesitaremos aplicar la creatividad para solucionar problemas o para generar ideas.

El proceso es un ciclo de ocho etapas. Al término de las ocho etapas, hay que empezar de nuevo para encontrar y resolver otro problema. Esto ayuda a asegurar la mejora continua. Al moverse a través de estas etapas, se asegura de resolver los problemas más importantes con las mejores soluciones disponibles para usted. Etapas:

Imagen 2 Diagrama Circular de las 9 etapas del CPS



Fuente: CPS Simplex

En nuestra primera etapa definimos utilizar el Método CPS para identificar y definir mejor el problema y establecer las posibles soluciones. Los resultados son los siguientes:

Imagen 3 Lienzo Cps

CONCLUSIÓN IDEA - SOLUCIÓN

Problema:	
La problemática más recurrente son el acceso al financiamiento, dificultades para producir y operar, mal manejo operacional administrativo y de gestión.	
Idea Solucion :	
Formular un modelo de negocios para fomentar el desarrollo colaborativo de las MiPymes. Formular un proyecto de asesoría integral para las MiPymes, de forma tal, que prevalezcan en el tiempo.	
Descripción:	
La presente investigación, plantea establecer una estrategia de negocios para la asesoría de empresas pequeñas en el centro de Concepción, mediante la implementación de un modelo de negocio que les permita a estas empresas mantenerse en el tiempo y a su vez logren dominar sus costos de administración y gestión para un mayor rendimiento, bajo una misma mirada comunitaria de control y soporte técnico.	
Recursos :	Publico Objetivo:
<ul style="list-style-type: none"> Capital de trabajo Gastos puestos en marcha Arriendo de bodega como estructura Cx Compra de Container Estructuras e Instalaciones Insumo, pinturas Instalaciones electricas Software contables y de gestión Mano de obra (tercerizado) Personal Especialista en administracion calificados Servicios de marketing (tercerizado) Personal Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> Empresarios individuales MiPyMes Establecidas y Legalizadas

Fuente: elaboración propia

3.5 Desarrollo de Propuesta de negocio aplicando Método Canvas

Utilizamos y aplicamos el modelo canvas para determinar el modelo de negocio de nuestro proyecto, los 9 puntos de desarrollo de este lo describimos a continuación:

1.-Segmento de Clientes: Enfocados en MiPyMes legalizadas y empresarios individuales regularizados.

2.-Propuesta de Valor: Fomentar el desarrollo colaborativo, generando asesorías, donde podremos ayudar y orientar en su desarrollo y permanencia en el tiempo.

3.-Clientes: Atención personalizada, servicio eficiente y de calidad, fidelizando por medio de incentivos, premiando la permanencia con capacitaciones costo cero, rebaja del 25% el 8° y 12° mes de arriendo a clientes al día.

4.-Relaciones con los clientes: Redes sociales (RRSS), páginas web para sugerencias y reclamos, medios de difusión tradicionales e instalaciones propias.

5.-Ingresos: Cobros por arriendos de bodegas y oficinas, cobro por asesorías integrales, cobro por cierre de EERR, medios de pagos Transbank o transferencias.

6.-Recursos Claves: Contacto permanente con las MiPyMes, emisión de EEFF, compras a proveedores, Recaudación y difusión, capacitación.

7.-Actividades Claves: Insumos, instalaciones, infraestructuras y personal técnico.










8.-Asociaciones Claves: Convenios con MiPyMes, convenios Corfo, convenios con Sercotec - Fosis, convenios con importadores y aduana, filiación con bancos e instituciones financiera.

9.-Costos: Arriendos de bodega principal, remuneraciones de nuestros técnicos, gastos de insumos - materiales y gastos operativos

3.6 Lienzo canvas elaborado según nuestra propuesta de negocio

A continuación se muestra el lienzo canvas elaborado con los puntos descritos anteriormente en relación a nuestra propuesta de negocio.

