



**UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TÍTULO**

**ANÁLISIS DE LA REALIDAD DEL EMPRENDIMIENTO EN CHILE  
APLICADO AL CASO DE LA COMERCIALIZACION DE CHATARRA.**

**Autor  
GONZALO CÁRCAMO LEÓN**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL  
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES  
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**PROFESOR GUÍA: FERNANDO VALDÉS A.**

**Viña del Mar, Diciembre 2012**

## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradezco a Dios por las personas que envió a mi vida y por las oportunidades que durante mi camino se me han presentado.*

*Quiero agradecer a mi familia, por la ayuda que me brindaron desde pequeño, por ese infinito amor y por creer en mí.*

*A Angélica por apoyarme en todo momento, por alentarme a seguir y por su ayuda incondicional.*

*A mis amigos por acompañarme desde pequeño llenándome de energías para salir adelante.*

*Quiero agradecer a mis profesores, en especial a Fernando, por compartir su conocimiento, su paciencia y por estar siempre ahí cuando lo necesité.*

*Con Cariño.....*

*G.C.L.*

## ÍNDICE

Contenido	Página
Introducción	7
<b>Capítulo 1: Antecedentes de la Práctica.</b>	9
1.1 Descripción de la empresa u organización.	9
1.1.1 Reseña Histórica.	11
1.1.2 Misión y Visión.	12
1.1.3 Productos y servicios.	14
1.1.4 Mercados atendidos.	17
1.1.5 Estructura Organizacional.	22
1.1.6 Principales Políticas.	23
1.1.7 Otros elementos de relevancia acerca de la compañía.	23
1.2 Descripción de las funciones realizadas.	25
1.2.1 Trabajo desarrollado.	26
1.2.2 Razones que impulsan el tema a desarrollar.	32
<b>Capítulo II: Desarrollo del tema.</b>	34
2.1 Objetivo general y específicos.	34
2.2 Marco teórico.	35
2.3 Desarrollo de la Investigación.	44

2.3.a. Características del emprendedor chileno según estudio GEM.	44
2.3.b. Percepción chilena respecto a la actividad emprendedora .	46
b.1. Percepción de oportunidades.	49
b.2. Percepción de capacidades.	50
b.3. Miedo al fracaso.	51
b.4. Intención de emprender.	52
b.5. Emprendimiento como opción de carrera deseable.	53
b.6. Atención de los medios de comunicación al emprendimiento.	54
2.3.c. Realidad del emprendimiento en Chile.	56
c.1. Actividad emprendedora en Chile.	61
c.2. Orientación de los emprendimientos en Chile.	63
c.2.1. Emprendimientos en sector primario.	64
c.2.2. Emprendimientos relacionados con la transformación.	65
c.2.3. Emprendimientos dedicados a proveer servicios de negocios.	66
c.2.4. Emprendimientos orientados al consumidor.	67
2.3.d. Factibilidad de emprender en Chile.	68
d.1. Contexto económico.	69
d.2. Contexto político.	70
d.3. Estructura comercial chilena.	71
d.4. Apoyo al emprendimiento.	73
2.3.e. Una idea para emprender.	77
e.1. La Chatarra.	78

e.2. Mercado de la chatarra chilena	79
e.3. Precio de la chatarra.	82
e.4. Exportación de chatarra.	83
e.5. Negociaciones y factores comerciales.	83
e.6 Obtención de la chatarra.	84
e.7. Transporte.	85
e.8. Agente de aduana.	86
e.8.1. Movilización de la carga.	87
e.8.2. Gate Out.	88
e.8.3. Cut Off.	88
e.8.4. Emisión de BL.	89
e.8.5. Factura pro forma.	90
e.8.6. Despacho de documentos.	90
e.9. Recuperación del I.V.A.	91
e.10. Pago de Carta de Crédito.	91
<b>Capítulo III: Conclusión.</b>	<b>93</b>
Bibliografía.	99
Anexos	102

## ÍNDICE DE FIGURAS, TABLAS Y GRÁFICOS

Contenido	Página
Figura N° 1: Modulo de contenedor	16
Figura N° 2: Agencias SAAM en Chile.	18
Figura N° 3: Detalle de servicios por agencias SAAM.	19
Figura N° 4: Presencia de SAAM en el mundo.	20
Figura N° 5: Estructura organizacional: Plana ejecutiva.	22
Tabla N° 1: Percepción del chileno respecto a la actividad emprendedora.	48
Gráfico N° 1: Percepción de oportunidades en los últimos 4 años.	49
Gráfico N° 2: Aumento de las capacidades de emprendimiento.	50
Gráfico N° 3: Disminución del miedo al fracaso.	51
Gráfico N° 4: Aumento en la intención de emprender.	52
Gráfico N° 5: Aumento del emprendimiento como opción de carrera deseable.	53
Gráfico N° 6: Aumento de la atención de los medios de comunicación al emprendimiento.	55
Tabla N° 2: Numero de emprendimiento por macro zona.	57
Gráfico N° 7: Porcentaje de emprendedores según macro zona.	58
Gráfico N° 8: Porcentaje de emprendedores formales e informales.	59
Gráfico N° 9: Razones de informalidad de las empresas que no se encuentran constituidas legalmente,	60

Tabla N° 3: Actividad emprendedora en los últimos 4 años.	62
Tabla N° 4: Distribución de emprendimientos por sector.	63
Gráfico N° 10: Emprendimientos en sectores primarios de los últimos 4 años.	64
Gráfico N° 11: Emprendimientos en el área de transformación de los últimos 4 años.	66
Gráfico N° 12: Emprendimientos en el área de servicios a negocios de los últimos 4 años.	67
Gráfico N° 13: Emprendimientos orientados al consumidor en los últimos 4 años.	68
Tabla N° 5: Destinos de la exportación chilena de chatarra de hierro.	80
Tabla N° 6: Montes exportados de chatarra de hierro en dólares.	81
Figura N° 5: Chatarra paletizada.	85

## INTRODUCCIÓN

Nuestro país en los últimos años se ha convertido en una de las economías más abiertas del mundo según un estudio de la Heritage Foundation (Principal centro de estudios en Estados Unidos). Este centro, afirma que *Chile es uno de lo países con la economía más abierta del mundo, al ubicarse en el puesto 8 de su ranking. Quedando por debajo de economías o naciones como Hong Kong y Singapur, que ocupan los dos primeros puestos del ranking, además de Irlanda Australia, Estados Unidos, Nueva Zelanda y Canadá<sup>1</sup>.*

Respecto a lo mencionado anteriormente, puede concluirse que el proceso de globalización ha facilitado que Chile pueda expandir sus fronteras comerciales incursionando en nuevos mercados permitiendo a los empresarios nacionales mejorar su rentabilidad a raíz de una mejor valorización de sus productos en mercados extranjeros. La gran cantidad de acuerdos comerciales que posee nuestro país permite que hoy sea mucho mas fácil exportar e importar, por lo que conocer los mercados extranjeros se hace imprescindible a la hora de expandir una compañía, o comenzar un nuevo negocio. Por otra parte traer productos y tecnologías de otras localidades del mundo ha contribuido con el desarrollo de negocios, la captación de nuevas oportunidades por medio de suministros con los que antes no contábamos, ha facilitado las investigaciones, y la apertura comercial ha tenido también un rol fundamental para el desarrollo de la sociedad. Hemos experimentado avances en el área de la salud, la educación, y en un sin

---

<sup>1</sup> Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Una economía abierta al mundo.  
<http://asiapacifico.bcn.cl/noticias/una-economia-abierta-al-mundo>, Noticia. 01.09.2011. 17.30 PM.

fin de otros campos producto del intercambio de bienes y servicios que existe a nivel mundial, por lo que para un Administrador de Negocios Internacionales conocer la operatividad del comercio exterior se hace fundamental y constituye una herramienta muy importante para un profesional de nuestra área.

Relacionado a lo anterior, se hace esencial realizar una práctica profesional en alguna empresa que permita conocer aún más la operatividad de los negocios internacionales.

En el presente informe se describirá una práctica profesional realizada en la empresa Sudamericana Agencias Aéreas y Marítimas, desde ahora SAAM, institución dedicada al Agenciamiento Marítimo, prestando asesoría y servicios tanto a compañías navieras como exportadores e importadores.

El departamento en que se desarrolló la práctica fue SAGEM (Servicio Agente Embarcador); este departamento, provee apoyo logístico y documental a exportadores e importadores frutícolas, convirtiéndose en un pilar fundamental para los clientes al momento de contratar los servicios que la empresa presta en esta área.

Además, se abordará el tema de emprendimiento en Chile donde se estudiará la situación actual de la actividad emprendedora de nuestro país, por lo que este informe pretenderá dar una mirada objetiva de los emprendimientos y la situación país respecto a este tema que es de suma importancia para toda nación.

Por último, se abordará una idea de emprendimiento siendo ésta relacionada al mercado del reciclaje.

## CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA

### 1.1.- Descripción de la Empresa u Organización.

El aumento del comercio ha contribuido al desarrollo de diversos sectores destacándose el portuario. Según Víctor Pino, Presidente de la Cámara Marítima y Portuaria de Chile, *El 90% de nuestro comercio exterior es vía marítima. Esa cadena logística requiere imperiosamente de puertos y transporte marítimo eficiente*<sup>2</sup>. Para Víctor Pino, el desarrollo del sector portuario y la eficiencia de éste es una realidad.

A través de los años esto puede apreciarse en los grandes avances que se han experimentado al implementarse nuevas tecnologías, desarrollando nuevos servicios y evaluando la gran competencia entre los distintos actores participantes de éste sector. Por lo mencionado, se decidió realizar la práctica profesional en una empresa perteneciente al sector portuario, a modo de conocer y aprender de este negocio que constituye un eslabón fundamental en la logística del comercio internacional.

#### Ficha Técnica de la Empresa.

Empresa: Sudamericana Agencias Aéreas y Marítimas, SAAM

Giro: Servicios Portuarios

Domicilio Legal: Blanco 895, Valparaíso, Chile.

---

<sup>2</sup> Víctor Pino Torche. Bienvenida a lectores. Cámara Marítima y Portuaria de Chile. <http://campport.cl/>, 01.09.2011. 18:15 PM.

Fono: 32- 2201000 Atención al cliente: 600 600 7226

E-Mail: [servicioalcliente@saamsa.com](mailto:servicioalcliente@saamsa.com)

Pagina Web: [www.saam.cl](http://www.saam.cl)

Servicios: De atención a las naves: - Agenciamiento Marítimo.  
- Remolcadores.  
- Depósitos y Maestranza.  
- Terminales y Operaciones.

De atención a la carga: - Almacenaje y Transporte.  
- Terminal Frigorífico.  
- Almacén Extraportuario.  
- Agente Embarcador.  
- Graneles y Cargas Masivas.

