**ANEXO Nº 6**

**MODELO DE NEGOCIOS DEL CENTRO[[1]](#footnote-1)**

|  |  |
| --- | --- |
| Nombre de la Institución Postulante |  |
| Rut Postulante |  |
| Representante(s) Legal(es) |  |

|  |
| --- |
| Antecedentes del o los Sector(es) Productivo(os), Descripción del (o los) Sector(es), Subsector(es) elegido(s) |
| Sector 1 / Subsectores |  |
| Sector 2/ Subsectores |  |
| Sector 3/Subsectores |  |
| Sector n/Subsectores |  |

|  |
| --- |
| ¿Qué perfiles incluirán en el alcance? Fundamente. |
| Sector | Subsector | Perfil 1 |  |
| Sector | Subsector | Perfil 2 |  |
| Sector | Subsector | Perfil n |  |
| Fundamentación de los perfiles elegidos (¿Por qué solicita estos perfiles?) |
|  |

|  |
| --- |
| Cobertura de la Postulación Sector/ |
| Subsector | Total Perfiles de la Postulante (A) | Perfiles Subsector según catálogo (B) | Cobertura(A)/ (B) |
| Subsector 1 |  |  | % |
| Subsector 2 |  |  | % |
| Subsector 3 |  |  | % |
| Totales | [N° perfiles solicitados] | [Total de N° perfiles en los solicitados] | % |

|  |
| --- |
| Mercado Potencial, cuantifique el mercado laboral basado en los perfiles subsectores o sectores solicitados en esta acreditación, para los próximos tres años. |
| Sector 1 |  |
| Sector 2 |  |
| Sector 3 |  |
| Sector n |  |

|  |
| --- |
| En que fundamenta su Modelo de Negocios |
|  |

|  |
| --- |
| ¿Cuál es su Propuesta de Valor?[[2]](#footnote-2) |
|  |

|  |
| --- |
| Defina su Segmento de Clientes[[3]](#footnote-3) (empresas, independientes, sindicatos, etc.) |
| Segmento 1  |  |
| Segmento 2  |  |
| Segmento n  |  |

|  |
| --- |
| Listado de los 10 más importantes Clientes |
| 1 | 6 |
| 2 | 7 |
| 3 | 8 |
| 4 | 9 |
| 5 | 10 |

|  |
| --- |
| En que regiones focalizará sus operaciones |
| 1 | 6 |
| 2 | 7 |
| 3 | 8 |
| 4 | 9 |
| 5 | 10 |

|  |
| --- |
| Cuantificación de la Demanda: Cuantificación en número de servicios anuales proyectados por cada perfil elegido (¿En qué fundamenta el nivel de servicios que venderá?) |
| Cuantificación de los perfiles elegidos | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Perfil 1 | [N°] | [N°] | [N°] |
| Perfil 2 | [N°] | [N°] | [N°] |
| Perfil n | [N°] | [N°] | [N°] |
| Total de evaluaciones proyectadas | [N°] | [N°] | [N°] |
| Fundamente su demanda realizando un análisis detallado del Mercado Laboral, con cifras actualizadas (menores a 3 años) |
|  |
| Señale las fuentes de esta información | [Link] |

|  |
| --- |
| Resumen de las cartas de intención de demanda |
| Cartas | Empresa | Número de evaluaciones  |
| Carta 1 | *[Nombre de la Empresa]* | *[N°]* |
| Carta 2 | *[Nombre de la Empresa]* | *[N°]* |
| Carta 3 | *[Nombre de la Empresa]* | *[N°]* |
| Carta 4 | *[Nombre de la Empresa]* | *[N°]* |
| Carta n | *[Nombre de la Empresa]* | *[N°]* |
| Total evaluaciones respaldada con cartas de intención de demanda  | *[total de evaluaciones con cartas de intención]* |

|  |  |
| --- | --- |
| Total evaluaciones respaldada con cartas de intención de demanda  | *[N°]* |
| Total de evaluaciones proyectadas | *[N°]* |
| Porcentaje de respaldo  | *[%]* |

|  |
| --- |
| Socios Clave – Alianzas Estratégicas[[4]](#footnote-4) |
| Nombres  | Impacto en su Modelo de Negocios |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |
| --- |
| Resumen Cartas de Apoyo |
| Cartas de Apoyo | Nombre |
| Autoridades de Gobierno |  |
| Servicios Públicos  |  |
| Representantes de los gremios sea nacional o regional. |  |
| Representantes Sindicales  |  |
| Otros |  |

|  |
| --- |
| Estrategia Comercial |
| Defina su estrategia comercial en coherencia con su demanda y perfiles solicitados  |
|  |
| Defina una estrategia de valor diferenciada para cada segmento de clientes  |
| Segmento 1 |  |
| Segmento 2 |  |
| Segmentos n |  |