Imagen 4: Lienzo Canvas

LIENZO CANVAS: Propuesta de Arriendo Bodega Oficina - Asesorías Integrales				
Key Partners Asociaciones claves  8 Convenios con MiPyMes Convenios Corfo Convenios Sercotec Fosis Convenios Agencias Importadoras Filiación con Bancos e Instituciones Financieras	Key Activities Actividades Claves  Contacto Permanente con las MiPyMes Emisión de EEFF Compra a Proveedores Recaudación y Difusión Capacitación 6 Key Resources Recursos claves  7 Insumos Infraestructura Personal Técnico	Value Proposition  Propuesta de Valor Fomentar el desarrollo colaborativo Arriendo de Bodegas - Oficinas Generar las Asesorías Ayudar y Orientarlos en su desarrollo y permanencia en el tiempo 2	Customer Relationships  3 Relación con cliente Atención Personalizada Servicio Eficiente y de calidad Incentivos a la permanencia con capacitación costo cero Descuentos del 25% en el 6° y 12° Mes de arriendo Channels Canales: Redes  4 Redes Sociales Páginas WEB para sugerencias Medio de Difusión Tradicionales Instalaciones Propias	Customer Segments  Segmento de Clientes MiPyMes Legalizadas de distintas líneas de Negocios Empresarios Individuales regularizados 1
Cost Structure  Estructura de Costos Arriendo Bodega Principal Remuneraciones de nuestros Técnicos Gastos Insumos y Materiales Gastos Operativos 9		Revenue Streams  Ingresos Cobros por Arriendo de Bodegas Oficinas Cobros por Asesorías Integrales Cobros por Cierre de EERR Medios de Pago Transbanks o Transferencia 5		

Fuente: elaboración propia basada en el lienzo canvas inokabi.com

CAPÍTULO IV. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

4.1 Presupuesto.

De acuerdo y en concordancia con nuestra propuesta de proyecto, denominado strip center para MiPyMes, hemos determinado una serie de ítems necesarios para el funcionamiento de este tipo de negocio, y para ello es primordial la conformación de un presupuesto que detalla la adquisición de activos, fijos e intangibles, además de servicios, insumos y gastos de administración.

4.1.1 Ingresos.

La siguiente tabla muestra los ingresos anuales proyectados en el proyecto, considerando un total de 15 asociados.

Imagen 5. Ingresos Anuales

1.-Desglose de Ingresos (15 Asociados)	FE por Socio	FE Mensual	I Anual
Facturacion Mensual Arriendo Bodegas Socios (12,7463 UF)	441.667	6.625.000	79.500.000
Facturacion Mensual Asesorias Asociados	200.000	3.000.000	36.000.000
Total Ingresos Anuales		A-	115.500.000
2.-Desglose Otros Ingresos (15 Asociados)	FE por Socio	FE Mensual	I Anual
Facturacion Balances & Operación Anual Renta	500.000		7.500.000
Total otros Ingresos Anuales		B-	7.500.000
La Utilidad Bruta la componen el total anual por Arriendos + Asesorias + Cierre Balance			123.000.000
			A + B

34.650,39 UF05-11-2022

Fuente: elaboración propia

4.1.2 Egresos.

Se detallan a continuación los egresos mensuales y anuales, el Capital de Trabajo necesario y la Inversión Inicial del proyecto

Imagen 6. Costo de Operación anual

	Mensual	Cantidad	Meses	Total Año
Ingresos de Operación				
Aseorías	\$ 440.000	15	12	\$ 79.200.000
Arriendo de bodega	\$ 200.000	15	12	\$ 36.000.000
Sub Total	\$ 640.000		12	\$ 115.200.000
Otros Ingresos				
Balance	\$ 500.000	15	1	\$ 7.500.000
Total Ingresos				\$ 122.700.000
Costos de Operación				
Remuneraciones	\$ 800.000	3	12	\$ 28.800.000
Arriendo Bodega Matriz	\$ 5.500.000		12	\$ 66.000.000
Software Licencia	\$ 50.000		12	\$ 600.000
Depreciación	\$ 135.000		12	\$ 1.620.000
Sub Total				\$ 97.020.000
Gastos de Administración				
	Mes		Anual	Total Anual
Marketing	\$ 16.000		\$ 12	\$ 192.000
Honorarios	\$ 50.000		\$ 12	\$ 600.000
Gastos de Oficina	\$ 150.000		\$ 12	\$ 1.800.000
Sub Total				\$ 2.592.000
Total Gastos				\$ 99.612.000