La empresa en que se desarrolló la práctica fue Sudamericana Agencias Aéreas y Marítimas, SAAM. Esta empresa esta dedicada a brindar apoyo tanto a empresas navieras como a exportadores a través de toda la cadena logística y documental en lo que refiere a movimiento de carga. Es una empresa con vasta trayectoria y con presencia tanto en puertos nacionales como internacionales.

### 1.1.1 Reseña Histórica.

El intercambio de bienes y servicios entre las distintas naciones se ha hecho fundamental para cubrir las necesidades de la población mundial. El comercio a nivel internacional crece día a día, aumentando cada vez más el volumen de los bienes en tránsito entre una nación y otra, donde Chile ha experimentado grandes utilidades producto de sus inversiones con miras a mercados extranjeros. Según un artículo de ProChile, *En los últimos 21 años la inversión chilena directa en el exterior alcanzó la suma de US\$ 60.231 millones, distribuidos en más de 70 países de América, Europa, Asia, Oceanía y África, según el estudio “La inversión directa de capitales chilenos en el mundo 1990 - Junio 2011”, realizado por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON).*<sup>3</sup>

Frente a esta realidad el desarrollo del transporte ha sido fundamental. A través de los años fueron naciendo distintas compañías navieras, dentro de las que destaca Compañía Sudamericana de Vapores, desde ahora CSAV. Esta empresa nacional poco a poco fue creciendo y ampliando su flota, hasta que en el año 1961 se funda Sudamericana Agencias Aéreas y Marítimas, SAAM<sup>4</sup>. Empresa que nace con el objeto de cubrir la necesidad de agenciamiento marítimo de la naviera. A través de los años la empresa fue creciendo y ampliando su nivel de servicios llegando a convertirse en 1976 en la primera empresa en prestar un servicio integral de graneles. Fue así como la empresa creció,

---

<sup>3</sup> Pro Chile. Inversión Chilena en el mundo superó los US\$60 mil millones en los últimos 21 años. ProChile. <http://rc.prochile.gob.cl/noticia/29246/2>. 01.09.2011. 21.30.PM

<sup>4</sup>SAAM. Historia de SAAM. [www.saam.cl](http://www.saam.cl), 28.07.2011.09.30 AM.

habilitando lugares como depósitos de contenedores, ampliando sus servicios y habilitando terminales portuarios de contenedores. En 1992 la empresa decide crecer hacia el extranjero, prestando servicios de remolcadores en Colombia y Perú. Con este servicio fueron abriéndose puertas para la empresa aumentando su participación en países como Brasil, Ecuador, entre otros. Luego en 1999, la empresa se adjudica la concesión de los Terminales portuarios de San Antonio y San Vicente, concesión que ganó unos años más tarde también en Iquique y Antofagasta.

En el 2003 la empresa certifica sus almacenes bajo la norma ISO 9001-2000. Asimismo, la empresa fue certificando y demostrando que prestaba servicios de calidad, logrando posteriormente certificaciones ISO 9001 en los depósitos de los contenedores y en su servicio de agente embarcador. En la actualidad SAAM es una empresa con una larga trayectoria y con muchos desafíos por emprender, siendo el último de ellos la prestación de servicios en Quintero durante el año 2009, los que son de operaciones portuarias y remolcadores.

### 1.1.2 Misión y Visión

El sector Naviero - Portuario presenta una gran cantidad de participantes. Esto es apreciable al constatar que existen numerosas compañías prestando los mismos servicios, compitiendo entre sí y queriendo abarcar cada día más clientes. La competencia entre los distintos actores ha hecho que las empresas se esfuercen constantemente, por lo que SAAM se esfuerza día a día en ofrecer a sus clientes un servicio de calidad, donde quiera que estos se encuentren.

A continuación se mostrará la misión institucional de SAAM:

- ❖ Misión: *“Somos una empresa de agenciamiento aéreo-marítimo-portuario que actúa como socio de negocios con nuestros clientes, proporcionándoles un servicio integral. Nos enfocamos a brindar un servicio de alta calidad, esperando obtener una adecuada retribución para nuestros accionistas y permitiendo a nuestros trabajadores una equitativa retribución y desarrollo profesional”*<sup>5</sup>

Para que la empresa sea líder en calidad de servicio es un aspecto fundamental en el que trabaja día a día. Es una organización que busca permanecer en el tiempo manteniendo a sus clientes fidelizados y con un alto grado de satisfacción. Por lo mencionado, la visión institucional de SAAM es la siguiente:

- ❖ Visión: *“Mantener nuestra posición de liderazgo en el mercado con una organización centrada en el cliente y con una alta eficiencia interna. Nuestros pilares para desarrollar y consolidar nuestro liderazgo son las personas, tecnología de información, organización y capital”*<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> SAAM, Quienes Somos. [www.saam.cl](http://www.saam.cl). 28.07.2011. 10.30.AM

<sup>6</sup> SAAM, Quienes Somos. [www.saam.cl](http://www.saam.cl). 28.07.2011. 10.30.AM

### 1.1.3 Productos y Servicios.

SAAM es una empresa dedicada a proveer apoyo logístico en lo referente al movimiento de carga y atención a las naves. Sus servicios están dirigidos a compañías navieras, exportadores e importadores.

La compañía presenta una amplia cartera de servicios con la que busca satisfacer cada necesidad que se vaya generando al movilizar carga de un lugar a otro. A continuación se detallarán los servicios que la empresa tiene a disposición de sus clientes.

- ❖ Agenciamiento Marítimo: Servicio que entrega asistencia a la compañía naviera en lo que confiere a la recepción y despacho de las naves dando la atención documental a las cargas.
  
- ❖ Agente Embarcador: Servicio que tiene por objetivo representar al embarcador en todo el proceso de pre-embarque, encargándose de todos los requisitos documentales así como también de la coordinación de transporte si fuese necesario.
  
- ❖ Remolcadores: Servicio que tiene por objetivo atender a las naves de las distintas compañías navieras en las maniobras de atraque y desatraque en los distintos muelles en que SAAM tenga presencia. Es importante mencionar que este servicio es que el genera el mayor ingreso para la

compañía, y el único presente en todas las agencia de SAAM en Chile y Latinoamérica.

- ❖ Depósitos y Maestranza de Contenedores: Servicio que provee el lugar físico para el almacenamiento y reparación de contenedores cuando así se requiera.
- ❖ Terminales y Operaciones: Este servicio consta de la realización de estiba (carga) y desestiba (descarga) de la nave según corresponda.
- ❖ Almacenaje y Transporte: Coordinación del transporte, consolidación y almacenaje de la carga.
- ❖ Terminal Frigorífico: Servicio a la carga refrigerada, encargado de entregar almacenaje y cámaras de frío o Contenedores Reefer para el transporte y conservación de los productos a transportar.
- ❖ Graneles y Cargas Masivas: Servicio que consta de transporte, consolidación, ensacado y almacenaje de cargas tales como granos, fertilizantes, chips, entre otras.

- ❖ Almacén Extraportuario: Almacenes habilitados como Zona Primaria de Extensión Aduanera para carga de Exportación, Importación y en tránsito.

Además de todos los servicios mencionados anteriormente orientados a las naves y a la gestión de la carga, SAAM también ofrece los siguientes productos para su venta:

- ❖ Venta y Arriendo de Contenedores, a lo largo de todo el país.
- ❖ Venta de Módulos: Contenedores Transformados según las necesidades del cliente (Ej. Una oficina, Baños, bodegas etc., a partir de la estructura de un contenedor.)

Figura N° 1: Modulo de contenedor



Fuente: [www.saam.cl](http://www.saam.cl)

#### 1.1.4 Mercados Atendidos.

El mercado naviero y portuario es un mercado de mucha competencia debido a la gran cantidad de actores que participan en él. Según el Informe del panel de Expertos Portuarios encargado por la Cámara Marítima Portuaria de Chile (2008), “ *La evolución de la Industria portuaria a partir de 1999 con la incorporación de tecnología en los frentes de operación, está generando una nueva realidad en las relaciones laborales en los principales puertos con servicios de línea, lo que requiere ser considerado por el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones y los actores involucrados, procurando actuar de manera proactiva en las condiciones de estabilidad laboral, seguridad en las faenas, la adecuada capacitación y necesarias recalificaciones, tendientes a mejorar los niveles de eficiencia, competitividad y sustentabilidad de la industria portuaria*”<sup>7</sup>. Esto quiere decir, que el mercado Marítimo – Portuario es un mercado de cambios constantes, con grandes participantes, por lo que para las diversas compañías del rubro se les hace imprescindible buscar día a día las condiciones para mantenerse vigente y así mantener fidelizados a sus clientes. Es muy importante brindar servicios de calidad, ser innovadores y pioneros en el uso de tecnologías.

Como lo refleja su misión, SAAM es una empresa cuyo principal objetivo es brindar calidad de servicio. Por lo anterior, la compañía se ha esforzado desde sus inicios en expandir su presencia por distintos territorios, tantos nacionales como extranjeros.

---

<sup>7</sup> Bown, Ronald. García, Rodolfo. Rengifo, Andrés. Signorelli, Aldo. Wigodski, Teodoro. Sistemas de Empresas SEP: Informe Expertos Portuarios. Cámara Marítima y Portuaria de Chile. <http://www.camport.cl/estudiosdeterceros.php>. 08.08.2011. 09.30 AM.

Según lo muestra la Figura N° 1 a nivel nacional, la empresa cuenta con presencia en:

Figura N° 2: Agencias SAAM en Chile



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en [www.saam.cl](http://www.saam.cl)

Como ya se ha mencionado la compañía presenta una amplia cartera de servicios, tanto de atención a la nave como los servicios de atención a la carga. Es importante mencionar que lo ofrecido a los clientes por la empresa es de acuerdo a cada filial, esto quiere decir que no todos los servicios están disponibles para cada sucursal de SAAM.

El apoyo logístico que la empresa entrega a través de sus diferentes filiales a lo largo del país, se detalla en la figura N° 2:

Figura N° 3: Detalle de servicios por Agencias SAAM.

X: Servicio que presta la compañía.

	Remolcadores	Agenciamiento Marítimo	Agente Embarcador	Depósitos y Maestranza	Operaciones Portuarias	Almacenaje y Transporte	Terminal Frigorico	Graneles y cargas Masivas	Almacén Extraportuario
Arica	x	x	x	x	x			x	
Iquique	x	x	x	x				x	
Mejillones	x	x							
Antofagasta	x	x		x	x	x		x	
Coquimbo	x	x			x			x	
Quintero	x	x			x				
Valparaíso	x	x	x	x	x				x
S. Antonio	x	x	x	x		x		x	x
Talcahuano	x	x		x		x		x	
S. Vicente	x	x		x		x			
P. Montt	x	x	x			x	x	x	
Chacabuco	x	x				x	x	x	
P. Arenas	x	x			x	x			

Fuente: Cuadro de elaboración personal a través de datos recopilados en [www.saam.cl](http://www.saam.cl)

Además de la presencia a nivel nacional, SAAM desde hace ya varios años cuenta con presencia en importantes mercados extranjeros, principalmente en América Latina. La unidad de negocio que ha permitido tal presencia, ha sido la de los remolcadores, brindándole a la empresa la posibilidad de expandir sus fronteras con una fuerte presencia internacional, tal como lo detalla la figura que se mostrará a continuación.

