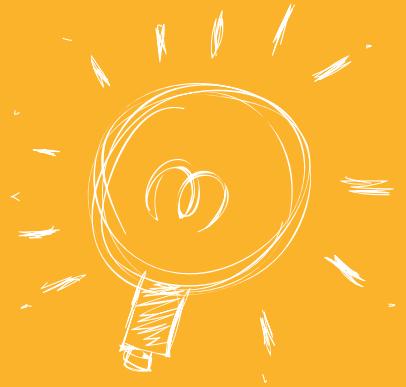


# GUIA DEL EMPRENDEDOR

Consejos para hacer tu emprendimiento





UNIVERSIDAD  
INSTITUTO PROFESIONAL  
CENTRO DE FORMACIÓN TÉCNICA

© Todos los derechos reservados.

Se permite la reproducción parcial o total de este texto para fines educativos, dándose el debido crédito a sus autores y a la Cátedra  
CEIM - EMPRENDELEONES de LOS LEONES.

Se prohíbe, sin embargo, la reproducción parcial o total de este texto por cualquier medio o formato incluyendo el electrónico, para fines lucrativos.

# GUÍA DEL EMPRENDEDOR

consejos para hacer tu emprendimiento

## FUENTES

- Manual para el Emprendedor  
Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH)
- Manual para emprendedores de Chile  
SERCOTEC - OIT
- Servicio de Impuestos Internos  
[www.sii.cl](http://www.sii.cl)

## GUÍA DEL EMPRENDEDOR

*Consejos para hacer tu emprendimiento*

CEIM - EMPRENDELEONES  
Santiago de Chile

Primera edición 2014  
© CEIM - EMPRENDELEONES

Coordinador de Producción / Silvio Cofré Gallegos

Colaboradores / Doris Castañeda  
Sergio Díaz  
Leandro Caamaño  
Patricio Almendra  
Tamara Fariñas  
Aurelio Hernández C.

Diseño y Diagramación/ Karina Gabilán Candia

Producción / CEIM - EMPRENDELEONES  
Arturo Prat Nº 386, Santiago de Chile

Impreso en Diciembre 2014

# ÍNDICE

1 BIENVENIDA

2 ¿TIENES ALMA DE EMPRENDEDOR?

3 ¿CÓMO INICIAR UN EMPRENDIMIENTO?

4 PLAN DE NEGOCIOS

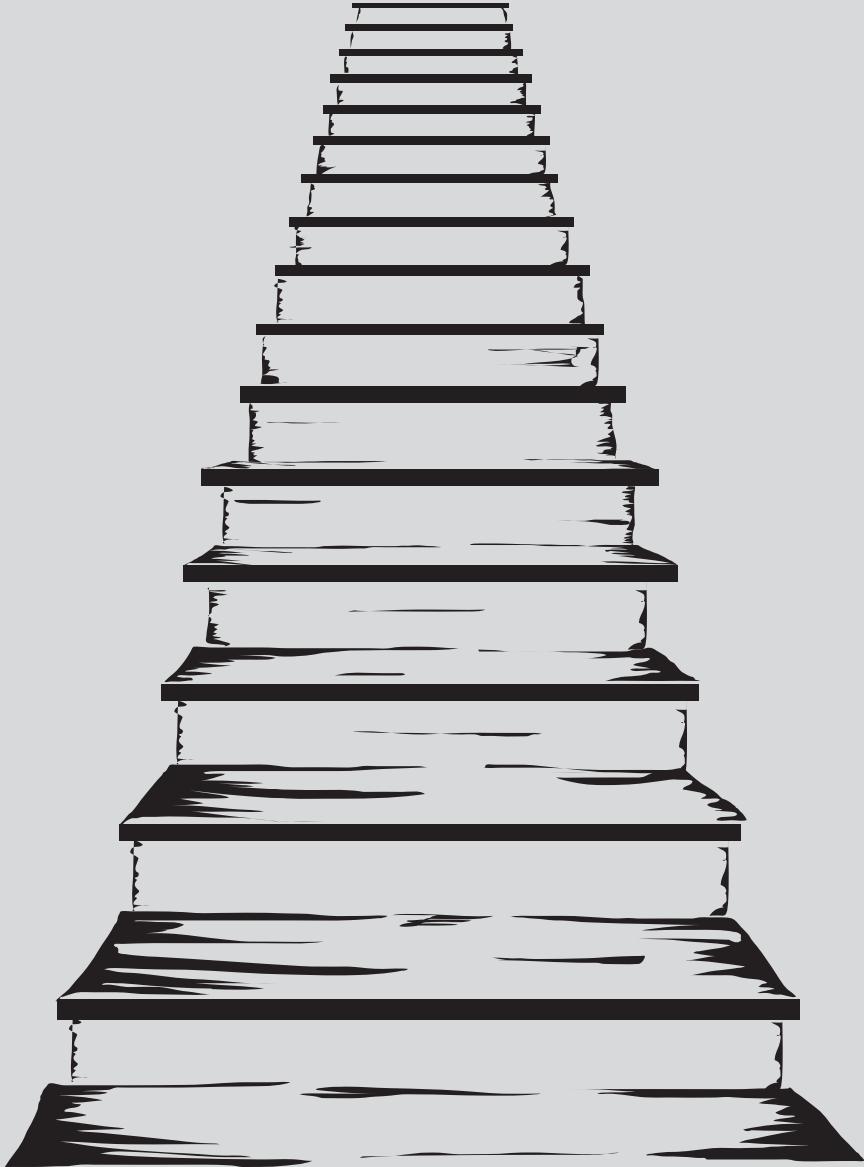
5 MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

6 COMO CONSTITUIR LA EMPRESA O SOCIEDAD

7 ¿CÓMO FINANCIAR MI EMPRENDIMIENTO?

8 DISEÑO GRAFICO Y PUBLICIDAD

9 GLOSARIO



“Da el primer paso con fé. No tienes que ver toda la escalera.  
Basta con que subas el primer peldaño”.

*Martin Luther King*

# I. BIENVENIDOS

El Centro de Emprendimiento, CEIM-EmprendeLeones, se crea y desarrolla en el contexto de una estructura económica y empresarial, en la cual se produce una gran asimetría entre las Empresas de Menor Tamaño y las Grandes Empresas, tanto en la distribución y participación de mercado, como en los recursos materiales y profesionales con los que cuenta cada sector. En este marco, el emprendimiento requiere de apoyo profesional y articulación para acceder a recursos públicos y privados que posibiliten el vuelo de los emprendedores.

En este camino nuestro Centro construye esta Guía de Emprendimiento, como un material de consulta y asesoría que facilite el desenvolvimiento de nuestros jóvenes profesionales y alumnos con espíritu emprendedor, como una opción de desarrollo personal y profesional, cumpliendo así con nuestro proyecto educativo y social.

Es importante destacar la apertura del Centro a los familiares de nuestros estudiantes y egresados, que transitan por el emprendimiento o son pequeños empresarios, igualmente para los participantes externos que son parte de nuestra red de asociatividad y alianzas por fortalecer el mundo de las pequeñas empresas.

Esperamos que esta guía se constituya en un interesante e importante aporte para la comunidad emprendedora y fortalezca sus condiciones de competitividad, aportando al desarrollo económico y social de nuestra sociedad.

*ceim. EmprendeLeones*

# 2. ¿TIENES ALMA DE EMPRENDEDOR?

## TEST PARA EVALUAR LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA

Contesta de forma realista todas las preguntas, así conocerás tus fortalezas y sobre todo tus debilidades, lo que te falte por desarrollar es tu gran desafío para preparar de la mejor manera posible tu emprendimiento, no te desanimes que durante tu camino empresarial debes aprender ciertas habilidades que quizá aun no tengas.



	A Sí, siempre	B A menudo	C Poco	D Nunca
--	------------------	---------------	-----------	------------

1. ¿Crees que eres una persona adaptable a los cambios?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ¿Tienes a ser una persona intuitiva?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. ¿Disfrutas descubriendo cosas nuevas para hacer no muy comunes?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. ¿Sientes tu espíritu aventurero?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. ¿Tienes confianza en tus posibilidades y capacidades?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Si existe algo que "no hay manera de hacer", ¿encuentro esa manera?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. ¿Mantengo los compromisos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. ¿Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. ¿Te gusta tomar la iniciativa?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. ¿Te gusta la responsabilidad?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. ¿Eres reticente a solicitar ayuda?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. ¿Tienes facilidad de comunicación?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. ¿Trabajas todo lo que haga falta para acabar los proyectos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. ¿Te consideras una persona creativa?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. ¿Si tienes que hacer algo, lo haces aunque no le resulte agradable?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. ¿Afrontas los problemas con optimismo?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. ¿Tienes claros los objetivos en tu cabeza cuando quieras algo?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. ¿Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. ¿Tienes predisposición para asumir riesgos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. ¿Analizas tus errores para aprender de ellos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. ¿Es fácil para ti encontrar múltiples decisiones a un mismo problema?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. ¿Tomas notas escritas sobre tus proyectos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. ¿Consideras retos los problemas?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. ¿Arriesgarías recursos propios si pusieras en marcha un proyecto empresarial?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. ¿Te resultaría fácil asignar tareas a los demás?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. ¿Escuchas a aquellos que te plantean nuevas ideas?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
27. ¿Sabes trabajar en equipo?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28. ¿Sabes administrar tus recursos económicos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29. ¿Tienes facilidad para negociar con éxito?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30. ¿Planificas acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31. ¿Arriesgarse da más probabilidades de salir adelante que no hacerlo?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
32. ¿Estarías dispuesto/a a hacer frente al fracaso con tal de ampliar tus horizontes?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
33. ¿Sacrificarías tu tiempo libre si el trabajo lo demanda?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34. ¿Te planteas los temas con visión de futuro?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35. ¿Sueles cumplir los plazos que te fijas para realizar un trabajo?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
36. ¿Sientes motivación por conseguir objetivos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
37. ¿Crees en tus posibilidades?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
38. ¿Te gustan los riesgos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
39. ¿Te consideras profesionalmente bueno o buena en aquello que sabes hacer?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40. ¿Eres persona decidida y determinante a la hora de conseguir tus objetivos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# PUNTUACIONES

## Entre 80% Y 100%

- Eres una persona realmente emprendedora, eres la persona idónea para sacar al mercado un producto nuevo (o renovado).
- Dispones de la iniciativa y disciplina necesaria para ser un empresario de éxito.
- Cuando decides hacer algo, no te detienes hasta que lo consigues.
- Deberás aprovechar al máximo tu potencial, poniendo en marcha tu propio proyecto.