Fuente: elaboración propia

Imagen 7. Capital de Trabajo

Costos de Operación	Mensual
remuneraciones	\$ 800.000
Arriendo Bodega Matriz	\$ 5.500.000
Software Licencia	\$ 50.000
Depreciación	\$ 135.000
Sub Total	\$ 6.485.000
Gastos de Administración	
Marketing	\$ 16.000
Honorarios	\$ 50.000
Gastos de Oficina	\$ 150.000
Sub Total	\$ 216.000
Total mensual	\$ 6.701.000

Fuente: elaboración Propia

Imagen 8. Inversión Inicial

Ítem	Cantidad	\$ Unit	Total
·Compra de Containers	15	\$ 505.000	\$ 7.575.000
·Equipamiento	4	\$ 280.000	\$ 1.120.000
·Servicio Aduanas - IVA	1	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
·Gastos Aduana - Puerto	1	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000
·Transporte Instalaciones	1	\$ 1.805.000	\$ 1.805.000
Inversion Total			\$16.200.000
Vida Util estimada	10	años	
Depreciacion anual	\$ 1.620.000		
Depreciacion mensual	\$ 135.000		
Valor de rescate	\$ 3.000.000		

Fuente: elaboración Propia

4.1.3 Evaluación del Proyecto.

De acuerdo a los datos anteriores se realiza a continuación la evaluación económica del proyecto, considerando tanto financiamiento propio como externos según el detalle:

Inversion Inicial	\$ 16.200.000
Capital de Trabajo	\$ 6.701.000
Total requerimiento	\$ 22.901.000
Aporte Socios	\$ 5.000.000
Financiamiento externo	\$ 17.901.000

Tasa de interes anual 18,72%

Imagen 9. Tabla de Amortización

Periodo	Valor cuota	Capital	Interes	Saldo
Año 0	0,00	0,00	0,00	17.901.000,00
Año 1	5.539.298,59	2.386.096,05	3.153.202,54	15.514.903,95
Año 2	5.539.298,59	2.873.162,76	2.666.135,83	12.641.741,19
Año 3	5.539.298,59	3.459.652,95	2.079.645,64	9.182.088,24
Año 4	5.539.298,59	4.165.861,64	1.373.436,95	5.016.226,61
Año 5	5.539.298,59	5.016.226,61	523.071,98	0,00

Fuente: elaboración Propia

Imagen 10 Flujo caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de Operacion	\$ 115.200.000	\$ 115.200.000	\$ 115.200.000	\$ 115.200.000	\$ 115.200.000	\$ 115.200.000
Otros Ingresos	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000
Total Ingresos	\$ 122.700.000	\$ 122.700.000	\$ 122.700.000	\$ 122.700.000	\$ 122.700.000	\$ 122.700.000
Costos de Operacion	\$ 95.400.000	\$ 95.400.000	\$ 95.400.000	\$ 95.400.000	\$ 95.400.000	\$ 95.400.000
Depreciacion	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000
Gastos de Administracion	\$ 2.592.000	\$ 2.592.000	\$ 2.592.000	\$ 2.592.000	\$ 2.592.000	\$ 2.592.000
Resultado antes de intereses e impuestos	\$ 23.088.000	\$ 23.088.000	\$ 23.088.000	\$ 23.088.000	\$ 23.088.000	\$ 23.088.000
Intereses	\$3.153.203	\$2.666.136	\$2.079.646	\$1.373.437	\$523.072	
Resultado antes de Impuestos	\$19.934.797	\$20.421.864	\$21.008.354	\$21.714.563	\$22.564.928	
Impuestos 25%	\$ 4.983.699	\$ 5.105.466	\$ 5.252.089	\$ 5.428.641	\$ 5.641.232	
Resultado Neto	\$ 14.951.098	\$ 15.316.398	\$ 15.756.266	\$ 16.285.922	\$ 16.923.696	
Depreciacion	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000	\$ 1.620.000
Total Flujo de Operación	\$ 16.571.098	\$ 16.936.398	\$ 17.376.266	\$ 17.905.922	\$ 18.543.696	
Prestamo	\$ 17.901.000	\$2.386.096	\$2.873.163	\$3.459.653	\$4.165.862	\$5.016.227
Inversion en equipamiento	\$ -16.200.000					\$ 3.000.000
Capital de Trabajo	\$ -6.701.000					\$ 6.701.000
FLUJO DE EFECTIVO ANUAL	\$ -5.000.000	\$14.185.002	\$14.063.235	\$13.916.613	\$13.740.061	\$23.228.469