Figura N° 4: Presencia de Agencias SAAM en el mundo.



Fuente: Elaboración Propia a partir de datos recopilados en [www.saam.cl](http://www.saam.cl)

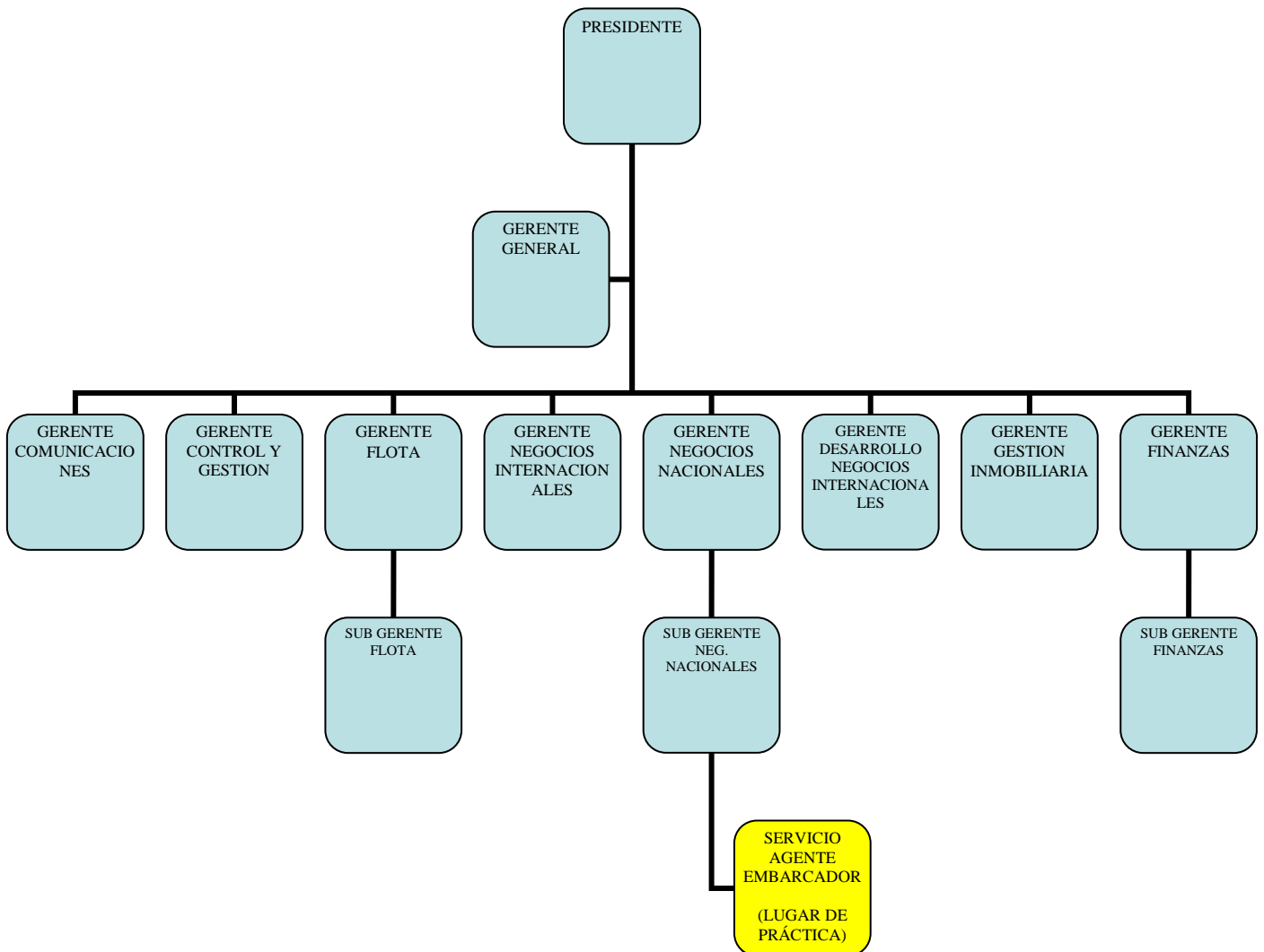
SAAM con sus distintas filiales en el extranjero participa de los siguientes mercados:

- ❖ Ecuador: Con 6 remolcadores distribuidos en los puertos de Esmeraldas, Manta, Guayaquil y Puerto de Bolívar.
- ❖ Costa Rica: Con 3 remolcadores en Puerto Caldera, Punta Morales y Puntarenas.
- ❖ Uruguay: Con 6 remolcadores en Montevideo, Nueva Palmira y Fray Bentos.
- ❖ Brasil: Con 22 remolcadores en Itaquí, Salvador, Vitória, Río de Janeiro, Santos, Paranaguá, Itajaí y Río Grande.
- ❖ Guatemala: Con 1 remolcador en Puerto de Quetzal.
- ❖ Colombia: Con 2 remolcadores en el Puerto de Buenaventura.
- ❖ Perú: Con 19 remolcadores en los puertos de Callao, Pisco, Matarani, Llo, Huarmey y Paita.
- ❖ México: Con 21 remolcadores en los puertos de Altamira, Tampico, Tuxpan, Veracruz, Ciudad del Carmen y Lázaro Cárdenas.

### 1.1.5 Estructura Organizacional

Debido a la complejidad de la compañía se mostrará sólo un extracto de la estructura organizacional, a modo de conocer sus principales gerencias y el departamento donde la practica se desarrolló.

Figura N° 5: Estructura Organizacional, Plana Ejecutiva.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en: [www.saam.cl](http://www.saam.cl)

#### 1.1.6. Principales Políticas.

SAAM es una empresa que busca entregar un servicio de calidad a sus clientes, así quedó reflejado en la misión y la visión de la compañía. Dado el desarrollo de la industria en los últimos años y la evolución de nuevos competidores para la compañía, la empresa busca diferenciarse de ellos a través de un servicio personalizado y de calidad. Como dice el lema de la compañía “*Allí Donde nos Necesite*”<sup>8</sup> SAAM está presente brindando apoyo y soluciones a lo largo de todo el territorio nacional y en los principales puntos de América Latina. Las políticas de SAAM apuntan a entregar un servicio de calidad ya que para la empresa es lo más importante.

#### 1.1.7. Otros Elementos de Relevancia para el Informe.

##### ❖ Valores y Clima Organizacional.

Para la empresa es elemental entregar un servicio de calidad ya que éste constituye la imagen más importante que la compañía puede proyectar. Un cliente satisfecho siempre volverá y compartirá su buena experiencia con sus pares. Por esto SAAM se preocupa constantemente de mantener a sus trabajadores capacitados, actualizando sus conocimientos continuamente y entregándoles becas de estudios y perfeccionamiento,

---

<sup>8</sup> SAAM. Quienes Somos. [www.saam.cl](http://www.saam.cl). 06.09.2011. 12.30.PM

poniendo a su disposición cursos que permitan al funcionario crecer como profesional y adquirir nuevas herramientas para desenvolverse día a día.

La fuerza de trabajo constituye un rol primordial en el éxito de cualquier organización, por tanto, la empresa siempre está invirtiendo en sus trabajadores porque la excelencia es muy importante para ella.

Por otra parte, para la empresa el trabajo en equipo es fundamental. La interacción de los trabajadores con sus pares en distintos departamentos, oficinas y sucursales está estrictamente ligado a la calidad de servicio que la empresa ofrece a sus clientes. Una forma de lograrlo es a través de la realización de paseos, reuniones, actividades deportivas y otros eventos que potencien la camaradería y la buena relación entre los trabajadores. Se considera que un buen clima laboral hace que el trabajador se sienta a gusto, realice su trabajo de mejor manera, y se obtengan mejores resultados.

## **1.2.- Descripción de las funciones realizadas.**

La práctica fue desarrollada en el departamento Servicio Agente Embarcador, SAGEM, de SAAM. Este departamento tiene por objetivo representar al exportador o importador en toda la cadena logística y documental, permitiéndole al cliente realizar la gestión de toda la operatividad de una exportación de fruta fresca a través de un funcionario de esta área.

Cuando un productor de fruta desea expandir sus fronteras comerciales, sus productos deben atravesar por diversas etapas logísticas para que se concrete exportación.

Una vez que el camión con fruta sale de la planta de producción o almacenes para su embarque, la carga se recepcióna en la Zona Extensión de Apoyo logístico, desde ahora ZEAL. Una vez allí, la carga es examinada por personal del Servicio Agrícola y Ganadero, SAG, con el objeto de establecer si las mercancías están libres de plagas o no.

Cuando el camión llega a ZEAL, el chofer debe dirigirse a las oficinas de SAAM (en ZEAL) y entregar las planillas de la mercancía. Una vez que el personal contaba con dichas planillas, se realizaba una solicitud de prestación de servicios (SPS) por parte del SAG, en la que se ingresa detalladamente la mercancía a exportar en el Sistema Multipuerto de la entidad Gubernamental. Una vez digitada tal información, SAG debía aprobar las planillas para que posteriormente pudiera ser realizado el certificado fitosanitario.

### **1.2.1.- Trabajo desarrollado.**

El rol principal desarrollado fue de Asistente de Coordinación de Clientes. La labor principal fue monitorear toda la cadena logística y documental de las exportaciones de fruta fresca durante la temporada 2010 – 2011. Otra de las funciones desarrolladas consistía en la confección de documentos de comercio exterior, asistir al coordinador de cliente en el monitoreo de las operaciones de transporte y documentales, y gestionar a través de las distintas agencias de SAAM del país que las cargas que se embarcaran por otros puertos cumplieran con la documentación necesaria y con los protocolos establecidos.

Las funciones realizadas fueron las siguientes:

- ❖ Chequeo de Planillas ingresadas en Sistema Multipuerto del SAG.

Consiste en la revisión de la información de la mercadería declarada ante el SAG. Se revisan las especies a exportar, los kilos netos, el medio de transporte declarado, las series de los contenedores y el destino de la carga.

Es de vital importancia que se realizara tal proceso, ya que tanto el personal de SAAM en ZEAL como el Servicio Agrícola y Ganadero cometían errores ingresando información incorrecta y aprobándola posteriormente. Si un error no era detectado, el certificado fitosanitario que se emitirá en el futuro contará con información errónea, declarándose en él una mercancía que no corresponde a la que se está embarcando y a la que llegará a destino.

❖ Confección de Certificados Fitosanitarios.