## Entre 20% Y 40%

- Tienes potencial, pero deberás tomarte el tiempo necesario para desarrollarte. Lee extensamente, revistas especializadas y visita a futuros competidores tratando de descubrir cuáles son las claves de su éxito.
- Puedes mejorar tu perfil, marcándote acciones para mejorar tus puntos débiles.

## Entre 50% Y 70%

- Posees aptitudes para triunfar en tu propio negocio. Deberás tener en cuenta la formación y el asesoramiento de otras personas a la hora de poner en marcha tu empresa.
- Oblígate a visitar ferias cuando puedas y estar al día en todo lo que vaya surgiendo.
- Intenta reflexionar sobre tus aspectos más negativos para mejorarllos.

## Entre 0% Y 10%

- Deberás desarrollar tu creatividad, tu capacidad de asunción de riesgos y sobre todo tu autoconfianza.
- También deberás mejorar tu autodisciplina y determinación. Crear una empresa es una opción, pero no la única, de momento deberás trabajar más a fondo los aspectos asociados a un perfil emprendedor.
- No te desanimes y sigue formándote. También trabajando en una empresa podrás desarrollar alguna de las aptitudes tratadas en este cuestionario.

Aptitudes Personales

0

Proyecto

0%

Puntuacion Global

0%



## 3. ¿CÓMO INICIAR UN EMPRENDIMIENTO?

### ¿Qué es emprendimiento?

Se define el emprendimiento como la manera de pensar, sentir y actuar en búsqueda de iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de negocios, viables en términos de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos, así mismo factores endógenos como capacidad de talento humano, recursos físicos y financieros, que le permiten al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida, por medio del desarrollo de un plan de negocios o la creación de empresas. Es así como el emprendimiento hoy en

día se ha convertido en una opción de vida.

Emprendedor es aquel que no se cansa, que aguanta y que es capaz de resistir cualquier tipo de tormenta que se avecine, si la idea que posees es buena y te apasiona, esta seguirá hacia adelante sin pensar en lo que dejas detrás. Un emprendedor no le teme a los cambios ni le preocupan los traslados de residencia, solo se guían por conseguir su objetivo: desarrollar su idea y conseguir la financiación suficiente como para poder hacer sus sueños realidad.



# PASOS PARA ESCOGER LA IDEA DE TU EMPRENDIMIENTO

## ¿Qué idea puedo llevar a cabo?

Muchos emprendedores se encuentran en esta situación donde a pesar de la multitud de proyectos que llueven sobre su cabeza, solo desean centrarse en uno, en aquel que les guste, que les llene y sepan que pueden llegar lejos, a pesar de que en el mundo del emprendedor, nadie pronostica las cosas con total garantía y seguridad.

Todos hemos tenido ideas, algunas más atrevidas que otras, pero sabemos que en la vida real muchas de ellas por diferentes motivos y condiciones que no podemos controlar, se nos escapan de las manos.

Por esta razón, surge la necesidad de filtrar y seleccionar solo aquellos proyectos que nos ilusionen de verdad y estemos convencidos en poder sacar adelante.

Lo ideal sería emprender en algo que ya te has familiarizado con el rubro anteriormente, como por ejemplo, si has trabajado antes en una empresa de cosméticos y sabes muchas cosas acerca de este rubro.

Aquí en “EmprendeLeones” podrás buscar asesoría y orientación para poner en marcha tu idea.

# 1

## ¿QUÉ tanto te apasiona el negocio?



Los negocios son como el amor y por ello debes "casarte" con estos, solo así pondrás todo de tu parte para convertir tu idea en una gran empresa. Si tienes varias ideas rondando en tu cabeza, tomate el tiempo para definir cuál de ellas es la que más te apasiona, este será un factor clave para seleccionar el negocio más adecuado para ti.

# 2

## ¿QUÉ tanto sabes acerca del negocio?



Es más fácil emprender en un sector donde cuentas con ciertos conocimientos que te permitan obtener una ventaja. Además, un elemento clave para el éxito empresarial es el conocimiento que tengas sobre el producto, sobre la industria, sobre el mercado y sobre cualquier factor relevante del negocio.

Pero no dejes que la falta de conocimiento sea un obstáculo en el camino hacia tus sueños, si te apasiona la cocina pero poco sabes de esta industria significa que el camino será un poco más difícil, pero igual puedes intentarlo si estás dispuesto a dar todo de ti para aprender y así poco a poco mejorar hasta convertirte en el mejor.

# 3

## ¿QUÉ RECURSOS tienes a tu disposición para comenzar?



Es importante que elabores un presupuesto y analices la inversión inicial, los costos y gastos de cada alternativa de negocios que tengas a la mano, para ver si cuentas con los recursos necesarios para empezar o si es necesario acudir a diferentes fuentes de financiación.

Haz una lista de los recursos que tienes para emprender y luego mira qué oportunidades se ajustan a tus posibilidades.

El dinero no debe ser un obstáculo para tu emprendimiento, pero es un elemento clave que debes tener muy en cuenta si quieras iniciar con éxito tu negocio.

## ¿CUÁLES SON LAS TENDENCIAS DEL MERCADO?



Cada tendencia representa grandes oportunidades, solo es cuestión de estar al tanto de los diferentes cambios y ver de qué manera se pueden aprovechar.



Actualmente estamos en una sociedad muy dinámica y cambiante donde cada día vemos surgir nuevas tecnologías, nuevos cambios, nuevos hábitos, etc. Entonces todos los días se crean nuevas oportunidades de negocios ideales para los emprendedores más innovadores y osados. Es muy importante adaptarse rápidamente a los cambios, ya que tu competencia te podría absorber y llevarte a la quiebra.



## ¿CUÁL ES LA PROPUESTA DE VALOR DEL NEGOCIO?



Es un conjunto creíble de las mejores razones para que la gente se fije en nosotros y tome la acción que deseamos.

De esta manera se refuerza el apoyo a la toma de decisiones de los posibles clientes, y dicha propuesta de valor puede ser utilizada como base de la estrategia de marketing.

Recuerda que existen diferentes formas de crear valor para el cliente y debes elegir la estrategia de negocios que mejor se adapte a las características y necesidades de tus clientes al cual está dirigido el negocio.

## ¿CUÁLES SON LAS BARRERAS DE ENTRADA AL MERCADO?



Desde el punto de vista de la microeconomía, hay diferentes estructuras de mercado (monopolios, oligopolios, monopsonio, competencia perfecta, etc.) según el comportamiento de los oferentes y demandantes.



Saber en qué tipo de mercado vas a competir será clave para ver si tu idea puede superar las barreras de entrada.

Las barreras de entrada pueden ser legales, tecnológicas, por diferenciación, de costos, de propiedad intelectual, economías de escala, etc.

# 7

## ¿QUÉ NECESIDADES ESTÁN INSATISFECHAS?



Comienza en el papel de un consumidor común y corriente, que día a día enfrenta problemas y tiene diferentes necesidades. Debes realizar las siguientes preguntas: ¿Cuáles de esas necesidades están insatisfechas? ¿Cuáles necesidades tienen alguna solución que se puede mejorar?

Aunque no lo creas, aún quedan una infinidad de necesidades que todavía no son satisfechas o que están mal satisfechas, solo es cuestión de que te detengas a pensar en ellas y pongas a trabajar tu mente en pro de soluciones que puedas ofrecer.

# 8

## ¿CUÁLES SON LAS POSIBILIDADES DE CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN?



Es importante buscar ideas con alto potencial de crecimiento, no importa que debamos empezar en pequeño y con recursos limitados, siempre se pueden lograr grandes cosas si se tiene visión a largo plazo. Como pequeño empresario podrás participar de programas que entrega el Estado, ya sea para empezar tu proyecto o más bien para complementarlo en una posible expansión, así que no temas, siempre el mundo de los emprendedores estará lleno de oportunidades, solo tienes que buscarlas.

## ¿CUÁL ES TU VISIÓN?



Antes de empezar cualquier negocio debes preguntarte ¿Por qué quieres emprender?

Algunos emprendedores los motiva el dinero, a otros el deseo de cambiar el mundo, para otros lo importante es la necesidad de independencia, etc. Cada quien tiene su propia motivación y tiene una visión propia de su futuro. Elige un tipo de negocio que se acomode a tu visión personal y que te permita sentirte pleno cada día, y lo más importante es que tengas vocación por emprender.

Si a pesar de todos estos pasos aun no es clara la idea de negocio, se puede realizar el siguiente checklist para valorar las ideas en relación a las características más importantes que se deben cumplir.

# Lista de verificación

## Conocimientos del negocio.

¿Cuánto sabe sobre el negocio? ¿Deberá dedicar dinero y tiempo adicional para aprender más sobre el negocio? ¿Deberá tomar un socio por no saber demasiado sobre el negocio?

## Experiencia en el campo.

En algunos casos, quizás cuente con conocimientos sobre el tema, pero no demasiada experiencia. ¿Ha tenido un negocio de este tipo, o ha trabajado en alguno? ¿Hasta qué punto es indispensable la experiencia de primera mano?

## SUS habilidades

Ignore por ahora las habilidades que podrían ser comunes entre las ideas que tiene. Intente concentrarse en las habilidades únicas para el negocio que está evaluando. ¿Hasta qué punto cuenta con estas habilidades? Si no cuenta con ellas, ¿le resultará difícil adquirirlas?

## Facilidad de entrada.

Piense sobre los costos de ingresar al negocio y sobre las barreras competitivas que pudieran existir. Por ejemplo, una empresa de servicios que puede dirigir desde su hogar puede ser accesible al principio, pero si hay muchas empresas que proveen el mismo servicio, la entrada puede ser difícil.

## Originalidad

La originalidad no significa que literalmente ninguna otra empresa proporciona el mismo producto o servicio. Puede significar que nadie proporciona el mismo producto o servicio del mismo modo en que usted piensa proporcionarlo; o puede significar que nadie más proporciona el producto o servicio en la misma zona. Está buscando un modo de diferenciar el producto o servicio que ofrece de los de otras empresas que ya están en funcionamiento.