Fuente: elaboración propia

Viabilidad Económica

Aplicando variables VAN y TIR, el proyecto es viable económicamente

VAN: = 50.694.390

TIR: 283% Tasa de Descuento: 12%

Tasa de interés anual 18,72%

Conclusiones.

El emprendimiento es la alternativa más utilizada para alcanzar los objetivos personales, sin embargo, emprender no resulta del todo fácil, es necesario tener una mentalidad fuerte ya que constantemente nuestro emprendimiento se ve expuesto a los cambios favorables o desfavorables del mercado.

A raíz de lo anterior, hace de vital importancia conocer qué es un modelo de negocio y qué lo compone, pues en la realidad observada, los pequeños emprendedores se embarcan en un emprendimiento y sobre la marcha van corrigiendo errores, los cuales, evaluados desde un inicio, se pudieron haber evitado.

Evaluar un modelo de negocio con el fin de aplicarlo en la realidad, servirá para potenciar nuestro emprendimiento en el futuro y sacarle provecho a esas características que nos distinguen. La sostenibilidad de un emprendimiento puede derivar de distintas variables, para ello se debe tener en cuenta cuales son las ventajas que se han desarrollado en relación con los competidores y cuáles son las competencias de cada emprendedor. Con el transcurso de esta investigación pudimos observar de manera directa las características de las emprendedoras y emprendedores el entorno en el cual se desenvuelven, que uno de los problemas más recurrentes son los relacionados con el bodegaje y las pocas redes de ayuda que estos tienen, lo cual sustenta nuestro proyecto, ya que va en la dirección correcta, para ir en ayuda de estas empresas, haciéndose necesaria la colaboración entre ellas para que logren sortear algunas y ojalá todas las trabas que el mercado y la globalización hoy les imponen.

Desde el punto de vista de la inversión, podemos evidenciar que es posible y viable este tipo de estructura de negocio y eso nos motiva aún más a intentar ponerla en marcha en un futuro próximo.

Con respecto a los grupos de edad se constató que es una variable que afecta directamente al uso de tecnologías o manejo en habilidades computacionales y empresariales, mientras más alto es el rango de edad menor es la comprensión de temáticas de negocios.

A partir del emprendimiento, una de las dimensiones más desarrolladas por los participantes es la que refiere al proceso de construcción de un posicionamiento en el mercado. Tanto por competitividad como por autogestión y administración de los recursos para mantener el negocio.

El emprendimiento está presente en todas las acciones humanas y radica en estar alerta a las oportunidades. Los emprendedores son fundamentalmente intermediarios creativos que facilitan el intercambio entre oferentes y demandantes, al reconocer en cualquier desequilibrio del mercado una oportunidad.

Las políticas públicas, han tratado de enfocarse cada vez más en fomentar el “espíritu emprendedor” de la población y entregar mayores facilidades para la generación de nuevos negocios.

Bibliografía.