Una vez que la información se chequeaba, se procedía a confeccionar el Certificado Fitosanitario<sup>9</sup> a través del sistema Multipuerto del SAG. Para su realización debían cumplirse los protocolos y las exigencias que requería cada mercado en particular.

Las exigencias varían según el tipo de carga, el país de destino y si la fruta que había sido embarcada era transportada en contenedores o cámaras de frío.

Una vez realizados los certificados en el Sistema Multipuerto, se deben presentar ante el SAG para su aprobación. Estos deben presentarse físicamente (impresos), junto con las planillas de la carga que anteriormente fueron digitadas en el sistema del organismo. En esta instancia, el SAG corrobora que los datos en el certificado sean fidedignos y que cumplan con los requerimientos establecidos por el mercado de destino. En muchos casos ocurrió que en una primera instancia los datos fueron mal ingresados; el SAG aprobó tales datos y el certificado fue erróneamente emitido, por lo que el SAG rechazó el certificado con los datos previamente aprobados por él. Frente a estos casos, se debió abrir otra SPS y repetir el proceso explicado en el punto anterior.

---

<sup>9</sup> Certificado emitido por el SAG que avala que la carga se encuentra libre de plagas y que cumple con los requisitos sanitarios del país de destino.

❖ Confección de Certificados de Origen.

Una vez que se concreta el zarpe de la nave y las mercancías se encuentran en camino a destino, se debe confeccionar el certificado de origen. Al igual que los certificados fitosanitarios, existen protocolos a seguir y cada destino posee un formato en particular de certificado. Los certificados tienen por objeto acceder a rebajas arancelarias al ingresar a su destino. Estos deben presentarse en la aduana del país importador para poder acogerse a tal beneficio. Los organismos que se encargan de fiscalizar y aprobar tales certificados son la Asociación de Exportadores (ASOEX), Cámara Nacional de Comercio y Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON). Estos organismos solicitan para la aprobación del certificado de origen una serie de documentos, según corresponda el destino de la mercancía y el certificado presentado, con el fin de comprobar que los datos especificados en los certificados sean fidedignos. Por ejemplo, en Certificado de Origen a Europa (EUR 1), se especifica el nombre y dirección tanto de exportador como de importador, el código arancelario de las mercancías, los puertos de embarque y descarga, y el país de destino final. También debe especificarse los kilos brutos, el nombre de la mercadería y si el exportador lo solicita los números de contenedor que amparan dicho certificado. Los Organismos controladores, requieren para la aprobación de este certificado en particular (EUR 1) que se adjunte a los certificados BL<sup>10</sup>, Factura Comercial, DUS<sup>11</sup>, Solicitud de Emisión de

---

<sup>10</sup> Término que se utiliza para hacer referencia al Bill of Lading. Éste es un documento que emite la compañía naviera y que acredita la posesión de la mercancía.

Certificados Fitosanitario y un CNC<sup>12</sup>. Así como en este caso (Certificado EUR1), cada certificado debe cumplir con ciertos protocolos al ser presentados en las entidades reguladoras.

Otro tipo de certificados de orígenes confeccionados durante el periodo que duró la práctica profesional, fueron los autocertificados. Estos certificados, son confeccionados por el exportador y/o productor de la carga, y expresan que la mercancía cumple con los requisitos establecidos según el acuerdo correspondiente al país de destino. Para este caso, se trabajaba en representación del exportador, y no necesitan de un organismo para ser visados y aprobados. Un caso de Autocertificado realizado fue para carga con destino a Estados Unidos, Centro América, México entre otros.

❖ Monitoreo y Gestión de la Cadena Logística y Documental.

Desde que la carga sale de las bodegas, hasta que la mercadería llega a destino, se debe monitorear cada etapa y cada proceso que ésta sigue. En una primera instancia se debe monitorear que el transporte terrestre estuviera coordinado hasta ZEAL, para posteriormente embarcar la mercadería. Es muy importante manejar los tiempos del transporte terrestre, marítimo y los tiempos de los diversos organismos en la recepción y entrega de la documentación. En muchos casos se debe gestionar una rápida entrega de

---

<sup>11</sup> Documento Único de Salida. Este documento pretende presentar la mercancía ante el Servicio Nacional de Aduanas para su exportación. En él se detalla la mercancía, comprador, productor, medio de transporte y destino.

<sup>12</sup> Documento que se presenta a la Cámara Nacional de Comercio y que especifica el Código de las Mercancías y el Rut del exportador, con el fin de corroborar que los datos declarados en facturas, BL y DUS sean fidedignos.

los documentos, ya que los altos volúmenes embarcados por los distintos exportadores dificultan a los diferentes organismos cumplir con sus plazos estipulados, ejemplo de ello ocurre constantemente con las compañías navieras. Las compañías navieras emiten en promedio el Bill of Lading dos días después del zarpe de la nave, pero en muchos casos ocurre que pasa incluso una semana y el BL no es emitido. También es muy importante supervisar que todos los documentos entregados a los distintos organismos como el SAG, La Cámara de Comercio y los Navieros, retornen correctamente visados y en los plazos estipulados. Esta tarea es sumamente compleja cuando se maneja una amplia cartera de clientes con distintos destinos, distintas naves y distintas compañías navieras. También se debe coordinar con el cliente el envío de los documentos para cumplir lo más rápido posible con los procesos establecidos, por ejemplo, el cliente debe enviar la factura comercial para poder presentar el certificado de origen. Este documento que es confeccionado por el exportador también debe revisarse, ya que en muchos casos las facturas están emitidas de manera errónea y esto significa el rechazo del certificado de origen.

Otro seguimiento muy importante es el del despacho de los documentos al extranjero. El despacho de documentos es el proceso donde se materializa el envío de documentos al receptor.

Una vez cumplidos todos los protocolos, los documentos deben ser enviados al receptor de la carga en el extranjero. Para esto, se trabaja con un servicio que presta DHL<sup>13</sup>, encargándose de enviar la documentación al destino de las mercancías. En muchos

---

<sup>13</sup> Empresa que presta servicios de correspondencia. Su sigla se debe a los apellidos de sus fundadores; Dalsey, Hillblom y Lynn.

casos se solicita por parte del cliente retener los sobres con los documentos porque el importador aún no paga lo estipulado por la carga. Frente a estos casos debemos informar a DHL que no entreguen la documentación hasta que se cumpla con lo establecido previamente.

❖ Remisión de Certificados.

En los negocios internacionales es muy común que se realicen ventas triangulares. Una venta triangular es aquella en la que el comprador de la mercancía revende ésta a otro actor, pasando así los productos de una contraparte a otra. En estas situaciones el cliente informa que el receptor o comprador ha cambiado, siendo ahora el dueño de la mercancía una persona completamente distinta, por lo que se debe cambiar la documentación. Frente a esto, se deben reemitir los certificados de orígenes, fitosanitarios y debe solicitarse a la compañía naviera el cambio del BL. Para que una naviera entregue un BL nuevamente, exige que se les devuelva la emisión antigua, tarea que se dificulta de sobremanera cuando los documentos ya han sido despachados, por lo que se debe gestionar el retorno de los documentos con DHL.

### 1.2.2.- Razones que Impulsan el Tema a Desarrollar.

Se piensa que en los últimos años el nivel de competencia entre los distintos profesionales crece día a día. Cada vez cuesta más conseguir trabajo producto de la sobrepoblación de profesionales de diversas áreas y pareciera que los niveles de renta fueran cada vez más bajos. Esto lo afirma un artículo publicado por radio La Primerísima a raíz de un informe emitido por la Universidad de Chile, quien dice que *“Miles de jóvenes recién egresados de universidades chilenas terminan trabajando en áreas ajenas a su formación o están desempleados, fenómeno calificado aquí de cesantía ilustrada”*.<sup>14</sup>

Por esto se hace fundamental buscar alternativas para el desarrollo tanto profesional como personal. El empleo y las posibilidades de desarrollo es un tema social de mucha importancia y al parecer poco abordado. El desempleo y la dificultad de encontrar oportunidades es un tema que no sólo aqueja a los jóvenes profesionales, sino que también es materia relevante para la gente de escasos recursos y poca formación académica que día a día lucha por mejores oportunidades y un mejor empleo.

Para los jóvenes que recién incursionan en el mundo laboral es muy importante satisfacer necesidades tanto económicas como de aprendizaje. Se piensa que a través de alternativas al empleo como lo es el emprender, les ayudará a desarrollarse como profesionales, a adquirir más conocimientos, poner en práctica lo que por muchos años

---

<sup>14</sup> Radio La Primerísima. Aumenta el desempleo de jóvenes profesionales en Chile, <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias/alba/96875>. Noticias. 17.08.2011. 19:37 P.M.

se ha estudiado y a obtener una experiencia que sólo se obtendrá con el hecho de comenzar un nuevo negocio.

El emprender brinda la posibilidad de hacer lo que más nos gusta, de cumplir ideales de superación, cumplir con expectativas y aprender de los aciertos y las derrotas que se experimentarán en el camino de un emprendimiento comercial.

Este tema es la principal motivación de la investigación que se desarrollará más adelante, ya que se abordará el emprendimiento analizando su situación actual con el objeto de obtener una radiografía de lo que sucede en Chile en esta materia. ¿Es factible emprender? Es una inquietud que se espera resolver en el desarrollo del presente informe.

## **CAPÍTULO II : DESARROLLO DEL TEMA**

Tema: Análisis de la realidad del Emprendimiento en Chile, aplicado al caso de la comercialización de chatarra.

2.1.- Objetivos generales y específicos del tema a investigar.

Objetivo General: Analizar el escenario actual del emprendedor en Chile considerando su evolución, situación actual y otros aspectos relacionados con la actividad emprendedora.

Objetivos Específicos:

- ❖ Investigar la evolución del emprendimiento en Chile entre los años 2011-2010-2009-2008.
- ❖ Mostrar la Factibilidad de emprender en Chile.
- ❖ Ejemplificar una idea de emprendimiento a través de un caso práctico: El mercado de la Chatarra.

## 2.2.- Marco teórico.

Desde que nacemos estamos predestinados a seguir cierto patrón, a desarrollarnos y establecer en nuestro camino ciertas directrices que de una u otra manera dan forma a nuestra vida. Las personas están insertas bajo un sistema que las impulsa a tomar decisiones que son comunes para un universo en general. Nacen, se educan, se convierten en profesionales o bien en trabajadores, forman familia, vienen los hijos y la historia se repite. Las personas se esfuerzan durante toda la vida en lograr objetivos, y para muchos el éxito pasa por un equilibrio entre tener buena salud, una familia bien constituida y un buen trabajo. Nos preparamos desde pequeños para luego, cuando somos jóvenes, invertir tiempo y dinero en obtener una carrera universitaria que nos sirva de herramienta para obtener el trabajo perfecto y la estabilidad que éste dará a nuestras vidas. Pero, ¿Qué pasa cuando las cosas no resultan como se piensan? o que, ¿a pesar de tener un buen título no podemos conseguir trabajo? ¿Simplemente se tienen aspiraciones distintas al resto de las personas? ¿Queremos trabajar en lo que estudiamos, ser nosotros mismos los creadores de ese trabajo al que muchos aspiramos? ¿Qué pasa cuando estamos llenos de ideas y queremos crear? y ¿Hemos visto soluciones a necesidades que el común de las personas no ven?