Idea de Negocio	Conocimientos	Experiencia	Habilidades	Facilidades de Entrada	Originalidad
	<input type="radio"/> 0 Sin conocimientos del negocio. <input type="radio"/> 1 Conocimientos indirectos sobre el negocio. <input type="radio"/> 2 Conocimientos limitados. <input type="radio"/> 3 Conocimientos funcionales.	<input type="radio"/> 0 Sin experiencia. <input type="radio"/> 1 Experiencia indirecta. <input type="radio"/> 2 Experiencia limitada. <input type="radio"/> 3 Muy experimentado en el negocio.	<input type="radio"/> 0 Ninguna. <input type="radio"/> 1 Habilidades limitadas. <input type="radio"/> 2 Algunas habilidades. <input type="radio"/> 3 Habilidades importantes.	<input type="radio"/> 0 Saturado, de muy difícil entrada. <input type="radio"/> 1 Disponibilidad de entrada limitada. <input type="radio"/> 2 Mezcla de competidores grandes y pequeños. <input type="radio"/> 3 Entrada prácticamente irrestricta para empresas de cualquier tamaño.	<input type="radio"/> 0 El producto o servicio está ampliamente disponible. <input type="radio"/> 1 Hay algunas otras empresas que ofrecen el mismo producto o servicio. <input type="radio"/> 2 Una o dos empresas más. <input type="radio"/> 3 No hay otras empresas que proporcionen el producto o servicio.

Suma las cifras y elimina cualquier idea que tenga un resultado total de 10 o menos y cualquier idea que tenga un resultado menor que 3 en la categoría "Originalidad".

Haz esta lista de verificación las veces que sean necesarias en el tiempo y con todas las ideas de negocio que tengas. Utilízala para identificar los aspectos que debes mejorar.

# 4. PLAN DE NEGOCIOS

## ¿Qué es un Plan de Negocios?

Un Plan de Negocios se puede definir como un documento a través del cual una idea de negocio se aterriza y ordena con el fin de visualizar, analizar y evaluar sus aspectos técnicos, económicos y financieros. Es una herramienta fundamental para enfrentar el proceso de toma de decisiones en la etapa inicial de un emprendimiento.



# PASOS PARA INICIAR UN NEGOCIO:

Las etapas iniciales del desarrollo de una idea de negocios, ya sea un nuevo emprendimiento o la creación de nuevas líneas de productos o servicios, requieren de un análisis profundo de los temas internos de la empresa en lo que respecta a formas de producción, comercialización y administración, como también del medio en el que se desenvolverán.

Para poder iniciar un negocio en el cual se espera tener éxito, y que el escenario que se presenta sea el deseado y no el de números rojos, es importante iniciar esta aventura con un estudio de mercado. Hay que tener en cuenta un punto muy importante antes de realizar este procedimiento no siempre este puede llevar al éxito, casi en la mayoría de los casos se obtiene un fracaso al primer intento, así que no te deprimas.

## 1 EL TIPO DE NEGOCIO:

Es decir, si tendrás una tienda de ropa, un carro de completos, un portal por internet, etc.

## 2 UBICACIÓN DE TU LOCAL:

Es de acuerdo al estudio de mercado, que previamente hiciste, ubicar tu local en un lugar estratégico.

## 3 EL NOMBRE DEBE SER EL CORRECTO:

El nombre es crucial. Debes elegirlo en función del producto o servicio que prestas. Asimismo diseñar un logotipo que identifique a tu empresa, con los colores corporativos adecuados, con un slogan y papelería que refuerzen los conceptos que quieras destacar de tu imagen de marca y como te proyectas al mercado.

## 4 DEFINIR EL PRESUPUESTO:

Cuando comiences con esto deberás contar con una suma de dinero, que puede ser abultada o no, dependiendo de factores como: números de socios, si es que lo tienes, montos aportados por cada uno, etc. Ahora, si eres único dueño igual debes ser ordenado y detallar los montos que invertirás para la puesta en marcha de tu negocio. También debes proyectarte, es decir, cuánto esperas llegar a vender en volumen e ingreso para 5 años, detallando trimestralmente el primer año y detalle anual para los siguientes años.

5

## PERSONAL CALIFICADO:

Si comienzas como único dueño, debes contratar a personal que sea un aporte para el negocio. Hay que tener criterio y cautela al momento de contratar a las personas que estarán la mayor parte del día en tu negocio. Debes preguntarte si están en condiciones de responder al negocio, en lo productivo, técnico y gestión. No pretendas aminorar costos y creer que lo puedes hacer todo solo. Para eso existen diferentes oficios y profesiones.

6

## PLAN DE VENTAS:

Debes identificar un prospecto o cliente. Estudiar y definir tu cobertura geográfica. Establecer estrategias de ventas. Definir tus tácticas de venta. Estructurar y poner en marcha un plan de ventas.

7

## PUBLICIDAD:

Es una etapa que muchos saltan, pero que es fundamental para dar a conocer tu nuevo negocio. Para lanzarlo es bueno comenzar con promociones, ofertas, descuentos, concursos, etc. Lo que atraerá clientes que podrían perdurar en el tiempo.

8

## ELECCIÓN DE LOS SOCIOS:

Si el capital de inversión depende de 2 o más socios.

### **Participación Paritaria:**

*Todos los socios son iguales con los mismos derechos, por ejemplo: Club o Cooperativa.*

### **Participación según su aporte:**

*El socio que más aporta tiene mas capacidad de desición, pr ejemplo: Sociedad Mercantil.*

9

## CONTROL Y GESTIÓN:

Esto es controlar la inversión y dineros para que si se presentan eventuales problemas puedas contar con recursos para salir de estos.

10

## LEGALIZACIÓN:

Tiene que ver con formalizar legalmente tu negocio bajo las normas laborales vigentes en nuestro país.

# Procedimiento de un Plan de Negocios

## 1.- DEFINICIÓN DE LA EMPRESA

Está compuesto por información básica acerca de la idea de negocio.



- Nombre de la idea de negocio.
- Nombre del emprendedor.
- Ubicación geográfica donde se desarrollará la idea de negocio (dirección, ciudad, comuna, etc.).
- Breve descripción del proyecto en términos generales, ¿de qué se trata la idea de negocio?.
- Visión de la Empresa.

## 2.- PLAN ESTRATÉGICO

Es aquel que permite identificar y visualizar los objetivos que se busca alcanzar con la materialización de la idea de negocio.



- Antecedentes del entorno en el cual se pretende implementar la idea de negocio.
- Oportunidad de negocio que el proyecto o idea pretende capturar.
- Elementos contemplados por el emprendedor para decidirle a materializar su idea de negocio.
- Objetivos y beneficios esperados.
- Estrategia para capturar la oportunidad de negocio.
- Identificación de externalidades (positivas y negativas).
- Análisis F.O.D.A.
- Plazo de implementación.

## 3.- PLAN COMERCIALIZACIÓN

Es aquel donde se señalan los aspectos relacionados con la generación de ingresos y ventas que se podrían alcanzar por medio de la materialización de la idea de negocios.

Una vez finalizado el Plan de Comercialización, el emprendedor podrá obtener datos tales como: estimación de ventas (anuales, mensuales y tasas de crecimiento); costos asociados con marketing, canales de distribución y estimación de precios.



De manera más específica, el Plan de Comercialización debe abordar aspectos relacionados con:

- Justificación de la ubicación geográfica donde se llevará a cabo la idea de negocio.
- Grupo objetivo al que están dirigidos los productos y necesidades que ellos satisfacen.
- Descripción de las características del producto o servicio que busca materializar la idea de negocio.
- Identificación de competidores y características.
- Identificación de productos y/o servicios sustitutos.
- Análisis para la fijación de precios.
- Análisis de ventas.
- Análisis sobre los canales de distribución a utilizar.
- Análisis de estrategias de búsqueda, mantención y fidelización de clientes.

## 4.- PLAN DE OPERACIONES

En este plan se ubican todos los elementos que permiten hacer una estimación acerca de los costos y egresos de dineros que se requieren para llevar a cabo el Plan Estratégico, el Plan de Comercialización y todos los costos necesarios para iniciar el funcionamiento de la empresa. Este plan se caracteriza por las especificaciones de elementos de carácter cuantitativo, abordando aspectos relacionados con:



- Explicitar el proceso de producción del producto o prestación de servicio.
- Identificar la inversión inicial (maquinarias).
- Identificación del equipo que debe trabajar en la implementación.
- Análisis de Proveedores.
- Identificación de regulaciones y trámites necesarios para la puesta en marcha de la idea.
- Análisis de Costo.
- Análisis del Punto de Equilibrio y Capital de Trabajo necesario.
- Análisis de retiros de dinero (cantidad y temporalidad).
- Análisis del estado de financiamiento y/o endeudamiento.

