

Bases Tipología:

Digitalización Empresas: Herramientas de Marketing digital.

Mejora Negocios

REGIÓN METROPOLITANA

¿Qué es?

| DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASESORÍA | |
|---|--|
| DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ASESORÍA | Es un fondo destinado a la contratación de asesoría para mejorar la competitividad de las micro y pequeñas empresas a través del diseño e implementación de estrategias de marketing digital que les permitan incrementar su notoriedad de marca en los medios y/o la imagen de sus productos. |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ASESORÍA | <ol style="list-style-type: none">1. Diagnóstico: Identificar necesidades y requerimientos de las empresas en aspectos de:<ul style="list-style-type: none">- Análisis interno: identificar en qué punto se encuentra el negocio, así como detectar las posibles mejoras para optimizar la presencia digital (posicionamiento actual de la empresa en el mercado, cercanía o lejanía geográfica de sus clientes, etc.).- Análisis externo: análisis del mercado y sector donde competimos, así como la tendencia para un futuro próximo (análisis de la competencia, precios, cómo llegan a sus clientes, etc.).2. Diseñar e implementar la estrategia de marketing digital que incorpore:<ul style="list-style-type: none">- La definición de los elementos / medios que se utilizarán y que contribuirán a mejorar la gestión comercial y comunicacional de la empresa. La estrategia debe contener objetivos, indicadores de medición (SMART), plan de medios (branding, tráfico orgánico, bases datos clientes, registros de ventas, retención y fidelización de clientes) y costos de la operación.3. Capacitar a los empresarios en:<ul style="list-style-type: none">- Uso y utilidades de las herramientas de marketing digital - Interacción con redes sociales. - Seguimiento de resultados obtenidos con el uso de las herramientas. |
| PRODUCTOS ESPERADOS DE LA ASESORÍA (según objetivos) | <ol style="list-style-type: none">1. Resultados y productos transversales:<ul style="list-style-type: none">- Diagnóstico elaborado con debilidades detectadas en el área seleccionada por el empresario, con análisis de la información entregada por el empresario.- Asesoría finalizada e informe entregado, con soluciones implementadas en el plazo que dura el servicio, y documentación de respaldo pertinente a la asesoría.2. Contar con el levantamiento de diagnóstico inicial y desarrollo de bocetos en base a los requerimientos e insumos entregados por la empresa.3. Descripción de las herramientas de marketing digital y de contenidos acorde a la imagen corporativa y a la línea de productos o servicios de la empresa beneficiaria.4. Capacitación a cada beneficiario en el uso y actualización de las herramientas de marketing digital, que considera entrega de manual de uso.5. Instalación de las herramientas, habilitación y funcionamiento. |

| INDICADORES DE RESULTADO POR OBJETIVO | | | |
|---|--|--|--|
| Objetivo | Nombre del Indicador | Fórmula de cálculo | Meta |
| Diagnóstico: Identificar necesidades y requerimientos de las empresas | Diagnóstico de la empresa | $\text{N}^\circ \text{ Total de Diagnósticos realizados} / \text{N}^\circ \text{ Total de Diagnósticos planificados}$ | Se cuenta con el diagnóstico del 100% de las empresas |
| Diseñar e implementar la estrategia de marketing digital las empresas. | Diseño e implementación de estrategia de marketing digital | $\text{N}^\circ \text{ de empresas que cuentan con el diseño y estrategias de marketing digital implementadas} / \text{N}^\circ \text{ Total empresas planificadas}$ | El 100% de las empresas cuenta con el diseño y estrategias de marketing digital implementadas de |
| Capacitar a los empresarios en herramientas de marketing digital e interacción en redes sociales | Capacitación. | $\text{N}^\circ \text{ de empresas capacitadas} / \text{N}^\circ \text{ Total empresas planificadas}$ | Se capacita al 100% de las empresas en el uso de utilidades de las herramientas de marketing digital e interacción en redes sociales |

| DETALLE DE LA ASESORIA | | | |
|--|---|--|---|
| OBJETIVO | ACTIVIDADES | | |
| Diagnóstico: Identificar necesidades y requerimientos de las empresas | <p>Aplicación de Diagnóstico vía FORMULARIO/ENCUESTA para determinar el grado de desarrollo digital del ámbito comercial de la empresa, conocer el rubro de la empresa, las características del mercado que aborda, cómo llega actualmente a sus clientes y aspectos demográficos y culturales que permitan conocer el perfil del empresario y sus habilidades tecnológicas.</p> <p>Con la información recopilada, se hará un desarrollo de Plan formativo según categorización de la empresa:</p> <p>Taller virtual Principiante:</p> <p>Tema: Importancia y alcances del Marketing Digital en las Pymes, Introducir y explicar conceptos del marketing digital, relevar la importancia de su uso en la sustentabilidad de la empresa.</p> <p>Taller virtual Intermedio y avanzado:</p> <p>Tema: Redes sociales para empresas: Aprende a aprovechar al máximo las redes sociales como Facebook Instagram Twitter y LinkedIn para promocionar tu negocio generar engagement con la audiencia y crear estrategias efectivas de contenido y publicidad en redes sociales.</p> | | |
| 2.- Diseñar e implementar la estrategia de marketing digital las empresas. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Propuesta de Estrategia de Marketing Digital según rubro y nivel de desarrollo de la empresa. 2. Ajuste de la estrategia según nivel de empresario: <ul style="list-style-type: none"> - Reunión On Line o Presencial para ajustar expectativas nivel principiante. - Reunión On Line o Presencial para ajustar expectativas nivel intermedio. - Reunión On Line o Presencial para ajustar expectativas nivel avanzado. | | |
| 3.- Asesorar a los empresarios en herramientas de marketing digital e interacción en redes sociales | <p>Nivel principiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Cápsula de desarrollo página web gratis. 2.- Cápsulas de manejos de Instagram. 3.- Cápsulas de manejo de FaceBook. 4.- Cápsulas de manejo de TikTok 5.- Consejos para mejorar las imágenes promocionales. 6.- Cómo usar tu móvil como herramienta de promoción | <p>Nivel intermedio:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Cápsulas de Desarrollo landing page. 2.- Cápsulas de manejo de TikTok 3.- Consejos para mejorar las imágenes promocionales | <p>Nivel Avanzado:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Cápsulas de Desarrollo E. Mail Marketing. 2.- Generación de contenido relevante 3.- Colaboración con influencers y bloggers |
| Cierre | <p>Entrega Estrategia y su implementación Evaluación de impacto. Se debiera registrar el nivel de ventas antes de la Estrategia y luego al mes de su implementación.</p> | | |