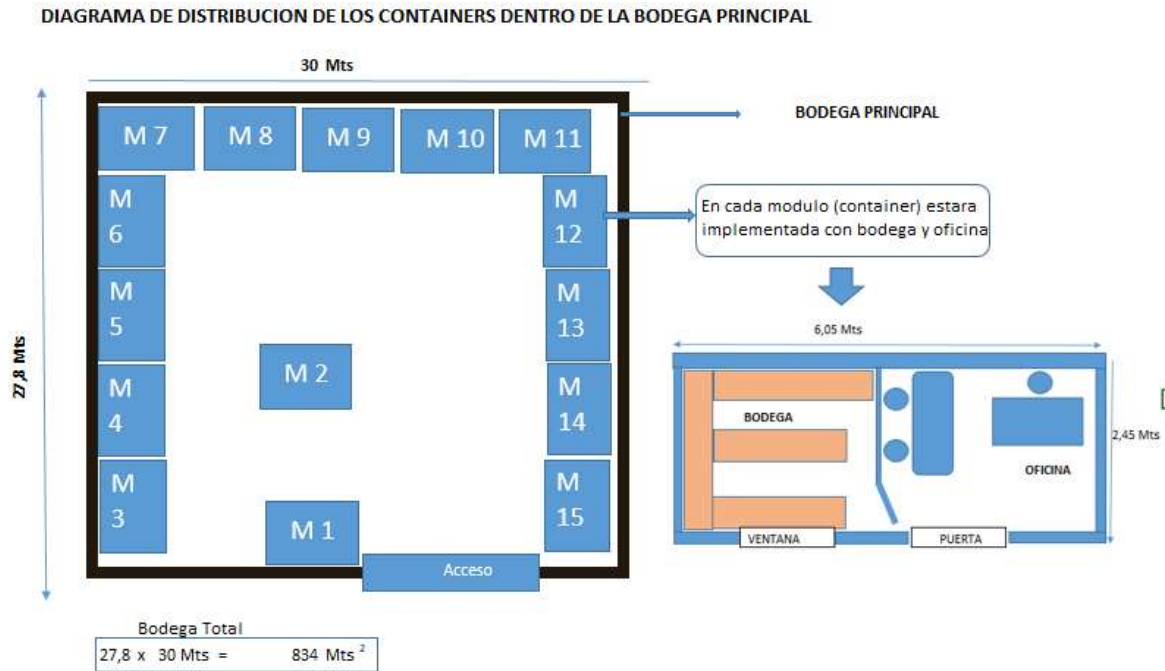
- Ávila-Toscano José (2012). Redes Sociales y análisis de redes, Colombia Facundo G. (2011).
- Barnes J.A. (1954). Relaciones Humanas n°7, p. 39-58.
- Jaramillo, Sebastián. (2021, 31 de enero). ¿Están las condiciones para emprender en Chile? El Mostrador.<https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2021/01/31/estan-las-condiciones-para-emprender-en-chile/>. Recuperado el 19 de octubre de 2022.
- Kawasaki, Guy (2017). El Arte de Empezar, España. Editorial Booket.
- Lewin K. (1951) La Teoría del Campo.
- Ligth, D. & Keller. S. (2000). Sociología. Madrid: McGraw-Hill.
- López, S. (2017). Modelo de Negocios: Metodología Canvas aplicada a empresa de asesorías legales. Primer Informe de Seminario de Negocios para optar al título de Ingeniero (E) en Administración de Empresas. Universidad del Bio-Bio.
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. Papers, 48, 103-126.
- <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2813/1/L%C3%B3pez%20Baeza%2C%20Sonja%20Viviana%20del%20Carmen.pdf>. Recuperado el 19 de octubre de 2022.
- Madariaga, C., Abello, R. & Sierra. O. (2003). Redes sociales, infancia, familia y sociedad. Universidad del Norte. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Montero, M. (2003). Teoría y práctica de la Psicología Comunitaria. La tensión entre comunidad y sociedad. Buenos Aires: Paidós.
- Nadel S. (1957) La teoría de la estructura social.
- Navarro, S. (2004). Redes sociales y construcción comunitaria. Madrid: Editorial CCS.
- Núñez, Leonardo. (2018, 22 de abril). Ocho de cada 10 emprendimientos fracasan en Chile: Experto entrega claves para evitar errores. Emol.com. <https://www.emol.com/noticias/Economia/2018/04/22/903519/Asesor-de-emprendedores-Hoy-toda-venta-tiene-que-centrarse-en-hacerle-la-vida-mas-facil-al-cliente.html>. Recuperado el 19 de octubre de 2022.
- Porter, M. (2009). Estrategias competitivas, Estados Unidos, Pirámide

- Sanicola, L. (1996). Redes sociales y menores en riesgo. Buenos Aires: Lumen humanitas.
- Scott D - (1991) Ciencias del ocio, Taylor & Francis.
- Trías De Bes, F. (2017). Libro Negro del Emprendedor, Perú. Empresa Activa
- Vericat G. (2011). El Libro Rojo de la Mujeres Emprendedoras, España. Editorial Libros de Cabecera.
- Watkins, M. (2017). Los primeros 90 días, Canadá, Reverte Management.
- Ziccardi, A. (1999). Pobreza, territorio y políticas sociales. Revista Mexicana de Sociología, 61 (4), 109-126.