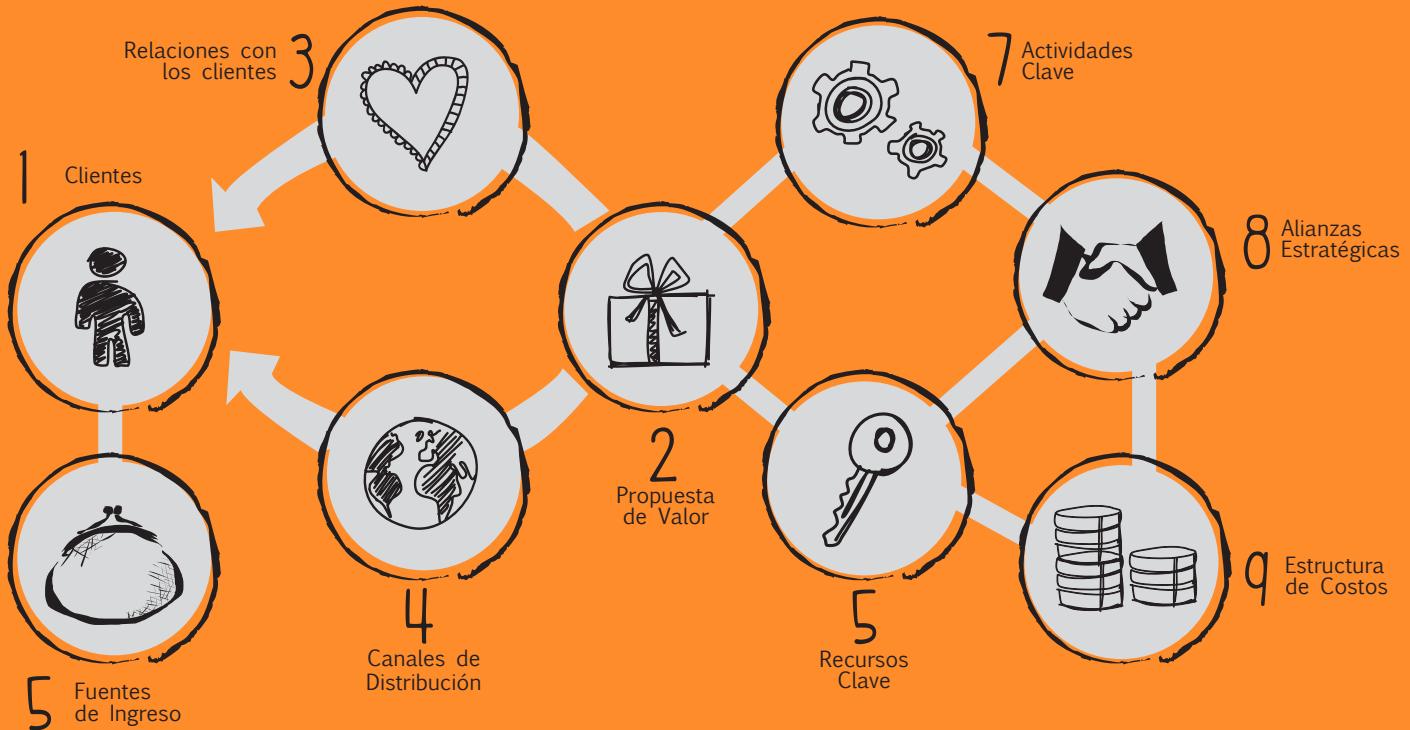


## 5. MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

### ¿Para qué sirve?

Este formato visualiza el modelo de negocio en nueve campos en sólo una ‘hoja’, resultando un documento que ofrece directamente una visión global de la idea de negocio, mostrando claramente las interconexiones entre los diferentes elementos.

# Estructura del Modelo Canvas



Uno de los objetivos fundamentales cuando desarrollamos un negocio es agregar valor a nuestra idea empresarial. Desarrollado por Alexander Osterwalder el año 2008 el modelo Canvas propone una metodología sencilla para que nuestro negocio tenga éxito.

Cuando un emprendedor se plantea por primera vez una idea de negocio, no resulta fácil trasladar inicialmente el proyecto que flota en su cabeza a una realidad tangible, que pueda ser rentable a corto o medio plazo.

El Canvas está consolidándose como una alternativa real para agregar valor a las ideas de negocio. Este objetivo, que debería ser la meta de cualquier emprendedor, no es una tarea sencilla. Sin embargo, el modelo Canvas es una herramienta lo suficientemente sencilla como para ser aplicada en cualquier escenario: pequeñas, medianas y grandes empresas, independientemente de su estrategia de negocio y público objetivo.



## CLIENTES

Éstos son alcanzados con diferentes canales.

Distintos clientes requieren diferentes tipos de relaciones.

Clientes distintos permiten diferentes tipos de beneficios para la empresa.

Están dispuestos a pagar por diferentes aspectos de la oferta.

### Ejemplos:

Masivos, mercado de nichos, segmentado, diversificado, B2B, etc.



## PROPIUESTA DE VALOR

Es la razón por la cual los clientes escogen una empresa y no otra.

La propuesta permite resolver problemas a nuestros clientes.

Son los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

Estos productos o servicios satisfacen necesidades de nuestros clientes.

### Ejemplos:

Novedad, desempeño, diseño, marca/estatus, precio, acceso, reducción de costos, conveniencia, rapidez, etc.



## RELACIONES CON LOS CLIENTES

Una empresa debe escoger el tipo de relación que desea mantener con su cliente.

Las relaciones pueden ser personalizadas o automatizadas.

Las relaciones deben guiarse por distintas motivaciones:

- Adquirir clientes
- Retener clientes
- Aumentar las ventas.

Deben estar integradas con el resto del modelo de negocio.

### Ejemplos:

Asistencia personal dedicada, asistencia autosuficiente, asistencia automatizada, a través de comunidades, mediante cocreación (ej.: amazon.com)



## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Es la comunicación, distribución y venta.

Es la interfaz entre la empresa y nuestros clientes.

Son los puntos de contacto que juegan un rol importante en la experiencia del cliente.

Sirven para que los consumidores:

- Conozcan la empresa.
- Evalúen nuestra propuesta.
- La aprueben.
- La obtengan.
- La califiquen.

### Ejemplos:

Canales Directos: Fuerzas de ventas, páginas web.

Ejemplos canales indirectos: Tiendas propias, tiendas aliadas, mayoristas entre otros.



## FUENTES DE INGRESOS

Representa las arterias del modelo de negocio.

Cada flujo de ingreso debe poseer diferente mecanismo de precios.

### Ejemplos:

Venta de activos. Cobro de una licencia por uso de un derecho de propiedad. Arriendo de franquicias.





## RECURSOS CLAVES

Representan los activos más importantes para hacer funcionar un negocio.

Permiten a la empresa producir o generar la propuesta de valor, alcanzar a los clientes, mantener sus relaciones y obtener beneficios.

Un productor de microchips requiere inversión en infraestructura para facilitar la fabricación, mientras un diseñador de microchips requiere más de recursos humanos.

Pueden ser físicos, financieros, intelectuales o humanos.

Pueden ser adquiridos o arrendados en un aliado.

### Ejemplos:

Experiencia y Estudios del recurso humano, infraestructura, capital de trabajo, recursos técnicos, etc.

7



## ACTIVIDADES CLAVE

Representan las cosas más importantes que una empresa debe hacer para poder realizar su modelo de negocios.

Las acciones más importantes que la empresa debe hacer para operar exitosamente.

Son útiles para generar la propuesta de valor, alcanzar los clientes y mantener sus relaciones.

### Ejemplos:

Producción (manufactura, entrega), resolver problemas (manejo de conocimiento), mantenimiento y gestión de plataformas (aprovisionar servicio y promoción de la plataforma).

8



## ALIANZAS CLAVE

Representan la red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocios.

Se crean alianzas para optimizar el modelo de negocios, reducir riesgos o para adquirir recursos.

### Ejemplos:

Alianzas entre no competidores, cooperación (alianza entre competidores), asociaciones estratégicas para desarrollar nuevos negocios, relaciones proveedor-cliente para asegurar insumos.

9



## ESTRUCTURA DE COSTOS

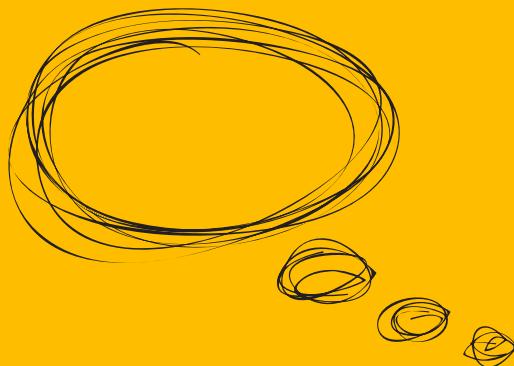
Representan los costos en los cuales incurre la empresa para hacer funcionar el modelo de negocios.

Crear valor, entregar valor, mantener las relaciones con el cliente.

### Ejemplos:

- Determinado por los costos.
- Determinado por el valor.





## 6. ¿CÓMO CONSTITUÍR UNA EMPRESA O SOCIEDAD?

### A.- FORMALIZA TU EMPRESA



Cuando formalizamos un negocio estamos creando una empresa. Una de las primeras decisiones que debe tomar un emprendedor es qué figura legal usará para constituir su empresa. Esta decisión es muy importante porque cada figura legal implica distintos derechos y deberes. Pero además esta tiene que ver con el modelo de negocios, el capital, el número de socios involucrados y el instrumento de financiamiento empleado (por ejemplo un inversionista).

La formalización puedes hacerla como persona natural o como persona jurídica, esto hace que se defina el régimen societario a adoptar. Si lo haces como persona natural, las decisiones se toman de manera personal y unilateral, pero también las obligaciones, lo que implica que la empresa responde con el patrimonio personal del fundador de la empresa, lo primero es: iniciar las actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (SII). [www.sii.cl](http://www.sii.cl)

# Iniciar actividades en el SII

Fuente y más información:

[www.sii.cl](http://www.sii.cl)



La iniciación de actividades es requisito fundamental para desarrollar cualquier negocio que genere rentas.

Aquí debes presentar tu escritura pública o el extracto de ésta y tu cédula de identidad, que acredita que eres el representante legal de la empresa, inscribiendo la sociedad con el Rol Único Tributario (RUT). Una vez hecho esto, ya puedes comenzar con el timbraje de facturas, y ventas.

Este trámite también puede ser realizado por tu contador, si lo tuvieres. En ese caso él presenta estos documentos, acompañados de un poder notarial que

indica que tú lo has autorizado a ejecutar estos y otros trámites del área contable. Debes saber que para iniciar un negocio y contar con el permiso correspondiente, deberás acudir hasta el municipio donde operarás y tramitar este documento que se llama Patente Municipal. La Municipalidad te otorgará una patente provisional, que te permitirá comenzar a operar sin inconvenientes. Este permiso, se entenderá como definitivo pasado 30 días desde la solicitud, pudiendo ser visitado o no por personal municipal.

El inicio de actividades es lo mismo para las personas naturales y jurídicas.

## DIFERENCIA ENTRE UNA PERSONA NATURAL Y JURÍDICA



### PERSONA NATURAL

- En este caso la persona ejerce todos los derechos y obligaciones de la empresa a su nombre.
- Es responsable personalmente de las deudas y obligaciones de la empresa.
- Funciona con el mismo RUT de la persona natural.
- Formada por una persona.
- No requieren demostrar un capital para emprender su actividad.
- Puede funcionar como Empresa Individual o Microempresa Familiar.

