



UNIVERSIDAD
CATOLICA
DEL MAULE

ECONOMÍA – DESARROLLO DE NEGOCIOS



UNIVERSIDAD
CATOLICA
DEL MAULE

CONSULTORÍA EMPRESARIAL

MARCA (Símbolo + Inducción de mensaje (slogan))

Escucha Activa (Modelo OSAR)

Cómo Vender (Cartas, estudios, no vender, Propuesta Comercial)

Cuánto Cobrar

Estar Arriba de la Ola, Instagram, publicitar, 90%, brochure

Modelo de Negocios ← Propuesta de Valor ← CANVAS

1. Símbolo
2. Mensaje subliminal - Slogan
3. 5 Elementos

ESCUCHA ACTIVA

1. Comunicación Efectiva 55%, 38%, 7%
2. Lineal
3. Modelo Espiral
4. Modelo OSAR

CÓMO VENDER



1. Cartas de Presentación (email y/o carta) de 100 1,
2. Partes de una Carta (propósito, quien soy, remache)
3. Estudios, Fundación, Triple impacto, Lo Social, el mundo se achicó, No vender
4. Carta de Presentación <-
5. Reunión (cuál es tu presupuesto!!!???)
6. Propuesta Comercial (Quien es el cliente, Marco Teórico Pequeño, Cuadro Presupuestario, Consideraciones) 2 meses, 1 año.

Horas Hombre/Mujer

Pichiquichichis (papel, cartulinas, bencina, internet, etc.)

Asesores externos

Costo Oportunidad

Precio Mercado

El doble de los costos / margen para negociar = siempre

Quién

CUÁNTO COBRAR

VARIABLES A CONSIDERAR PARA DETERMINAR LOS HONORARIOS

La determinación, de los honorarios y qué variables son las que están presentes, son uno de los tópicos críticos en las asesorías, entre los cuales están:

- ❖ Primero definir cuánto se quiere ganar en forma personal mensualmente y transformarlo a valor hora.
- ❖ Costos de traslado de la oficina al lugar de la asesoría.
- ❖ El pago de servicios como luz y agua.
- ❖ Los costos de arriendo de oficina y el pago de sueldo si corresponde.
- ❖ Los honorarios de personal de apoyo a la asesoría, como otros asesores, encuestadores.
- ❖ Costos de insumos como tinta para impresoras, papel, etc.
- ❖ Tiempo de realización de la asesoría, hora, día, semana, mes o meses.

Como desafío, averigua cuáles son los honorarios que se pueden establecer por el proceso de consultoría.

ESTAR ARRIBA DE LA OLA

Instagram, Columna, Radio

Publicitar - considerar cronograma

Considerar lo que el cliente quiere ver – usar 270 %

Brochure



UNIVERSIDAD
CATOLICA
DEL MAULE

ECONOMÍA – DESARROLLO DE NEGOCIOS