Anexos.

Distribución de Módulos en Bodega Matriz

Imagen 11, Diagrama bodega



Fuente: elaboración propia

Imagen 12, Contrato Bodega

A - Arriendo de Bodega



Concepción, 03 de noviembre de 2022



Condiciones Generales:

- 1) La bodega no considera oficinas.
- 2) Las bodegas cuentan con empalme monofásico.
- 3) El recinto cuenta con guardías las 24 horas, CCTV, y alarmas de seguridad, se permite la utilización del recinto para el acceso de vehículos de carga, en días no hábiles.
- 4) El recinto cuenta con servicio de casino.
- 5) El recinto cuenta con estacionamientos, y patios de maniobras que permiten el acceso de camiones, cada bodega tiene acceso independiente con portones de rollo, lo que permite el acceso de grúas horquillas y vehículos de carga.
- 6) Se considera un contrato mínimo de 12 meses, renovables.
- 7) Las obligaciones emanadas en el contrato incluyen, guardia, aseo de patios y calles del sector, mantención de áreas verdes, iluminación de patios y letreros publicitarios, agua de riego.
- 8) A la firma del contrato procede la cancelación de la garantía que corresponde a 1 mes de renta neto.
- 9) Los precios se reajustarán anualmente en un 3 %.

Señor:
José Henríquez V.

De nuestra consideración:

Adjunto a la presente enviamos a ustedes un ejemplar de la cotización N°2022-11-04 por "Arriendo de Bodega", preparada por nuestra empresa.

Sin otro particular, le saluda atentamente

Roxana Montecino Asparren
Relacionadora Comercial
REDMEGACENTRO

Arriendo de Bodega 5-A

- 1) El arriendo mensual corresponde a:
 - a. Bodega de 834 m2. aprox. sin oficinas, UF 133,50 + IVA.
 - b. Las obligaciones emanadas en el contrato alcanzan un valor de UF 25 + IVA.

Imagen 13 y 14, Fotografías bodega Megacentro



Fuente: página red megacentro

B -Cotización de Containers

Imagen 15, cotización página AliExpress

AliExpress

Dirección de entrega
Jose Henriquez +56 976764806
viejo lirquen
Penco, Bio-Bio, Chile, 4140372 [Modificar](#)

Métodos de pago
[Selecciona la forma de pago](#)

stainlesSteel Product Store
Tiendas de contenedores, calles comerciales, cafeterías, restaurantes de tiendas emergent...
Custom size
CLP 298,197 [-](#) 15 [+](#)

Envío:CLP 3,065,738
Entrega el 10 ENE o reembolso completo

Resumen
Coste total de los artículos CLP 4,472,949
Código promocional Escribe el código aquí [v](#)
Total de envío CLP 3,065,738
Total CLP 7,538,687
[Realizar pedido](#)

Al hacer click en 'Realizar pedido', confirmo haber leído y aceptado [los términos y condiciones](#).

AliExpress
AliExpress keeps your information and payment safe

Fuente: página web AliExpress

Imagen 16, contenedor



Fuente: página web AliExpress

Imagen 17, dimensiones de container



Fuente: página web AliExpress

C-Cotización Equipamiento

Imagen 18, cotización Laptop HP

The screenshot shows the Falabella.com website interface. The top navigation bar includes the logo, a menu icon, a search bar, and user information. Below the navigation bar, there is a promotional banner for free shipping. The main content area displays a shopping cart with two items:

Producto	Código	Precio	Envío	Retiro
HP Notebook Hp 14-Fq0013Dx Amd Athlon 4Gb Ram 128Gb...	15168434	\$ 319.990 (-36%) \$ 499.990	✓ Envío gratis a domicilio	✗ Retiro no disponible
BROTHER Impresora Multifuncional Laser DCP-1617NW BROTH...	113415819	\$ 153.990 \$ 159.990	✓ Envío a domicilio	✗ Retiro no disponible


On the right side of the cart, a 'Resumen de la compra' (Purchase Summary) box shows:

- Envío a domicilio no incluido
- Productos (4): \$ 1.113.960
- Total: \$ 1.113.960
- Botón: Continuar compra

Fuente: página web Falabella

D-Cotización Software Contable

Imagen 19, cotización software de contabilidad Defontana

 Gmail Jose Miguel Henriquez Vasquez <aljosemi@gmail.com>

Cotización Booker By Defontana "Jose Henriquez 14.271.797-2"
1 mensaje

Jose Perozo <jperozo@defontana.com> 4 de noviembre de 2022, 15:39
Para: "aljosemi@gmail.com" <aljosemi@gmail.com>
Cc: Yelitza Valbuena <yvalbuena@defontana.com>

Estimado Don Jose

De acuerdo a lo conversado en la reunión, le hago envío de la información y cotización de nuestro software 100% web que le permite tomar el control de la contabilidad, en cuanto a su evaluación y automatización de sus procedimientos, ya que está especialmente pensado para contadores y emprendedores, tanto en precio como en funcionalidades.

Nuestro software, que ahora tiene una interfaz renovada, va integrado en dos módulos por el precio de uno (contabilidad y tesorería) e incluye las siguientes características:

Contabilidad:

- Integración con SII, la cual permite importar libros de compra y ventas desde SII
- Centralización PCGA.
- Fichas contable y análisis por ficha, persona y proveedor.
- Plan de cuenta Contable.
- Multimoneda (Pesos o dólares).
- Registros de movimientos contables.
- Impresión de comprobante contable
- Informes: Balance general, Balance de Comprobación y Sueldo, libro mayor, libro diario, informes por análisis entre otros.
- Generación de comprobante de apertura y cierre de año
- Centro de Negocios (Centros de costos)

Tutoriales:
<https://vimeo.com/user112700664>

Tesorería:

- Registro de ingresos y egresos.
- Conciliación bancaria automática
- Flujo de caja

<https://www.youtube.com/watch?v=eHfoxNg18iM> (Conciliación bancaria automática)
<https://www.youtube.com/watch?v=OGYfrtNYPrC> (Como activar cuenta bancaria de manera permanente)
<https://www.youtube.com/watch?v=bNiploybc2s> (Flujo de caja)

Cotización #01

SOFTWARE DE CONTABILIDAD	
USUARIOS	1
CANT. MAX. EMPRESAS	15
VALOR EN UF MENSUAL	1,2 UF + IVA
INCLUYE INTEGRADOR DE LOS LIBROS DE COMPRA Y VENTA DEL SII	

Cotización #02

SOFTWARE CONTABILIDAD	
USUARIOS	1
CANT. MAX. EMPRESAS	15
VALOR EN UF MENSUAL CON UN 15% APLICADO	12,24 UF + IVA
INCLUYE INTEGRADOR DE LOS LIBROS DE COMPRA Y VENTA DEL SII	

Nota:

- La cotización contempla capacitación con un consultor, la cual se divide en dos sesiones una de ellas para el módulo de contabilidad y la otra para el módulo de remuneraciones.
- La forma de pago del servicio es con tarjeta de débito o crédito a través de WebPay.

Espero que la información le sea de utilidad y pueda contactarme ante cualquier consulta o eventualidad.

Mis datos de contacto son:

- Jose Perozo
- Número de teléfono: 9 93885521
- Correo: jperozo@defontana.com

Quedo atento.

Fuente: página web Defontana Sistemas

Imagen 20, cotización página web

E-Cotización Marketing – Pagina WEB Empresa Lado Norte

Valores y Condiciones

¡Pago único! Y el sitio web es tuyo, no existen mensualidades, ni cobros adicionales.

Valor del servicio:

- Considera todas las actividades para terminar con un sitio web 100% funcional.
- * Valor Exento - Emitimos Facturas Exentas

\$300.000*

Formas de pago:

- 50% del valor para comenzar el proyecto.
- 50% del valor al terminar, previo a la migración o entrega del sitio web.
- Transferencia Bancaria.
- Paga en cuotas con Tarjeta de Crédito (comisión 3,19% + IVA).