|  |
| --- |
| Estrategia para trabajadores independientes, cesantes y que por cuenta propia deseen evaluarse.  |
|  |

|  |
| --- |
| Estructura de Costos[[5]](#footnote-5) |
| ¿Cuál es la estructura de costos del Centro? |  |
| ¿Cuáles son los egresos más importantes que tendrá mensualmente el Centro |  |
| ¿Están incorporados los costos de la estrategia comercial? |  |
| ¿Los costos están acorde a la proyección de las ventas? |  |

|  |
| --- |
| Flujos de Ingresos y Egresos |
| ¿Cuál será la forma en que el Centro pretende financiarse y obtener ingresos? |  |
| ¿Son positivos los flujos para sus tres años de acreditación?, |  |
| Describa la o las modalidades de financiamiento que espera utilicen los candidatos para financiar el servicio de evaluación y certificación de competencial laborales |  |
| ¿Su proyección de ingresos y egresos es realista? ¿anualmente se reajusta por algún factor? |  |

Debe presentar un Flujo detallado de ingresos y egresos que el Centro tendrá para el periodo de la solicitud de la acreditación, determinando el VAN, con la respectiva memoria (Matriz) de cálculo. La presentación de los flujos para los tres años debe ser mensual, además deberá presentar un resumen de los tres años para determinar el VAN. En el anexo se entrega un formato Excel para la presentación del flujo de ingreso y egresos.

|  |
| --- |
|  Inversión inicial (que debe realizar el Centro para poder funcionar) |
| Ítem 1 | $ |
| Ítem 2 | $ |
| ……… | ……. |
| Ítem n | $ |
| Total | $ |
| ¿Cómo financiará la Inversión Inicial? ¿Aporte de los socios? |

El monto de la inversión inicial acá calculada es la que debe ser parte de la determinación del VAN

|  |
| --- |
| Capital de Trabajo (necesidades del Centro para operar mensualmente)  |
| Ítem 1 | $ |
| Ítem 2 | $ |
| ……… | ……. |
| Ítem n | $ |
| Total | $ |
| ¿Cómo financiará el Capital de Trabajo? |

|  |
| --- |
| En qué año (mes) el Centro espera obtener ganancias (debe ser coherente con las expectativas de venta de servicio y los gastos de operación del Centro), debe considerar que los primeros meses son de implementación del sistema y la probabilidad de realizar ventas y, por lo tanto, tener ingresos es baja |
|  |

|  |
| --- |
| Describa la Modalidad de operación que realizará el Centro para con los trabajadores dependientes e independientes (desde que se contacta el trabajador hasta que finaliza el proceso) (Infraestructura propia, arrendada). |
| [Dependientes]: |  |
| [Independientes/Cesantes] |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Estructura Organizacional |  |
| Organigrama con 100% de los Cargos solicitados |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Total de evaluaciones Proyectadas | N° de Evaluadores | N° de Auditores |
| [N°] | **[N°]** | **[N°]** |

1. Este es el contenido mínimo que debe tener el Modelo de Negocios. Cada postulante podrá incorporar los elementos adicionales que considere necesario destacar. [↑](#footnote-ref-1)
2. La propuesta de valor describe el set de productos y/o servicios que crean valor para un segmento específico de clientes. La propuesta de valor es la razón, es el por qué los clientes los prefieren, satisface la necesidad del cliente al que apunta. Es un conjunto de beneficios que una organización ofrece a sus consumidores. Algunas propuestas pueden ser innovadoras y presentan una idea nueva o disruptiva. [↑](#footnote-ref-2)
3. Define los diferentes grupos de personas u organizaciones que el Centro desea alcanzar y servir, los clientes son el corazón de cualquier modelo de negocios. Para satisfacerlos de la mejor forma posible se puede agrupar en distintos segmentos, comportamientos comunes, o algún otro atributo. El Centro debe realizar un análisis sobre cuáles segmentos servir y cuáles ignorar. Una vez definidos, el modelo de negocios debe ser diseñado en torno al entendimiento de sus necesidades específicas [↑](#footnote-ref-3)
4. La red de socios describe las alianzas más importantes que se requieren para que el modelo de negocios funcione. Las organizaciones crean alianzas y socios para optimizar sus modelos de negocios, reducir riesgos o adquirir recursos. Se pueden generar alianzas estratégicas entre no competidores, alianzas estratégicas con competidores, joint ventures para nuevos negocios, alianzas con proveedores, socios, con clientes, con autoridades, entre otras. [↑](#footnote-ref-4)
5. La estructura de costos describe los costos que deberán incurrir para operar el modelo de negocios. Se describen los costos más relevantes que deben solventar para operar bajo un modelo de negocios en particular. Crear y entregar valor, mantener relaciones con los clientes, y generar ingresos llevan un costo asociado. [↑](#footnote-ref-5)