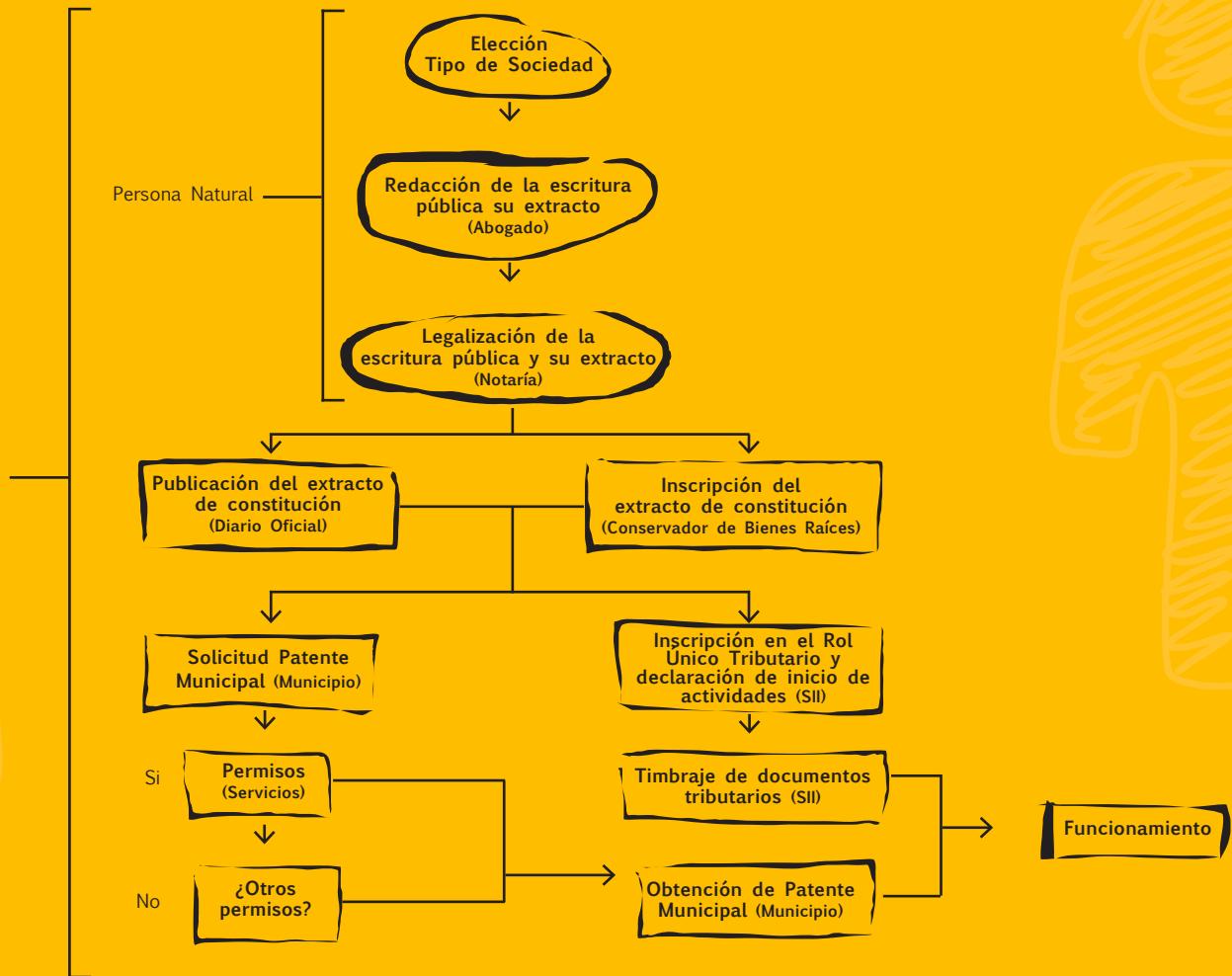


### PERSONA JURÍDICA

- La empresa asume todos los derechos y obligaciones de la misma.
- Las deudas u obligaciones se limitan a los bienes de la empresa.
- La empresa tiene su propio RUT.
- Puede ser formada por una o más personas, tanto naturales como jurídicas.
- Requieren de un capital, en dinero o bienes, para su constitución.
- Puede funcionar como Sociedades Anónimas, Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria o Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) entre otras.

# Pasos para la constitución de una empresa

Si lo haces como persona jurídica, es decir como empresa o sociedad, es la empresa la que asume los derechos y obligaciones, por lo que es la empresa misma quién asume las deudas, a través de los bienes consolidados en el ejercicio de su negocio, para esto debes realizar los siguientes pasos:



Fuente: Sercotec

## LOS DOCUMENTOS QUE SE DEBEN PRESENTAR



Personas naturales deben acreditar domicilio, y presentar cédula de identidad solamente.

Las Personas Jurídicas, en términos generales, deben demostrar su constitución legal y que posee uno o más representantes, la Cédula de Identidad del representante legal, Formulario 4415 de

Inscripción al RUT y/o declaración Jurada de Inicio de Actividades lleno y firmado, acreditar el domicilio y los documentos que se exhiban (escrituras) deben ser originales o copias autorizadas ante notario otorgante del instrumento.

En caso de Inicio de Actividades por Internet, el sistema validará en forma automática la información ingresada, reportando las inconsistencias y señalándole que debe concluir el trámite en la unidad del SII, para subsanar las observaciones y para requerir una verificación de actividad cuando corresponda.

## LOS DOCUMENTOS

Impuestos Internos, entre los que destacan:

- Boletas
- Facturas
- Facturas de Inicio
- Guías de Despacho
- Notas de Débito
- Notas de Crédito

Adicionalmente, debe timbrar los registros obligatorios para respaldar la contabilidad de la empresa, entre los cuales se pueden mencionar:

- Libro Diario
- Libro Mayor
- Libro Inventario y Balances
- Libro FUT (Fondo de Utilidad Tributaria)
- Libro de Compras y Ventas

## HACER LOS TRAMITES MAS FÁCIL

SII ofrece de manera gratuita la posibilidad de emitir Documentos Tributarios Electrónicos, como también el envío de Informes Electrónicos de Compras y Ventas, aplicaciones que se encuentran disponibles en el sitio web ([www.sii.cl](http://www.sii.cl)), menú Portal Mipyme, donde puedes encontrar las siguientes opciones:

- Sistema de Facturación Electrónica Mipyme
- Tributación Simplificada Mipyme (14<sup>ter</sup>)
- Contabilidad Completa Mipyme (CCM)

Las aplicaciones señaladas, están orientadas a las Mipyme, es decir, a medianos y pequeños contribuyentes.

# EMPRESA EN 1 DÍA

## REQUISITOS

Registrarse previamente en el sitio web:  
[www.tuempresaenundia.cl](http://www.tuempresaenundia.cl)

Los Socios deben contar con Firma Electrónica Avanzada (FEA) para firmar los formularios, o bien en caso de no tenerla, deberán anotar el “Nº de Atención” que aparece en el costado superior derecho de la pantalla y presentarlo ante un Notario. El Notario deberá descargar e imprimir un documento preparado por el sistema, el que deberá ser suscrito por los socios con sus firmas manuscritas. Luego de ello el Notario procederá a firmar con su Firma Electrónica Avanzada el formulario respectivo.

Firmado el formulario, por cualquiera de las formas antes descritas, se le asignará a la Sociedad un RUT y esta quedará completamente Constituida.

A todos los Socios y Representante(s) legal(es), les será enviado por correo electrónico una notificación de la constitución de la Empresa.

## TIPOS DE EMPRESA

Con fecha de Abril 2014 los tipos de empresa que se pueden constituir son:

### Sociedad de Responsabilidad Limitada

Entre 2 y 50 socios. La administran los socios o un tercero. Responsabilidad de los socios está restringida a su aporte de capital. Entrada o salida de un socio debe aprobarse por todos ellos.

### Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

Un socio que debe ser persona natural. Responsabilidad se limita al capital aportado. Administrada por el constituyente o un tercero. Dura hasta la muerte del constituyente.

Fuente y más información:  
[www.tuempresaenundia.cl](http://www.tuempresaenundia.cl)



Tipo de Sociedad	Constituir(*)	Migrar a este Régimen(*)
Sociedad de Responsabilidad Limitada	Mayo de 2013	Octubre de 2013
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	Octubre de 2013	Octubre de 2013
Sociedad por Acciones	Junio de 2014	Junio de 2014
Sociedad Colectiva Comercial	Junio de 2015	Junio de 2015
Sociedad en Comandita Simple	Junio de 2015	Junio de 2015
Sociedad en Comandita por Acciones	Junio de 2015	Junio de 2015
Sociedad Anónima Cerrada	Junio de 2016	Junio de 2016
Sociedad Anónima de Garantía Recíproca	Junio de 2016	Junio de 2016



Derechos de marca o mejor conocidas como Marca Registrada. Es sin duda, el activo más importante de una empresa o emprendedor, ya que mediante este registro se pueden obstaculizar a aquellos competidores desleales que usan colores y tipografías similares a las tuyas.

Según la Ley de Propiedad industrial, una marca comercial es todo signo susceptible de representación gráfica capaz de distinguir en el mercado productos, servicios o establecimientos industriales o comerciales.

La protección de una marca comercial en Chile se realiza a través de su registro ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI).

## BENEFICIOS OBTENIDOS POR LA FORMALIZACIÓN DEL NEGOCIO

- Si estás con todo en reglamento podrás tener un mecanismo para acceder a la banca privada para solicitar cualquier tipo crédito o préstamo bancario.
- Evitas que a tu naciente negocio le cursen multas desde el SII o desde la Municipalidad, que puede llegar a darte más de un dolor de cabeza.
- Puedes emitir facturas y/o boletas, ampliando el número y la calidad de los posibles clientes, celebrar contratos de trabajo, recuperar IVA, hacer uso de franquicias legales, por ejemplo: SENCE.
- Asimismo, puedes acceder a los sistemas de seguridad laboral.
- Además, evitas exponerte a clausura de tu negocio y a demandas judiciales por emplear a trabajadores en carácter informal.





## 7. ¿CÓMO FINANCIAR MI EMPRENDIMIENTO?

Normalmente se piensa en recursos personales o familiares, Capital Semilla o crédito cuando se trata de financiar a los emprendedores y es lo más normal. Pero sabemos que hay más alternativas de financiación empresarial que aunque son conocidas, no son muy utilizadas por los emprendedores por dos razones fundamentales:

- 1) Falta derrumbar paradigmas en cuanto a realizar sociedades con terceros.
- 2) La más crítica, según opinan los Business Angels o los Fondos de Capital, y es que los emprendimientos no son lo suficientemente atractivos, innovadores, diferentes para que estos quieran invertir.

Debemos tener claridad en cuáles son los intereses de un Ángel Inversionista o Fondo de Capital,

ya que es muy difícil que quieran invertir en ideas de negocios que no cuenten con modelos de negocios sólidos y validados comercialmente, por lo que esta fuente es más utilizada en la etapa de crecimiento y expansión de los emprendimientos las cuales se distinguen por su riesgo y grandes recompensas gracias a la escalabilidad exponencial de su negocio. Es decir, tienen un bajo costo de implementación, un riesgo más alto y una retroalimentación de la inversión potencial más atractiva.