Muchas personas son capaces de visualizar oportunidades que el común de las personas no ven. Piensan en soluciones, no en problemas. Piensan en beneficios, en satisfacciones, persiguen objetivos creativamente. Son capaces de crear, de innovar.

A muchas personas estas interrogantes e inquietudes como las planteadas anteriormente se les presentan durante la vida. Muchas optan por seguir buscando esa estabilidad laboral que la sociedad impone y otros optan por hacer algo al respecto. Ese “algo” se llama emprender.

#### A.- Entendiendo al emprendimiento.

Durante los años el emprendimiento ha sido materia de numerosos estudios. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) concibe al emprendimiento como un proceso y un “fenómeno complejo que se extiende a una variedad de contextos”.<sup>15</sup> Pues entendemos que un emprendimiento no sólo trata materia de negocios, la creación de alguna empresa, sino que esta presente en diversos campos pudiendo existir emprendimientos en materia de salud, educación, ciencia, entre otros, siendo fundamental para la sociedad contar con emprendedores que permitan avances y desarrollos a través de la gestación y creación de diversos proyectos en distintos campos.

#### El emprendedor.

El término emprendedor, “entrepreneur”, es una “palabra francesa que data del siglo XVII, se traduce literalmente como mediador. Originalmente se refería a los hombres que organizaban y dirigían exploraciones, expediciones y maniobras militares.”<sup>16</sup>

A pesar que este término fue elaborado con el propósito de definir a un hombre de guerra, tiene mucha similitud y mucho en común con el hombre de negocios ya que

---

<sup>15</sup> Amoros José Ernesto. Poblete Cazenave Carlos. Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2010, Universidad del Desarrollo. 2010. Pág. 11

<sup>16</sup> Hatten, T.S. Small Business: Entrepreneurship and Beyond. Editorial Prentice Hall. 1997. pag. 31.

ambos son personas que buscan obtener, experimentar y realizar cosas nuevas. El emprendedor es una persona que está en constantes exploraciones y en busca de soluciones, creando cosas nuevas y evaluando la factibilidad de hacerlas posibles.

Durante los años el término Emprendedor ha ido evolucionando y adquiriendo nuevos rasgos. Para Richard Cantillón, economista del siglo XVIII, el emprendedor es “*un hombre racional por excelencia, que actuaba en una sociedad mercantil donde la competencia y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones.*”<sup>17</sup>. Un emprendedor esta constantemente evaluando las posibilidades generar ganancias. Siempre se muestra atento y considera la mayor cantidad de factores antes de tomar una decisión. Es un hombre precavido, que cuida muy bien sus intereses y analiza la información distintamente del resto. Para el emprendedor conocer el entorno en que se rodea es trascendental ya que le permitirá anticiparse a los hechos, realizar pronósticos y generar ideas, por cuanto el éxito que pueda tener al momento de iniciar un nuevo negocio dependerá de la concepción de los distintos factores que éste tenga.

Alfred Marshall identifica al emprendedor como “*un trabajador superior*”<sup>18</sup> apuntando a las habilidades de liderazgo y a la capacidad de organización que tiene éste. Desde esta perspectiva, apuntando a las características personales e individuales, “*este tipo de personas por lo regular son impulsadas por ciertas fuerzas, como la necesidad de*

---

<sup>17</sup> Rodríguez Alfonso. Nuevas Perspectivas para Entender el Emprendimiento Empresarial. Artículos Académicos. Pensamiento y Gestión N° 26. Universidad del Norte (Colombia). 2009. pág. 97.

<sup>18</sup> Rodríguez Alfonso. Nuevas Perspectivas para Entender el Emprendimiento Empresarial. Artículos Académicos. Pensamiento y Gestión N° 26. Universidad del Norte (Colombia). 2009. pág. 100.

*obtener o lograr algo, de experimentar, de realizar o quizás de librarse de la autoridad de otros.”<sup>19</sup>.*

En definitiva el emprendedor es una persona que asume riesgos, que se atreve a hacer cosas nuevas, que evalúa diversos factores antes de realizarlas y que siempre se encuentra atento a cualquier cambio en el entorno. Es una persona que va más allá de las cosas y que es capaz de visualizar soluciones y llevarlas a cabo producto de su buena capacidad de organización y de su liderazgo, siempre muy característicos de él.

#### B.- Características del Emprendedor.

Todos los emprendedores tienen rasgos y patrones que son comunes. Muchos autores han identificado ciertas características que forman parte de la personalidad de aquellas personas que son emprendedoras. Esas características las podemos resumir en los siguientes puntos:

- ❖ Autoestima y confianza en si mismos, en sus habilidades, en su capacidad para tener éxito.
- ❖ Pensamiento positivo, tienden a tener una buena concepción de las cosas, los fracasos son enseñanzas y de los errores se aprende.
- ❖ Perseverancia, si fallan o las cosas no resultan persisten hasta cumplir sus objetivos. Evalúan las distintas maneras de lograr lo que se han propuesto.

---

<sup>19</sup> Hisrich R.D. y Peters M.P. Entrepreneurship. 5a edición. Editorial McGraw-Hill. 2002. pág. 10.

- ❖ Tolerancia al riesgo, tienen la capacidad de manejarse en situaciones de incertidumbre. Saben que incluso de los fracasos se obtienen beneficios. Suelen manejar muy bien el estrés.
- ❖ Enérgicos, son personas comprometidas, con mucha vitalidad y con muchas ganas de descubrir y crear.
- ❖ Iniciativa, son capaces de atreverse y tienen la convicción de que harán las cosas bien.
- ❖ Liderazgo, son capaces de conducir eficientemente recursos y capital humano en busca de un objetivo.

#### C.- Razones para Emprender.

Las personas durante su vida se enfrentan a distintas situaciones ya sean acontecimientos positivos o negativos. Muchas personas son las que se ven involucradas en un despido, les cuesta encontrar trabajo, o bien detectan alguna oportunidad que puede ser provechosa para ellos. Todo proceso que involucre la creación de un nuevo negocio tiene un inicio, ya sea perseguir un sueño o satisfacer una necesidad. Todos quienes emprenden lo hacen porque tienen una mentalidad empresarial.

Olmos indica que:

..... *“Algunas de las razones porque la gente se hace emprendedora son las siguientes:*

- ❖ *No quiero seguir recibiendo órdenes de mi jefe.*
- ❖ *Me gustaría ganar más dinero.*

❖ *Me despidieron y ahora tengo que hacer algo por mi cuenta.* <sup>20</sup>

En conclusión, Olmos plantea que las personas se hacen emprendedoras por necesidad, anhelan libertad laboral y mayores ingresos. Estas razones son sumamente importantes, sin embargo, son motivos externos que condicionan la decisión de emprender. El deseo de emprender debe estar relacionado con las ganas de crear, mejorar, realizar ciertas cosas y obtener logros. Tener una buena idea es fundamental. Emprender por obligación, porque me quede sin trabajo, suele no tener buenos resultados. Lo más importante al decidir emprender es que tenemos que tener muy claro donde queremos llegar.

Todo emprendimiento debe tener una finalidad. Durante los años muchos emprendedores fueron capaces de detectar problemas, oportunidades de negocios y falencias que los llevaron a desarrollar ideas con el objeto de satisfacer necesidades, contribuir a la sociedad y generar ganancias propias gracias a la mentalidad empresarial que los emprendedores poseen. Otros, haciendo uso de su gran imaginación, fueron capaces de desarrollar proyectos innovadores que los llevaron a convertirse en importantes empresarios.

---

<sup>20</sup> Olmos Jorge. Tu potencial emprendedor. Editorial Pearson. Primera Edición. México. 2007. Pág. 5.

#### D.- Grandes Emprendedores.

Walt Disney<sup>21</sup> ha sido considerado como un gran emprendedor. Hombre que desde pequeño tuvo una gran imaginación y gran habilidad para pintar y desarrollar caricaturas. Haciendo uso de sus habilidades, trabajo como publicista y luego de un despido decide dedicarse a lo que le apasionaba, las caricaturas. Luego vino el éxito. Disney se convirtió en uno de los dibujantes mas importantes de la historia, logrando desarrollar personajes que han trascendido durante muchos años como lo es el ratón “Mickey” y “Alicia en el país de las maravillas”. Así fue como Walt Disney haciendo uso de su gran pasión por el dibujo se convirtió en un gran dibujante y empresario. Otros en cambio, fueron capaces de desarrollar nuevas tecnologías que permitieran una mejor calidad de vida a las personas, como lo hizo Henry Ford<sup>22</sup> al producir el primer automóvil. Ford desde pequeño tuvo una gran atracción por las maquinarias y sus primeros juguetes fueron herramientas, por lo que cuando creció estudio mecánica y al igual que Disney se dedico a desarrollar su gran pasión. Ambos emprendedores fueron capaces de desarrollar un negocio a raíz de sus gustos y preferencias.

En Chile, algunas personas han decidido desarrollar ideas de negocios a través de productos innovadores. Han sido capaces de visualizar oportunidades y han sabido interpretar correctamente las señales que les entrega el entorno utilizando eficientemente los recursos se que encuentran disponibles, siendo algunos muy poco atractivos

---

<sup>21</sup> Biografías y Vidas. Historia de Walt Disney. [www.biografiasyvidas.com](http://www.biografiasyvidas.com). 20.08.2012. 22.30 PM.

<sup>22</sup> Biografías y Vidas. Historia de Henry Ford. [www.biografiasyvidas.com](http://www.biografiasyvidas.com). 20.08.2012. 2250. PM.

para el común de la gente, como lo es la chatarra. Y es aquí donde nace el emprendedor, visualizando un negocio en algo que para la sociedad constituye un desecho.

E.- Elemento práctico a considerar en la Investigación.

Chatarra.

Según “La real Academia Española”, chatarra es:

1. *Escoria que deja el mineral de hierro.*
2. *Conjunto de trozos de metal viejo o de desecho, especialmente el hierro<sup>23</sup>.*

Por tanto, se entiende que la chatarra es un desperdicio, un material que esta susceptible de utilización y que constituye un elemento a ser considerado para eliminación. Sin embargo, dada la gran cantidad de desperdicios que a diario las personas desechan en todas partes del mundo, contaminando constantemente, es que se ha hecho necesario reciclar y reutilizar muchos de los objetos y artículos que suelen ser tirados a la basura, siendo esto, una oportunidad para muchos emprendedores que han visto en los desechos una oportunidad de negocio. En este caso hablaremos de la chatarra entendiendo que son todos aquellos artículos o trozos de fierro que ya no son útiles para su uso diario.