¿Qué apoyo entrega?

Sercotec cofinancia hasta \$400.000 del costo de la asesoría. La empresa debe considerar un aporte empresarial mínimo de un 10% del aporte de Sercotec.

La duración de este tipo de asesorías es de hasta 4 meses.

¿A quién está dirigido?

Dirigido a micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos (SII), con ventas demostrables entre 200 UF y 25.000 UF al año, En el caso de empresas con menos de un año de antigüedad en el SII tener ventas demostrables. con domicilio comercial en la Región Metropolitana

Cooperativas, en que las ventas promedio por cooperado sean iguales o menores a 25.000 UF al año, lo cual se calcula con las ventas totales de la cooperativa dividido por el número de cooperados. Se excluyen aquellas cooperativas de servicios financieros.

Las empresas o cooperativas postulantes deben tener domicilio comercial en la Región Metropolitana. Tendrán prioridad en la selección las empresas lideradas por mujeres y que pertenezcan a los rubros de turismo, hotelería, gastronomía, comercio e industria creativa.

La asesoría está destinada a atender a 31 empresas.

Los requisitos a cumplir por la empresa, serán solicitados por un Agente Operador Intermediario de Sercotec y son los siguientes:

Son la base, revisar los antecedentes por cada Región, mantener el formato.

| REQUISITOS DE ADMISIBILIDAD | |
|---|---|
| REQUISITO | MEDIOS DE VERIFICACIÓN |
| <ul style="list-style-type: none">✓ Personas naturales o jurídicas que sean contribuyentes de primera categoría ante el SII, cuyas ventas se distribuyan de acuerdo al siguiente rango, según la antigüedad de la actividad:<ul style="list-style-type: none">- Ventas demostrables para empresas con menos de un año de antigüedad.- Ventas iguales o superiores a 200 UF y menores a 25.000 UF, para empresas con más de un año de antigüedad. | <ul style="list-style-type: none">✓ <u>Carpeta Tributaria para solicitar créditos¹</u>, la que puede ser descargada desde el sitio web del SII, link: https://zeus.sii.cl/dii_doc/carpeta_tributaria/html/index.htm a la cual deberá acceder con su Rut y contraseña del SII, incluyendo Formulario 22 y/o 29. |

¹ Se considerará la fecha de la actividad económica vigente con mayor antigüedad en primera categoría.

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cooperativas cuyas ventas promedio por asociado sean menores a 25.000 UF, lo cual se calcula con el monto de las ventas totales de la cooperativa dividido por el número de asociados. Se excluyen cooperativas de servicios financieros. ✓ Ambos deben tener domicilio comercial en la región de la asesoría que postula. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>Acta de constitución de la cooperativa y modificaciones</u> o, última acta que señale los cooperados vigentes. ✓ <u>Carpeta Tributaria para solicitar créditos²</u>, la que puede ser descargada desde el sitio web del SII, link: https://zeus.sii.cl/dii_doc/carpeta_tributaria/html/idx.htm a la cual deberá acceder con su Rut y contraseña del SII, incluyendo Formularios 22 y/o 29. |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ No tener deudas laborales, previsionales y tributarias liquidadas morosas al momento de la formalización. Así como tampoco, haber sido condenado por prácticas antisindicales o infracción a los derechos fundamentales del trabajador, dentro de los anteriores dos años contados desde la fecha de inicio de las postulaciones. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Certificado de Antecedentes Laborales y Previsionales emitido por la Dirección del Trabajo (Certificado F-30, cuando corresponda). ✓ Certificado de Deudas Tributarias emitido por Tesorería General de la República |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ En caso de ser persona natural, no tener inscripción vigente en el Registro Nacional de Deudores de Pensiones de Alimentos en calidad de deudor de alimentos según lo dispuesto en la Ley N° 21.389. Se verificará a través de la consulta en el mencionado Registro. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dicha condición será validada mediante consulta al Servicio de Registro Civil e Identificación. |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ No tener rendiciones pendientes con Sercotec y/o con el Agente Operador de Sercotec, al momento de la formalización. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Registros Sercotec y AOS. |

² Se considerará la fecha de la actividad económica vigente con mayor antigüedad en primera categoría.