# Fondos Públicos

Fuente y más información:  
[www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)



Generalmente están enfocados a emprendedores de pequeñas empresas, que están recién partiendo y necesitan el dinero para despegar. Estos fondos dan un monto específico de dinero dependiendo del tamaño del proyecto y el aporte al desarrollo económico, sustentable o de innovación que éste pueda aportar a la sociedad.

La idea detrás de esta inversión, es fomentar la cultura de la innovación, el uso de energías renovables o el desarrollo de zonas extremas del país. En general, todos tienen como misión generar una infraestructura que facilite la innovación, transferir tecnología y apoyar el desarrollo sustentable.

Si quieres ganar un fondo público, recuerda que al momento de seleccionar proyectos, buscan emprendedores que tengan cuatro ideas claras:

## MERCADO

Que sepan cuál es su oportunidad de negocio, es decir, el público al que va enfocado y cuánto estaría éste dispuesto a pagar por la necesidad descubierta. Cuál es el tamaño y estructura del mercado al que se dirige su proyecto y qué porcentaje de éste buscan capturar.

## MODELO DE NEGOCIOS

Es el mecanismo que el negocio usará para producir ingresos y servir a sus clientes. Cómo protegerán su innovación para que sea sostenible en el tiempo y cómo enfrentarían las dificultades tecnológicas, comerciales y los riesgos potenciales.

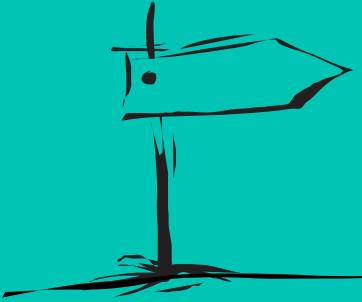
## SOLUCIÓN

Cómo corrigen el problema de esta tecnología o modelo de negocio y cuáles son las novedades de su innovación.

## TALENTO

Quién es el equipo emprendedor y cuáles son sus competencias y ventajas para materializar la iniciativa.

# MÉTODOS DE FINANCIAMIENTO PÚBLICOS



Dentro de la institucionalidad pública existen varias organizaciones que otorgan servicios financieros para las empresas de menor tamaño, ya sea de forma directa a través de créditos y subsidios, o en forma indirecta, a través de intermediarios por la vía de garantías u otro tipo de instrumentos.

Entre estas instituciones se encuentran:

1. Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC.
2. Banco Estado.
3. FOSIS.
4. Corporación de Fomento de la Producción, CORFO.
5. Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP.

## I.- SERVICIO DE COOPERACIÓN TÉCNICA, SERCOTEC SUBSIDIOS

### CAPITAL SEMILLA EMPRESA

**Uso:** Empresa

**Condiciones:**

- Financiamiento no reembolsable, para iniciar nuevos negocios y/o fortalecer los actuales.
- Ventas anuales iguales o inferiores a 10.000 UF.
- Tener a lo menos 1 año de antigüedad (formal).
- No tener deudas comerciales en cobranza judicial.

### CAPITAL SEMILLA EMPRENDIMIENTO

**Uso:** Financiamiento no reembolsable, para iniciar nuevos negocios y/o fortalecer los actuales.

**Condiciones:**

- Personas naturales y personas jurídicas, que a la fecha de postulación no tengan iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (SII), o que en el evento de tener inicio de actividades en primera categoría ante el SII, ésta no supere los 12 meses de antigüedad.

- Personas naturales, mayores de 18 años, con inicio de actividad ante el SII en segunda categoría, aun cuando esta supere los 12 meses de antigüedad.
- Participación en el proceso de formación y asesoría para el emprendimiento.
- No tener deudas comerciales en cobranza judicial.



Fuente y más información:  
[www.sercotec.cl](http://www.sercotec.cl)

## INICIATIVAS DE DESARROLLO DE MERCADO

**Uso:** Fondo concursable no reembolsable, que busca el crecimiento y la consolidación de micro y pequeñas empresas, el desarrollo de nuevos mercados y/o consolidación en los actuales, así como el fomento a la innovación de productos, servicios y/o procesos.

### Condiciones:

- Grupos de micro y/o pequeños empresarios, con iniciación de actividades ante SII en primera o segunda categoría, con al menos 12 meses de antigüedad, ya sea como persona natural o jurídica, excluyendo las sociedades de hecho.
- Contar con patente municipal vigente y otros permisos según corresponda al giro de las empresas que participan al momento de formalizar su condición de ganador.
- Si una persona natural tiene participación en una persona jurídica, no podrá postular en el mismo proyecto.

## CAPITAL ABEJA

**Uso:** Es un fondo concursable de SERCOTEC para el financiamiento de proyectos empresariales, que busca el crecimiento y/o la consolidación de micro y pequeñas empresas (Mipes) lideradas por mujeres, que tengan inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos (SII) al menos con 1 año de antigüedad, y que busquen el desarrollo de nuevos mercados y/o la consolidación en los actuales, así como la generación de nuevos productos, servicios y/o procesos.

### Condiciones:

- El fondo entrega un subsidio a proyectos empresariales con montos variables desde \$1 millón a \$3 millones. Las personas postulantes por su parte, deben considerar un cofinanciamiento mínimo en efectivo equivalente al 20% sobre el subsidio de SERCOTEC.
- Los proyectos (planes de empresas) a presentar podrán considerar los siguientes ítems de financiamiento: Inversión en activos (productivos y/o funcionamiento), infraestructura (habilitación de infraestructura y construcciones), vehículos de trabajo, asesorías técnicas y de gestión, acciones de Marketing, gastos de formalización y capital de trabajo.



## 2.- Entidades Financieras



Fuente y más información:  
[www.bancoestado.cl](http://www.bancoestado.cl)

### MICROEMPRESA

**Uso:** Financiar la compra de equipos, máquinas o las necesidades de capital de trabajo.

**Condiciones:**

- Ventas anuales hasta UF 2.400.
- Buenos antecedentes comerciales.
- Tener a lo menos un año de antigüedad (formal o informal).

### TRANSPORTE

**Uso:** Financiar la compra o renovación de un vehículo para el negocio, gastos en repuestos y mantención.

**Condiciones:**

- Ventas anuales hasta UF 2.400
- Buenos antecedentes comerciales.
- Tener a lo menos un año de antigüedad en el rubro del transporte de pasajeros o carga.

### PC INTERNET

**Uso:** Financiar la adquisición de tecnología para el negocio.

**Condiciones:**

- Buenos antecedentes comerciales.
- Tener a lo menos un año de antigüedad.

### COMERCIO

**Uso:** Financiar actividades productivas en el sector comercio.

**Condiciones:**

- Ventas anuales hasta UF 2.400
- Buenos antecedentes comerciales.
- Tener al menos un año de antigüedad.
- Formal o informal.

## MANUFACTURA

**Uso:** Financiar actividades productivas del sector manufacturero.

### Condiciones:

- Ventas anuales hasta UF 2.400
- Ser microempresario formal o informal.



## B.- INSTRUMENTOS DE CRÉDITO BANCOESTADO PEQUEÑAS EMPRESAS

### FINANCIAMIENTO PEQUEÑO EMPRESARIO

**Uso:** Financiar capital de trabajo para la compra de insumos, equipamiento y realizar sus proyectos de inversión.

### Condiciones:

- Pequeña empresa, con ventas anuales entre 2.400 y 25.000 UF
- Dos o más años de antigüedad.
- Buenos antecedentes comerciales.
- Contar con su Declaración de Impuestos al día, sin infracciones laborales ni previsionales.

### PROFESIONAL INDEPENDIENTE

**Uso:** Financiar capital de trabajo para activos fijos dependiendo de la actividad, desde utensilios, maquinaria, programas, equipos de oficina, entre otros.

### Condiciones:

- Tener nacionalidad chilena o extranjera con residencia definitiva.
- Buenos antecedentes comerciales.
- Ser profesional independiente (universitario o técnico egresado).
- Tener a lo menos un año desde la Iniciación de actividades como independiente.

### FINANCIAMIENTO FLEXIBLE PARA INVERSIÓN

**Uso:** Financiar las necesidades de capital de trabajo y desfases puntuales de caja de la empresa.

### Condiciones:

- Pequeña empresa, con ventas anuales entre 2.400 y 25.000 UF
- Dos o más años de antigüedad.
- Buenos antecedentes comerciales.
- Contar con su Declaración de Impuestos al día, sin infracciones laborales ni previsionales.



## LÍNEA MULTIPRODUCTO PARA CAPITAL DE TRABAJO

**Uso:** Financiar capital de trabajo para la compra de insumos, equipamiento y realizar sus proyectos de inversión.

### Condiciones:

- Pequeña empresa, con ventas anuales entre 2.400 y 25.000 UF
- Dos o más años de antigüedad.
- Buenos antecedentes comerciales.
- Contar con su Declaración de Impuestos al día, sin infracciones laborales ni previsionales.

## C.- OTROS INSTRUMENTOS DE BANCOESTADO

### LEASING

**Uso:** Financiar hasta un 100% del valor del bien a adquirir, permitiendo financiar gastos asociados como seguros, impuestos, gastos legales y otros.

Posibilidad de acogerse a beneficio tributario contenido en el artículo 33 bis de la Ley de la Renta.

### Condiciones:

- Ser cliente Banco Estado Pequeñas Empresas.

### SEGURIDAD EMPRESA PROTEGIDA

**Uso:** Este seguro cubre el pago del crédito de la empresa en caso de que los bienes productivos, necesarios para su gestión de negocios se vean afectados por incendio, robo con fuerza o por daños al vehículo de trabajo.

### Condiciones:

- Tener un Crédito Microempresario de Banco Estado.
- Tener una actividad comercial o profesional en un local con domicilio fijo.

### 3. FOSIS SUBSIDIOS



#### APOYO AL MICRO EMPRENDIMIENTO

**Uso:** Programa que ayuda a iniciar un emprendimiento o desarrollar un trabajo por cuenta propia. A través de cursos y talleres grupales, los participantes desarrollan habilidades emprendedoras; aprenden a comercializar productos, y a administrar una microempresa. Cada participante recibe un aporte financiero de hasta \$300.000, llamado “Capital Semilla”, que se destina a la compra de materiales o insumos necesarios para iniciar la actividad.

##### Condiciones:

- Ser mayor de 18 años.
- Contar con la Ficha de Protección Social.
- Estar cesante.

También pueden postular mujeres que hayan o estén participando en el Programa Jefas de Hogar del Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM), que tengan aplicada la Ficha de Protección Social.