Países como Vietnam y China son grandes consumidores de chatarra ya que han visualizado en ella una oportunidad de abaratar sus costos de producción y contribuir a mejorar el medio ambiente, por lo que para muchos emprendedores se han visto muy motivados a generar negocios convirtiéndose en proveedores de este tipo de desechos.

---

<sup>23</sup> Real Academia Española. Buscador.[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=chatarra](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=chatarra), 18.05.2012. 09:50 AM.

### 2.2.1.- Metodología de la Investigación

El principal objetivo de la investigación pretende concebir un escenario general y analizar la realidad actual del emprendimiento en Chile.

Se procederá a una búsqueda documental con el objeto de recopilar y analizar datos provenientes de:

- ❖ Publicaciones en revistas especializadas de emprendimiento, economía y negocios.
- ❖ Estudios de gobierno, universidades y organismos especializados en el tema.
- ❖ Libros y páginas de Internet, entre otros.

También se procederá a realizar entrevistas con el objeto de conocer de fuente primaria la experiencia concreta de personas que han realizado algún emprendimiento comercial en Chile, a modo de analizar sus casos pudiendo extraer conclusiones de ellos.

Se investigará el mercado de la chatarra con miras a la exportación, determinando sus posibles destinos a través de información y estadísticas de organismos gubernamentales y se entrevistarán a personas relacionadas con la operatividad de este tipo de negocios.

### 2.3.- **Desarrollo de la investigación.**

Para toda nación, contar con emprendedores y emprendimientos es muy importante. Gracias a los nuevos negocios y el surgimiento de nuevas empresas el país puede contar con un aumento en la cantidad de puestos de trabajo y el ingreso de quienes emprenden mejora, por lo que contar con gente con iniciativa y ganas de crear nuevos negocios se vuelve un elemento clave para contribuir al desarrollo y al crecimiento económico. Además, se piensa que pese al resultado del emprendedor, ya sea éxito o fracaso, contribuye al crecimiento profesional ya que al emprender se está en constante aprendizaje. En síntesis, para toda nación es muy importante contar con personas que posean una actitud emprendedora y sean capaces de llevar a cabo sus proyectos. Entonces bien.... ¿Cómo es el Emprendedor Chileno?

#### A.- Características del Emprendedor Chileno.

Según el estudio de Global Entrepreneurship Monitor del año 2011-2012, “*Las características del emprendedor en Chile*”<sup>24</sup> son:

- ❖ Quienes emprenden por primera vez el 55,6 % son hombres y el 44,4% son mujeres. De los emprendedores establecidos el 66,7% son hombres y el 33,3% son mujeres.
- ❖ La edad de los emprendedores chilenos en promedio es de 37 años.

---

<sup>24</sup> Amoros José Ernesto. Poblete Cazenabe Carlos. Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2011. Universidad del Desarrollo. 2011 Pág. 12.

- ❖ Más de la mitad de los emprendedores lo hicieron por haber identificado una oportunidad de negocio. El resto lo hizo por necesidad.
- ❖ El 62 % de los emprendedores tiene mayor nivel educativo que el obligatorio.
- ❖ El 45% de los emprendedores tiene algún cliente en el extranjero.
- ❖ El 78,4 % de los emprendedores establecidos y el 56,3% de los emprendedores iniciales no utilizan nuevas tecnologías en sus productos.
- ❖ Más del 50% de los emprendedores se encuentran en el mercado de servicios.
- ❖ El 69 % de los emprendedores establecidos se declara auto empleado mientras que de los emprendedores iniciales sólo el 40,6%.
- ❖ Cerca del 50% de los emprendedores planea contratar de 1 a 5 empleados en los próximos 5 años.

Por tanto, podemos decir que el emprendedor chileno es una persona madura, con varios años de experiencia profesional y/o laboral donde muchos seguramente lograron visualizar una oportunidad de negocio y decidieron llevarla a cabo. Los emprendedores establecidos se consideran autoempleados mostrando un alto grado de compromiso hacia sus negocios. Sin embargo, las nuevas generaciones y los emprendedores en etapas iniciales no muestran el mismo grado de compromiso hacia sus emprendimientos. Se piensa que esto se debe a que en los últimos años nuestro país ha mostrado notables avances en materia de educación volviéndose ésta mucho mas accesible, por lo que cada día contamos con un mayor número de profesionales y muchos de ellos deciden emprender paralelamente a su trabajo, a diferencia de hace un tiempo atrás donde la

gente decidía emprender y generar algún tipo de negocio con el objeto de reemplazar su trabajo y dedicarse únicamente a ello.

El emprendedor chileno está muy conciente de su entorno. Ha sabido aprovechar las oportunidades que nuestro país ofrece en materia comercial orientando muchos de sus productos y negocios hacia el exterior, buscando clientes en el extranjero con el objeto de sacar ventaja a la infinidad de acuerdos comerciales que posee nuestro país con otras naciones, pudiendo entonces decir que el emprendedor chileno tiene una mentalidad internacional al momento de realizar transacciones. Prueba de ello es la gran cantidad de carreras universitarias que se han generado con orientación a los negocios internacionales y la alta demanda que éstas han tenido.

Podemos mencionar también que el emprendedor nacional emplea tecnología sencilla en sus procesos y en la fabricación de sus productos, siendo conservadores restringiéndose de invertir en tecnología de punta.

#### B.- Percepción del chileno respecto a la actividad emprendedora.

La existencia de actividad emprendedora está íntimamente ligada a la percepción que las personas poseen respecto a las oportunidades, a su entorno y a la situación país que se está viviendo en ese momento. Es muy importante que el escenario en que se encuentra nuestro país brinde la seguridad necesaria para decidir invertir en un momento determinado, seguridad que se encuentra relacionada con una economía sólida, con bajas tasas de desempleo, con altos índices de consumo, con altas tasas de inversión

entre otras. También afectará en la decisión de invertir la complejidad legal para constituir una empresa, las fuentes de financiamiento que se encuentran disponibles al momento de emprender, las características y percepciones que tiene la población respecto a los nuevos negocios y a la opción de emprender como una forma de desarrollo atractiva y deseable. En síntesis, son muchos los factores que condicionan la mente del posible emprendedor y gatillan la decisión de invertir y decidirse a crear un nuevo negocio.

Las percepciones de dichos factores han ido cambiando durante los últimos años. Para cuantificar dichas percepciones, Global Entrepreneurship Monitor realizó una encuesta a un universo de 2000 adultos entre 18 y 64 años en los años 2008, 2009, 2010 y 2011 respecto a la apreciación que tiene el ciudadano chileno en relación a la actividad emprendedora en donde se les consultó acerca de la percepción de oportunidades existentes para emprender, percepción de capacidades para emprender, miedo al fracaso, intención de emprender un nuevo negocio, se les consultó además si consideran al emprendimiento como carrera deseable y sobre la atención de los medios de comunicación respecto al emprendimiento. Dicha encuesta arrojó los siguientes datos resumidos en la tabla presentada a continuación.

Tabla N° 1: Percepción del chileno respecto a la actividad emprendedora.

<b>Año</b>	<b>Percepción de oportunidades.</b>	<b>Percepción de Capacidades.</b>	<b>Miedo al Fracaso.</b>	<b>Intención de Emprender.</b>	<b>Emprendimiento como opción de carrera deseable.</b>	<b>Atención de los medios de comunicación al Emprendimiento.</b>
2008	30 %	54%	34%	29%	80%	44%
2009	52%	66%	23%	35%	87%	47%
2010	65%	65,6%	22,1%	38,3%	87,4%	45,7%
2011	57%	62%	27%	46%	73%	65%

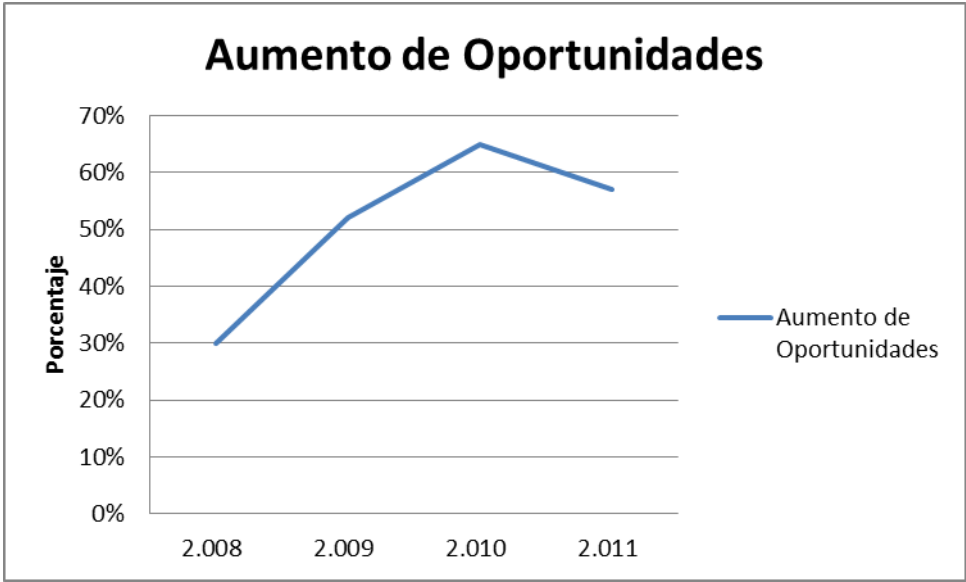
Fuente: Elaboración Propia a partir de reportes nacionales de Chile emitidos los años 2008, 2009, 2010 y 2011 por Global Entrepreneurship Monitor.

Como lo muestra la tabla N° 1, las percepciones del chileno respecto al emprendimiento han mejorado considerablemente en los últimos cuatro años. La visión y percepción que tiene el ciudadano respecto a la posibilidad de iniciar un nuevo negocio es mucho más favorable que hace 4 años atrás.

### B.1 Percepción de Oportunidades

De la población encuestada el año 2011 por GEM, el 57% de las personas considera que existen buenas oportunidades y un entorno favorable para emprender. Dicha percepción ha mejorado durante estos últimos años, ya que el año 2008 tan solo el 30% de los encuestados consideraba que existía un entorno favorable para emprender.

Gráfico N° 1: Percepción de Oportunidades en los últimos 4 años.