CONTRATA DENTRO DE LOS PRÓXIMOS 3 DÍAS Y ELIGE GRATIS ENTRE:


1. Creación de 1 campaña publicitaria en Google
2. Creación de ficha de negocio en Google My Business
3. Diseño de logo en base a 3 propuestas originales, sólo cambios de colores.

Opcional: [Mantenimiento Web](#) y [Campañas Publicitarias en Google](#)
 Si lo deseas, podemos encargarnos del mantenimiento web y de crear campañas publicitarias, para incrementar tus potenciales clientes.


Imagen 21, proyectos web

Algunos de nuestros últimos proyectos web


Haz clic aquí y ve todos nuestros proyectos




Social Salud




Rindus USA



Fix On Wheels







Fuente imagen 20 y 21, página Web Lado Norte

F-Cotización Agente de Aduana

Imagen 22, cotización agencia de aduana Claudio pollmann

RE: Cotización internación de 15 container desde chile (proveedor aliexpress)  

 recibidos x



Pablo Espinoza
para mí, estorpio

22:44 (hace 1 hora) ☆ ↶ ⋮

Los costos de la agencia son los siguientes:
 Honorario porcentual: 1% del Valor CIF (importaciones)
 Honorario porcentual: 1% del Valor FOB (Exportaciones)
 Honorario mínimo: US\$95,00
 Gastos de Despacho: US\$55,00

Todos más el IVA vigente a la fecha de Facturación
 La conversión a PESOS (\$), se hace mediante el Tipo de Cambio Aduaneros. Pero en este caso se aplica el Tipo de Cambio PISO, por la fecha, será el Tipo de Cambio Aduanero para Octubre 2002.
 Un flete desde Puerto Lirquen a sector los carros está en \$ 180.000.- más IVA

EL DETALLE DE LA COTIZACION ES LA SIGUIENTE

COTIZACION NOTA DE COBRO IMPORTACION		
Valor FOB + Flete	Tipo de Cambio	Fecha
9.463,80	948,74	04-11-2022
Valor CIF	Dº Advalorem	IVA Pesos (CSP)
9.653,07	579,18	1.844.473

Detalle	Dólar	Pesos (CSP)
Seguro Mercaderia	189,28	179.574
Transporte (8 Fletes)	1517,80	1.440.000
Derechos Internacion (Aduana) 6% CIF	579,18	549.495
IVA Tesoreria (19% CIF)	1944,13	1.844.474
IVA Terceros	363,72	345.079
Honorarios Agente	96,53	91.583
Gastos Despacho	55,00	52.181
Carguio Puerto	65,00	61.668
Seguridad Puerto	180,00	170.773
Aforo Aduana	2880,00	2.732.371
TOTAL GASTOS PROVISIONADOS		7.467.198

En el puerto cobrarán el carquío por ser lirquen y el carqo de seguridad
 1.- carquío US\$ 65 por contenedor
 2.- carqo seguridad US\$ 12 por contenedor

Saludos,
 Pablo Espinoza T.
 Agencia de aduana
 Claudio Pollmann Velasco
 Sucursal Talcahuano
 Fono: 41-2427764
 Movil: +56 9 98454638
 Email: pepinoza@pollmann.cl
 Web: www.pollmann.cl

Fuente: agencia de aduana Claudio Pollmann

G-Anexo Préstamo Bancario

Imagen 23, simulación préstamo bancario

1 Ingreso de Datos		2 Resultado	
Resultado			
Fecha	05/11/2022 16:47		
Monto del Crédito	\$25.000.000		
Número de Cuotas	60		
Pago Primera Cuota	01/12/2022		
Valor Cuota Mensual	\$653.581		
Tasa de Interés Mensual(*)	1,56%		
Tasa de Interés Anual	18,72%		
Impuesto	\$201.619		
Notario	\$700		
Monto Total del Crédito	\$25.202.319		
Costo total del Crédito (CTC)	\$39.214.832		
Carga Anual Equivalente	18,64%		

 Imprimir

[Volver a simular](#)

Fuente: página web Banco Estado



JOSÉ MIGUEL HENRÍQUEZ VÁSQUEZ
Firma Alumno



PATRICIA CAROLINA CARILLO PEÑA
Firma Alumno



DR. HÉCTOR SALDIA BARAHONA
Profesor Guía