#### APOYO A ACTIVIDADES ECONÓMICAS

**Uso:** Programa en el cual se realiza una evaluación del negocio y de las características personales del emprendedor. Con estos antecedentes, cada participante es apoyado individualmente en la elaboración de un plan de negocio. En paralelo, se realizan talleres y capacitaciones grupales de habilidades emprendedoras.

Una vez elaborado el plan, se entrega un “Capital Semilla” de hasta \$400.000, para el financiamiento e implementación de las inversiones definidas.

Fuente y más información:  
[www.fosis.cl](http://www.fosis.cl)

Luego, profesionales realizan visitas periódicas a los participantes, para monitorear y apoyar el proceso de fortalecimiento del emprendimiento.

##### Condiciones:

- Ser mayor de 18 años.
- Contar con la Ficha de Protección Social.
- Tener un negocio en funcionamiento con al menos seis meses de antigüedad.

#### APOYO A EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

**Uso:** Programa destinado a negocios que ofrecen servicios comunitarios.

Quienes se incorporen a este programa participarán en talleres para emprendedores y en cursos asociados a la actividad u oficio desarrollado, que son certificados por centros de formación técnica, universidades u otras instituciones. Cada participante en el programa recibe un aporte económico para la compra de materiales o herramientas que faciliten la entrega de una atención de calidad a sus clientes. El programa contempla orientación en el proceso de formalización del negocio.

##### Condiciones:

- Ser mayor de 18 años.
- Contar con la Ficha de Protección Social.
- Preferentemente ser Jefa (e) de Hogar.

## 4. CRÉDITOS A TRAVÉS DE BANCOS QUE ENTREGA CORFO



Fuente y más información:  
[www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)

### INSTRUMENTOS DE CRÉDITO



#### REPROGRAMACIÓN CRÉDITOS PYME

**Uso:** Crédito que re-financia pasivos que la empresa tiene con bancos u otros intermediarios financieros y operaciones con mora de hasta 89 días. Se otorga a través de instituciones financieras.

##### Condiciones:

- Empresas con ventas de hasta por UF 100.000 al año, excluido el IVA.



#### CRÉDITO CORFO INVERSIÓN

**Uso:** Crédito que busca proveer financiamiento de largo plazo para que las Pymes puedan llevar adelante sus proyectos de inversión. Se otorga a través de instituciones financieras.

##### Condiciones:

- Empresas con ventas de hasta UF 200.000 al año, excluido el IVA, como asimismo empresas emergentes con la proyección de ventas acotadas a las UF 200.000.

#### CRÉDITO CORFO MICROEMPRESA

**Uso:** Crédito que financia inversiones y capital de trabajo de micro y pequeños empresarios.

Se otorga a través de instituciones financieras no bancarias.

##### Condiciones:

- Personas naturales o jurídicas que destinen los recursos recibidos a actividades de producción de bienes y servicios que generen ventas anuales no superiores a UF 15.000.

## GARANTÍAS

### COBERTURA CORFO DE PRÉSTAMOS BANCARIOS A EXPORTADORES (COBEX)



**Uso:** Garantía que cubre el riesgo de no pago de los préstamos que los bancos otorguen a las empresas exportadoras chilenas. Se otorga a través de instituciones financieras.

#### Condiciones:

- Empresas exportadoras privadas con ventas hasta US\$ 30 millones, excluido el IVA.
- Empresas que pueden demostrar que cuentan con pedidos de compradores extranjeros.

## 5. INSTITUTO DE DESARROLLO AGROPECUARIO, INDAP



Fuente y más información:  
[www.indap.cl](http://www.indap.cl)



### SUBSIDIOS

#### BONO DE ARTICULACIÓN FINANCIERA

**Uso:** Subsidio otorgado por el Estado de Chile con el objeto de facilitar el acceso a fuentes de financiamiento a través de instituciones intermediarias.

#### Condiciones:

- Pequeños productores agrícolas u organizaciones conformadas mayoritariamente por ellos.
- Reunir requisitos que indiquen las instituciones intermediarias con las cuales operará.
- Según el monto del crédito, los requisitos que deba cumplir varían.



### OTROS INSTRUMENTOS



#### SEGURIDAD AGRÍCOLA

**Uso:** Seguro que cubre el impacto negativo de los fenómenos climáticos y siniestros en el rendimiento de los cultivos.

#### Condiciones:

- Reunir los requisitos para ser usuario(a) del INDAP.



## 8. DISEÑO GRÁFICO & PUBLICIDAD

“El diseñador gráfico es un comunicador: toma una idea y le da forma visual para que otros la entiendan, la expresa y organiza en un mensaje unificado sirviéndose de imágenes, símbolos, colores y materiales tangibles, como una página impresa, e intangibles, como los pixeles de un ordenador o la luz en un video.

*“Elementos del Diseño”  
de Timothy Samara*

El **diseño gráfico** busca transmitir fácilmente las ideas esenciales de un mensaje, proceso en el cual selecciona y organiza una serie de elementos para producir objetos visuales de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan atractivo para el grupo objetivo.

El diseño gráfico no significa crear un dibujo, una imagen, una ilustración, una fotografía. Es algo más que la suma de todos esos elementos, aunque para poder conseguir comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva, el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y tener la creatividad, la experiencia, el buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada.

Con la globalización y todo lo que esto implica en términos de competencia empresarial y diversificación de los mercados, el diseño gráfico ha adquirido una gran importancia en cuanto al éxito o fracaso de una empresa, ya que la imagen de ésta es el primer punto de contacto con el cliente o consumidor y puede ser el último si el diseño no resulta atractivo, dinámico y único para su grupo objetivo.

El diseño gráfico es un elemento fundamental a la hora de elaborar una estrategia empresarial, por ejemplo; la imagen corporativa, a partir de ésta se elaboran otras estrategias relacionadas como la publicidad en sus múltiples facetas, gráfica, multimedia, o en medios de comunicación, pero la imagen corporativa está presente en todas ellas siendo un factor fundamental a la hora de crear una identidad del producto o servicio.

La **publicidad** es la combinación de Estrategia, Creatividad y Tecnología. Es considerada como una de las herramientas más poderosas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros a su grupo objetivo.

La publicidad de una empresa tiene que comunicar una variedad de elementos, como a quién va dirigido el producto o servicio, calidad, nivel sociocultural, edad, sexo, entre otros.

“La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir”

O'Guinn, Allen y Semenik, autores del libro “Publicidad”.



# Diseño Gráfico



Hoy no alcanza solamente con brindar un producto o servicio de calidad, es necesario también saber mostrarlo correctamente de manera profesional y moderna. La imagen que da una empresa de si misma es la que entregará credibilidad, darle confianza o no al cliente a la hora de elegirlo. La importancia del diseño gráfico es lograr una imagen corporativa, la comunicación visual por medio de piezas gráficas como logotipos, volantes, afiches, pendones, lienzos, carpetas, papelería, avisos de prensa, etc.

# Diseño Editorial



El diseño editorial, se dedica a la diagramación y producción de piezas literarias como libros, revistas, diarios, publicaciones varias, manuales, brochure, etc. es decir piezas compuestas de muchas páginas o pliegos, y con criterios tipográficos de composición que se realizan mas que en otras piezas. Como la elección de las familias tipográficas, el grillado, el gris parejo de las cajas de texto, el interlineado, el interletrado, los tabulados, los destacados, los foliados, etc. Es fundamental también para la correcta edición y legibilidad de estos recursos de comunicación gráfica escrita.

# Diseño Web



El diseño web brinda a un sitio una estética, navegabilidad, optimización, y funcionalidad que la conviertan en una herramienta fundamental para cualquier empresa. Hoy un sitio web es una parte indispensable y fundamental para todas las empresas, negocios y proyectos. Si una empresa no cuenta con presencia en internet puede no ser vista como seria, profesional, ni moderna. No solamente es apariencia, una página web bien diseñada, útil, funcional, y bien posicionada en los buscadores, se puede convertir en la principal herramienta de difusión y generadora de nuevos negocios, debido a la ilimitada potencialidad de la misma considerando que es una ventana de exhibición de productos y/o servicios las 24 horas del día, todos los días del año.



## Diseño Packaging



El Packaging es el primer punto de contacto entre la marca y el cliente potencial. Es un elemento diferenciador que actúa como un “cupido” entre marcas y consumidores que les entrega a éstos toda la información necesaria sobre el producto.

Cuando las marcas apuestan por envases sostenibles, la percepción del consumidor sobre el producto también mejora. Los envases fabricados con materiales reciclados y los envases reutilizables son definitivamente un “plus” de cara al consumidor.

## Publicidad



La publicidad es una forma de comunicación muy común de la actualidad que se utiliza para promocionar y vender un determinado tipo de bien o servicio. La publicidad es un fenómeno constantemente presente en nuestras vidas que depende en gran modo de la formación de una sociedad de masas que pueda acceder de manera masiva a la alfabetización, a la información y al consumo, siendo estos tres pilares propios y necesarios de la publicidad. La publicidad es importante en nuestras sociedades si tenemos en cuenta que tanto grandes empresas como particulares publicitan sus productos o servicios a diversos niveles de masividad social.

## Marketing



Es una herramienta que todo empresario debe conocer. Las compañías de una u otra forma utilizan técnicas de marketing, incluso, sin saberlo. Marketing no es otra cosa que la realización de intercambios entre un mínimo de 2 partes de forma que se produzca un beneficio mutuo.



El marketing es mucho más que un conjunto de técnicas. Es una filosofía o forma de trabajo que debe impregnar todas las actividades de la empresa en el cual se planea con antelación cómo aumentar y satisfacer la composición de la demanda de productos y servicios de índole mercantil mediante la creación, promoción, intercambio y distribución física de tales mercancías o servicios.

El marketing estimula intercambios y se centra en los deseos y necesidades del consumidor. Hacer lo que el consumidor desea en lugar de hacer lo que deseamos nosotros como empresa.



## 9. GLOSARIO

EL VOCABULARIO QUE DEBES USAR COMO UN BUEN EMPRENDEDOR



## Análisis FODA

Es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades).

Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planificar una estrategia de futuro.

Durante la etapa de planificación estratégica y a partir del análisis DAFO se debe poder contestar cada una de las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se puede destacar cada **Fortaleza**?
- ¿Cómo se puede disfrutar cada **Oportunidad**?
- ¿Cómo se puede defender cada **Debilidad**?
- ¿Cómo se puede detener cada **Amenaza**?

## BALANCES

El balance general, balance de situación o estado de situación patrimonial es un informe financiero contable que refleja la situación de una empresa en un momento determinado.