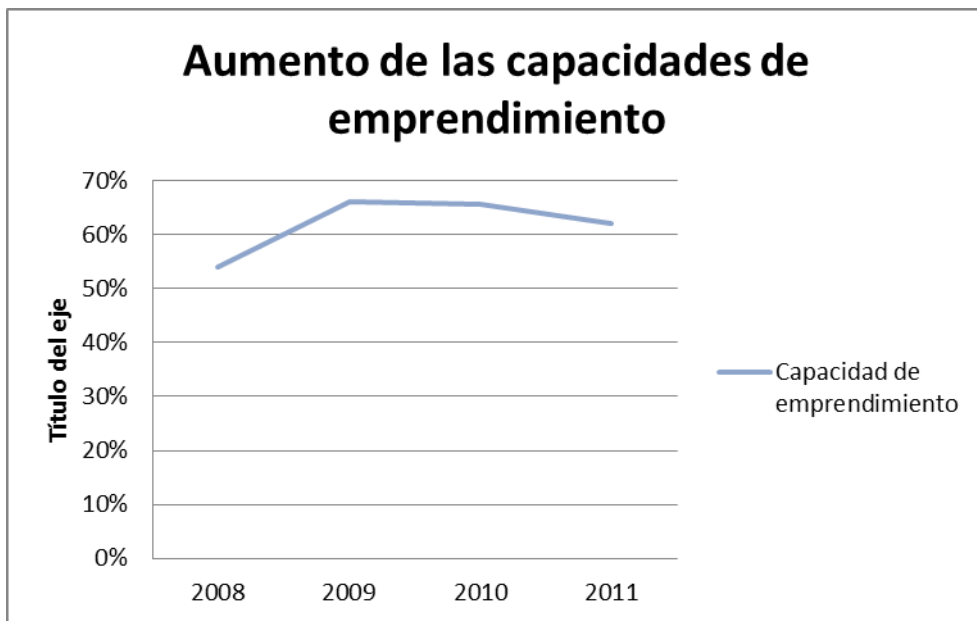


Fuente: Elaboración Propia a partir de reportes nacionales de Chile emitidos los años 2008, 2009, 2010 y 2011 por Global Entrepreneurship Monitor.

B.2 Percepción de Capacidades.

Según los datos proporcionados en la encuesta al consultarle al público respecto a la pregunta ¿Considera usted que tiene capacidades para emprender? Más del 50% de los encuestados consideraron tener capacidades para iniciar un nuevo negocio. Dicha percepción aumento considerablemente entre el año 2008 y 2009, teniendo en los años posteriores una mínima variación en la percepción de la población, tal como puede apreciarse en el gráfico N° 2.

Gráfico N° 2: Percepción de las capacidades del ciudadano chileno respecto al emprendimiento en los últimos 4 años.

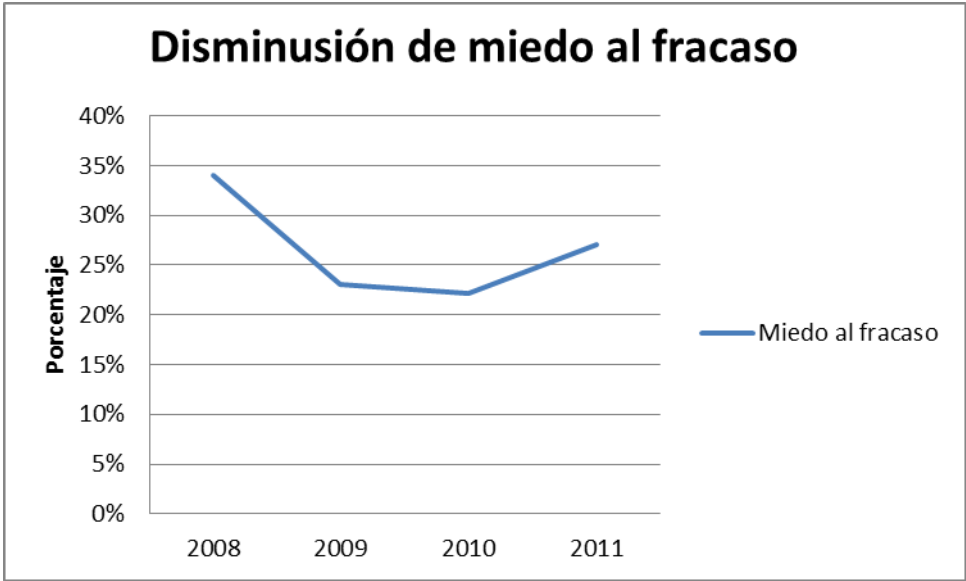


Fuente: Elaboración Propia a partir de reportes nacionales de Chile emitidos los años 2008, 2009, 2010 y 2011 por Global Entrepreneurship Monitor.

### B.3 Miedo al Fracaso.

La posibilidad de fracasar es un elemento que se encuentra siempre latente en quienes emprenden o piensan en hacerlo. Al consultarles a las personas encuestadas respecto al fracaso, mostraron en su mayoría no temer fracasar al iniciar un nuevo negocio; una respuesta sumamente favorable al tratarse de posibles emprendedores. En el año 2008 el 34% de los encuestados declaró temer fracasar al momento de emprender mientras en los años posteriores el porcentaje de personas que temen al fracaso ha disminuido, a excepción de este último año que aumentó un par de puntos tal como lo muestra el gráfico N° 3.

Gráfico N° 3: Miedo a Fracasar de las personas en los últimos 4 años.

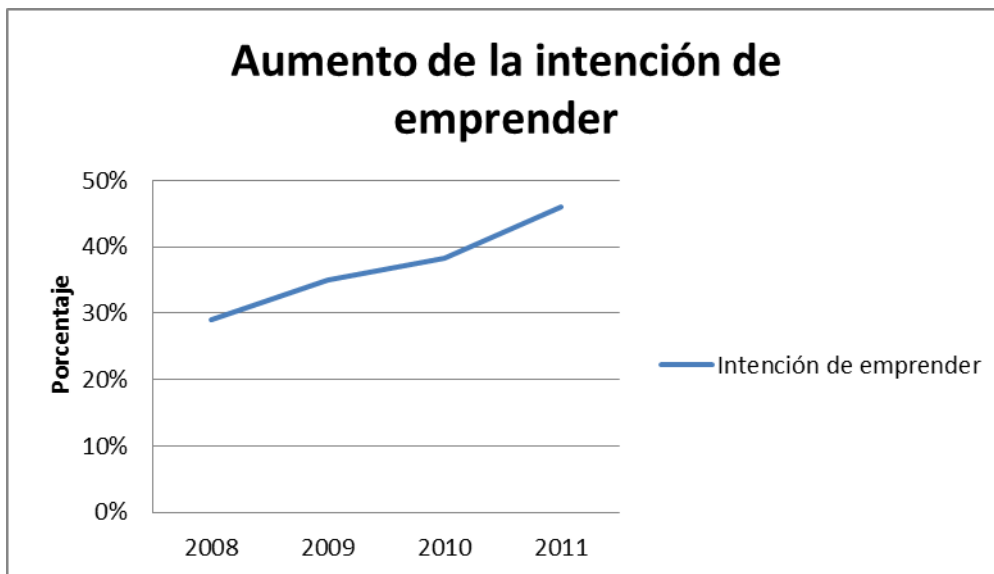


Fuente: Elaboración Propia a partir de reportes nacionales de Chile emitidos los años 2008, 2009, 2010 y 2011 por Global Entrepreneurship Monitor.

**B.4 Intención de Emprender.**

Como se ha reflejado en los gráficos anteriores, la percepción respecto a diferentes campos relacionados al emprendimiento ha mejorado considerablemente entre los años 2008 y 2011, lo que ha llevado también a mejorar la percepción que se tiene respecto a la posibilidad de iniciar un nuevo negocio. En el año 2008 el 29% de los encuestados declaró tener una intención de iniciar algún tipo de emprendimiento, mientras que el año 2011 el 46 % de los encuestados piensan en la posibilidad de iniciar un nuevo negocio, intención que ha ido en un aumento constante tal como lo muestra el gráfico N° 4.

Gráfico N° 4: Percepción del Chileno respecto a la intención de emprender entre los años 2008 y 2011.

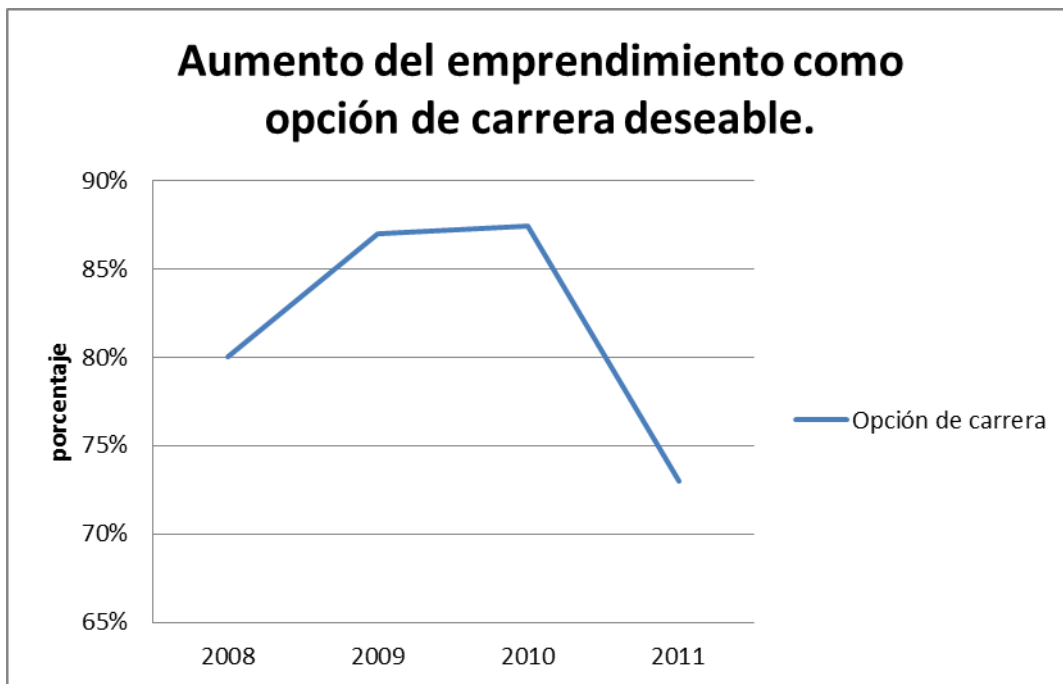


Fuente: Elaboración Propia a partir de reportes nacionales de Chile emitidos los años 2008, 2009, 2010 y 2011 por Global Entrepreneurship Monitor.

### B.5 Emprendimiento como opción de carrera deseable.

La posibilidad de emprender y desarrollarse como empresario es una opción que ha sido considerada por muchas personas como una manera de desenvolverse. Los encuestados manifestaron una gran afinidad hacia el emprendimiento como opción de carrera, sin embargo el año 2011 la percepción de las personas disminuyó más de un 10% como puede apreciarse en el gráfico N° 5.

Gráfico N° 5: Emprendimiento como opción de carrera deseable entre los años 2008 y 2011.