El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

## B2B

Marketing B2B es aquel que se ocupa de la venta de bienes y servicios entre empresas (business to business).

## BROCHURE

El Brochure desempeña tres funciones: informativa, publicitaria e identificadora y es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente. El Brochure abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio hasta revistas corporativas que circulan de manera interna o externa. Es decir, el Brochure abarca casi todo el material impreso propio de una empresa.

## BOLETA

La boleta de venta tiene por finalidad acreditar o respaldar la transferencia de bienes, la entrega en uso o la prestación de servicios en operaciones con consumidores o usuarios finales.

## CORFO

Organismo ejecutor de las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, a través de herramientas e instrumentos compatibles con los lineamientos centrales de una economía social de mercado, creando las condiciones para lograr construir una sociedad de oportunidades.

## COMPETENCIA PERFECTA

Es la situación de un mercado donde las empresas carecen de poder para manipular el precio (precio-aceptantes), y se da una maximización del bienestar. Esto resulta en una situación ideal de los mercados de bienes y servicios, donde la interacción de la oferta y demanda determina el precio. En un mercado de competencia perfecta existen gran cantidad de compradores (demanda) y de vendedores (oferta), de manera que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio.

## FACTURAS

La factura, factura de compra o factura comercial son documentos mercantiles que se consideran como el justificante fiscal de la entrega de un producto o de la provisión de un servicio, que afecta al obligado tributario emisor (el vendedor) y al obligado tributario receptor (el comprador). La factura es el único justificante fiscal, que da al receptor el derecho de deducción del impuesto (IVA). Esto no se aplica en los documentos sustitutivos de factura, recibos o tickets.

Además, en la factura deben aparecer los datos del expedidor y del destinatario, el detalle de los productos y servicios suministrados, los precios unitarios, los precios totales, los descuentos y los impuestos.

## FACTURA DE INICIO

Es un nuevo documento tributario, soportado en papel, que tiene las siguientes características:

- Es el receptor quien retiene los impuestos.
- Se otorga mientras el SII efectúa la verificación del domicilio del contribuyente al dar aviso de Inicio de Actividades.

## FONDOS DE CAPITAL

Un fondo de capital es un instrumento de financiación de largo plazo, el cual provee recursos de capital a las empresas, con el objetivo de potencializar su gestión y por tanto su valor.

Los recursos del fondo son invertidos temporalmente en empresas que consideren atractivas, recibiendo a cambio generalmente un porcentaje de participación accionaria.

Estos vehículos de financiación permiten recoger el ahorro de varios individuos, tanto personas naturales como instituciones, con el fin de que se genere capacidad importante de recursos que permite financiar eficientemente proyectos productivos más amplios y a plazos más largos. Estos individuos reciben el nombre de inversionista y generalmente esperan un retorno a su inversión superior a las inversiones tradicionales.

## FOSIS

El Fondo de Solidaridad e Inversión Social, FOSIS, es un servicio del Gobierno de Chile, creado el año 1990. Cuenta con direcciones regionales y oficinas provinciales; y se relaciona con la Presidencia de la República a través del Ministerio de Desarrollo Social.

Su misión es: *“Trabajar con sentido de urgencia por erradicar la pobreza y disminuir la vulnerabilidad en Chile”*.

El FOSIS apoya a las personas en situación de pobreza o vulnerabilidad que buscan mejorar su condición de vida. Según sus necesidades, implementa programas en tres ámbitos: emprendimiento, trabajo y habilitación social.

## Guías de DESPACHO

Las guías de despacho son documentos que deben emitirse obligatoriamente por vendedores y prestadores de servicios. Dicha emisión debe realizarse cuando se haya optado por postergar la entrega de la factura en una venta y cuando se trasladen bienes (independiente de que eso constituya una venta).

## Inventarios

El inventario se define como el registro documental de los bienes y demás cosas pertenecientes a una persona o comunidad, hecho con orden y precisión.

En una entidad o empresa, es la relación ordenada de bienes y existencias, a una fecha determinada. Contablemente, es una cuenta de activo circulante que representa el valor de las mercancías existentes en un almacén. En contabilidad, el inventario es una relación detallada de las existencias materiales comprendidas en el activo, la cual debe mostrar el número de unidades en existencia, la descripción de los artículos, los precios unitarios, el importe de cada renglón, las sumas parciales por grupos y clasificaciones y el total del inventario.

## INDAP

Instituto de Desarrollo Agropecuario, es un servicio público perteneciente al Ministerio de Agricultura. Su objetivo es fomentar y apoyar el desarrollo productivo y sustentable de un determinado sector de la agricultura chilena: la pequeña agricultura, conformada por campesinas/os, pequeñas/os productoras/es y sus familias. A través de sus programas y servicios busca promover el desarrollo tecnológico del sector para mejorar su capacidad comercial, empresarial y organizacional.

## Misión

Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofrecer.

## MONOPOLIO

Un monopolio es una situación de privilegio legal o fallo de mercado, en el cual existe un productor que posee un gran poder de mercado y es el único en una industria dada que posee un producto, bien, recurso o servicio determinado y diferenciado.

## MONOPSOMIO

Un Monopsonio es un tipo de mercado en el que existe un único comprador o demandante, en lugar de varios.

## NOTAS DE DÉBITO

Es un comprobante que una empresa envía a su cliente, en la que se le notifica haber cargado o debitado en su cuenta una determinada suma o valor, por el concepto que se indica en la misma nota. Este documento incrementa el valor de la deuda o saldo de la cuenta, ya sea por un error en la facturación, interés por mora en el pago, o cualquier otra circunstancia que signifique el incremento del saldo de una cuenta.

## NOTAS DE CRÉDITO

La nota de crédito es el documento de comercio que el vendedor confecciona y remite al comprador para ponerlo en conocimiento de que ha descargado de su cuenta un importe determinado.

## OLIGOPOLIO

Cuando un mercado es dominado por un pequeño número de productores oferentes (los oligopolistas), se dice que existe un oligopolio.

## Packaging

Es el conjunto de elementos visuales que permite presentar el producto al posible comprador bajo un aspecto lo más atractivo posible, transmitiendo valores de marca y su posicionamiento dentro de un mercado. Es cuando al “envase” se le dota de características de comunicación. El envase es funcional, el packaging comunicacional.

## LIBRO DIARIO

Es un libro contable donde se recogen, día a día, los hechos económicos de una empresa. La anotación de un hecho económico en el Libro Diario se llama asiento; es decir en él se registran todas las transacciones por bienes y servicios, dinero recibido y entregado para o por tales transacciones realizadas por una empresa.

## LIBRO MAYOR

Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que moviliza la empresa de sus activos, pasivos y patrimonio. Para que los registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado.

Es el registro o resumen de todas las transacciones que aparecen en el libro diario, con el propósito de conocer su movimiento y saldo en forma particular.

Los cargos y créditos a las distintas cuentas, según se muestra en los asientos de diario, se registran en las cuentas mediante el proceso llamado pasar al mayor.

Cuenta es una ficha individual que registra las cantidades de una cuenta en el debe y en el haber, así como el saldo de la misma. El libro mayor precisamente lo que hace es eso; anotar las cantidades que intervienen en los asientos en su correspondiente cuenta del libro mayor, representada por una T.

## LIBRO FUT (Fondo de Utilidad Tributaria)

El FUT es un libro de control que debe ser llevado por los contribuyentes que declaren rentas efectivas en primera categoría, demostradas a través de contabilidad completa y balance general, en el cual se encuentra la historia de las utilidades tributables y no tributables, generadas por la empresa y percibidas de sociedades en que tenga participación.

Dicho libro debe ser timbrado por el SII y su implementación es obligatoria para los contribuyentes indicados anteriormente

## LIBRO DE COMPRAS Y VENTAS

Libro de Compra y Ventas: Es un libro obligatorio para los contribuyentes afectos al Impuesto al Valor Agregado (IVA), en el que se deberá llevar un registro cronológico de las compras y ventas y ser timbrado por el Servicio de Impuestos Internos.

## LOGOTIPO

Logotipo se puede decir que es la firma de una empresa, asociación, etc., con el que se pueden representar y que se puede aplicar en toda clase de material visual. La mayoría de los logotipos tienen como objetivo reflejar la identidad corporativa de una empresa y tiene una relevancia fundamental en el éxito de ésta.

## SERCOTEC

El Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), es una Corporación de Derecho Privado, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que existe desde el 30 de junio de 1952.

Fue creado mediante la firma de un acuerdo cooperativo de asistencia técnica, al que concurrieron la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), el Gobierno de Chile y el Instituto de Asuntos Interamericanos en representación del Gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica.

## VISIÓN

Se llama visión a la capacidad de interpretar nuestro entorno gracias a los rayos de luz que alcanzan el ojo. También se entiende por visión toda acción de ver. La visión o sentido de la vista es una de las principales capacidades sensoriales del hombre y de muchos animales. Existen diferentes tipos de métodos para el examen de la visión.

# EMPRENDELEONES



Centro de  
Emprendimiento  
Innovación &  
Apoyo a la  
Mipyme

Somos un espacio de apoyo para el  
**emprendimiento de estudiantes**  
de Los Leones y de las **Mipymes**

## ¿Quienes Somos?

Somos un equipo multidisciplinario de profesionales de áreas como, Administración, Negocio, Diseño y Publicidad, entre otros.

### Al estar inscrito en EMPRENDELEONES, obtendrás:

- Imagen Corporativa**  
Diseño de Logotipo, Papelería Básica y Legal.
- Diseño Gráfico & Publicidad**  
Diseño Editorial, Publicidad, Merchandising, Packaging, Vía Pública, etc.
- Páginas Web**  
Asesorías en Nic y Hosting, Diseño e implementación Web.
- Estrategias de Marketing**  
Investigación de Mercado, Ventajas Competitivas, Posicionamiento y Fidelización.
- Asesoría Legal**  
Iniciación de actividades, SII, Registros de Marca, etc.
- Plan de Negocios**  
Modelo de Negocios y Viabilidad Económica.
- Asesoría Financiamientos**  
Asesorías en Créditos Bancarios, Inversiones, Capitales de riesgo.
- Fondos Concursables**  
Asesorías postulaciones Fondos de Acción Social y Comercial.

**empr  
nde  
Leones**

Arturo Prat N° 386, Santiago  
Tel.: 22 654 25 07  
contacto@emprendeleones.cl  
**www.emprendeleones.cl**



**empr<sup>ende</sup>**  
Leones