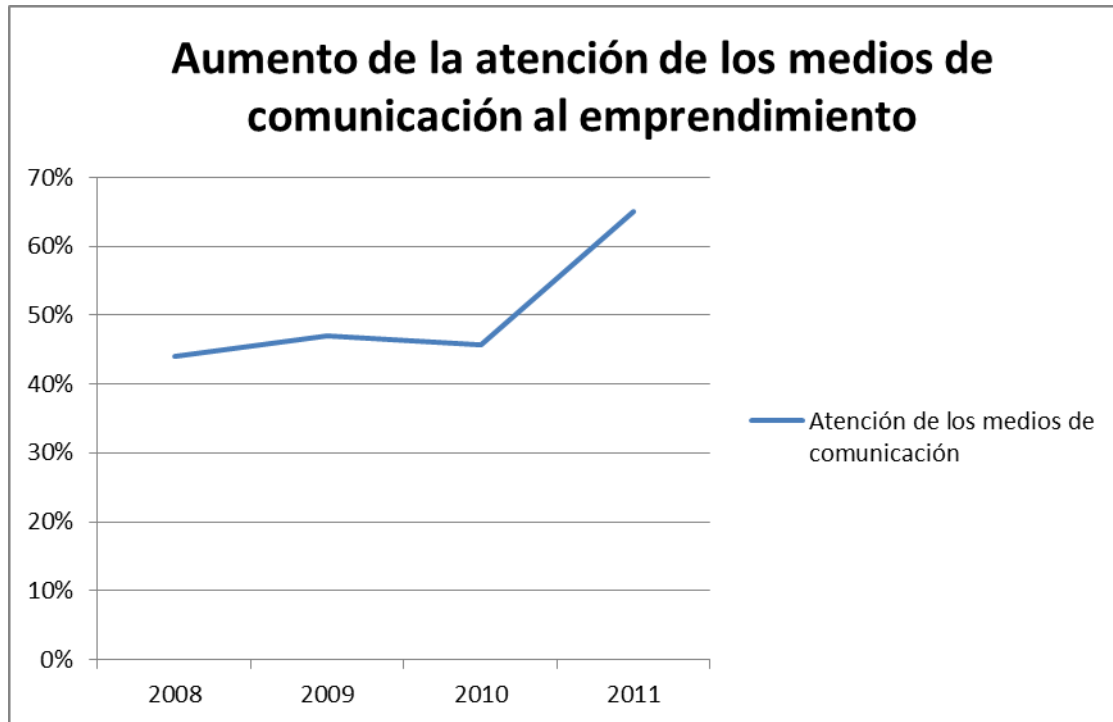
Fuente: Elaboración Propia a partir de reportes nacionales de Chile emitidos los años 2008, 2009, 2010 y 2011 por Global Entrepreneurship Monitor.

#### B.6 Atención de los medios de comunicación al emprendimiento.

La atención que brindan los medios de comunicación en materia de emprendimiento es fundamental al momento de generar una mentalidad emprendedora en la sociedad. Es muy importante que los medios brinden información respecto a las distintas ayudas existentes al momento de querer iniciar un negocio. Además se vuelve fundamental para desarrollar el deseo de emprender conocer casos relacionados al éxito de las personas que emprendieron y se convirtieron en empresarios.

Al consultarle a los encuestados respecto a la cobertura que brindan los medios de comunicación a las materias relacionadas con el emprendimiento, el 65% de las personas manifestó que los medios otorgan información relacionada a emprender. Según la percepción de de los encuestados a través de esta pregunta en los años 2008, 2009, 2010 y 2011, podemos visualizar en el gráfico N° 6 que con el paso del tiempo los medios han ampliado la cobertura de materias relacionadas a emprender.

Gráfico N° 6: Cobertura de los medios de comunicación al emprendimiento entre los años 2008 y 2011.



Fuente: Elaboración Propia a partir de reportes nacionales de Chile emitidos los años 2008, 2009, 2010 y 2011 por Global Entrepreneurship Monitor.

En síntesis, se puede decir que la población chilena muestra una percepción muy positiva al ser consultadas por factores que influyen al momento de decidir en invertir. Se perciben buenas oportunidades, las personas confían en sus capacidades y temen poco a fracasar, visualizan mayor información en materias relacionadas a emprender en comparación con años anteriores y consideran que convertirse en empresarios es una alternativa de desarrollo sumamente atractivo.

Ahora que se conoce la percepción respecto al emprendimiento, se abordará la realidad de la materialización de emprendimientos en la actualidad.

C.- Realidad del Emprendimiento en Chile.

Convertirse en empresario y generar un negocio propio es un anhelo que muchas personas poseen. Se conoce que los ingresos de quien posee algún tipo de negocio son considerablemente buenos. Por esta razón, muchas personas se han visto motivadas a realizar algún tipo de emprendimiento, otras han decidido emprender ya que han visualizado alguna oportunidad y otras se deciden a iniciar un negocio en que dedicarán su tiempo a algunas de sus pasiones. La realidad es que el *“7,7% de la población económicamente activa está iniciando un nuevo emprendimiento, lo que representa a número cercano a las 600.000 personas”*<sup>25</sup>. Sin embargo, esa cifra sólo constituye a los emprendedores formales. Por emprendedores formales se entenderán a aquellos que han iniciado actividades en el servicio de impuestos internos, ya que a la fecha en Chile contamos con 1.729.000 emprendimientos según SERCOTEC<sup>26</sup> (2012). Tales emprendimientos, se encuentran a distribuidos en el territorio nacional tal como puede apreciarse en la Tabla N° 2.

Tabla N° 2: Números de emprendimientos por Macrozona<sup>27</sup>.

---

<sup>25</sup> Andrade Sebastián, Fracaso en el emprendimiento ¿Desistir o perseverar?, [www.innovacion.gob.cl](http://www.innovacion.gob.cl), Emprendimiento, 20.06.2012, 15:30 P.M

<sup>26</sup> Servicio de cooperación técnica del estado de Chile que tiene por objetivo promover y apoyar iniciativas de mejoramiento de la competitividad de pequeñas y medianas empresas.

<sup>27</sup> Por macrozona SERCOTEC se refiere a la división del territorio nacional en 4 zonas geográficas, siendo estas la zona norte, centro, sur y región metropolitana.

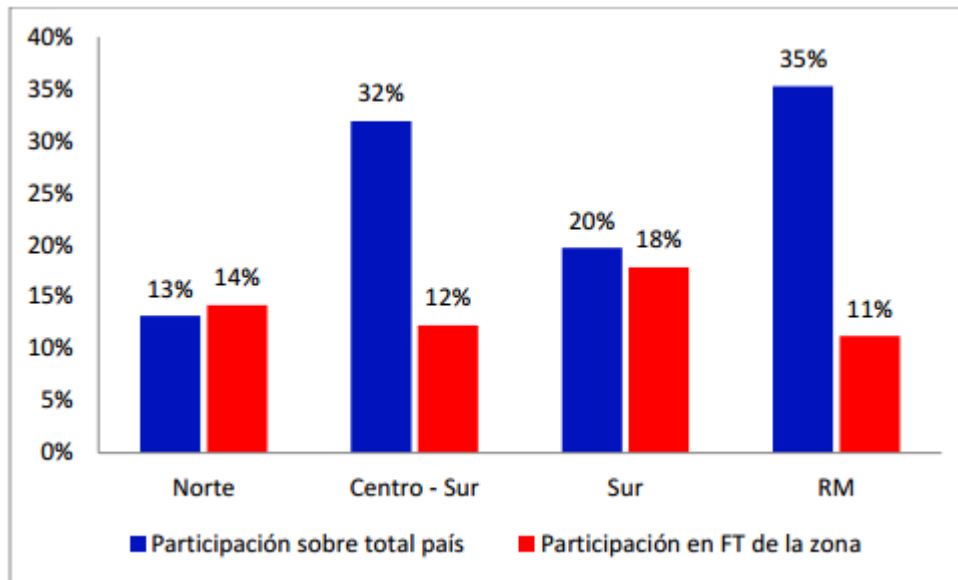
Macrozona	Total	Porcentaje de la fuerza de trabajo
Norte	227,919	14%
Centro - Sur	551,553	12%
Sur	340,972	18%
RM	609,515	11%
<b>Total</b>	<b>1,729,959</b>	<b>13%</b>

Fuente: Sercotec (2012).

Como se refleja en la tabla N° 2, la región que posee mayor cantidad de emprendimientos es la metropolitana, sin embargo, es la región que posee un menor porcentaje de emprendedores en relación a la población habitante en ella. Frente a esto, podemos mencionar que 11 de cada 100 personas es un emprendedor en dicha región mientras que en la zona sur 18 de cada 100 personas posee algún tipo de negocio. A nivel nacional tan sólo el 13 % de la fuerza de trabajo ha emprendido.

El gráfico N° 7 ilustrará de manera más clara la situación - país respecto al porcentaje de emprendedores en las principales zonas geográficas.

Gráfico N° 7: Porcentaje de emprendedores según Macrozona



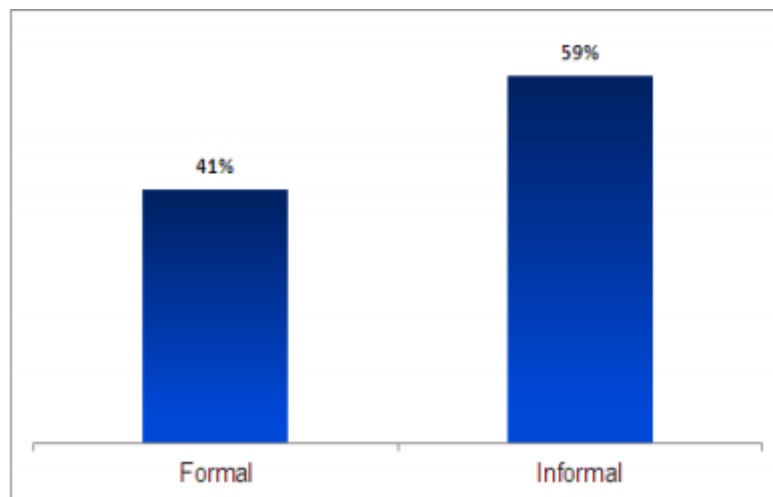
FT = Fuerza de trabajo.

Fuente: Sercotec (2012).

Como puede apreciarse en el gráfico, la zona centro y región metropolitana es donde se concentran la mayor cantidad de emprendimientos del país, sin embargo, podemos interpretar que los habitantes de las zonas extremas tienen una capacidad emprendedora mayor que el resto del territorio. Esto puede deberse a la alta cantidad de turismo existente en esas zonas produciéndose una atractiva oportunidad de generar un negocio relacionado a este rubro. Por otro lado, la economía de estas regiones es principalmente extractiva, con fuerte desarrollo en la agricultura y ganadería, lo que lleva a las distintas familias a trabajar sus propios recursos.

Como se mencionó anteriormente, en Chile contamos con emprendedores formales e informales. La mayoría de los emprendimientos en Chile son informales. Para precisar esta información, el Ministerio de Economía realizó una investigación el año 2011 donde quedó al descubierto que el 59 % de los emprendedores no han iniciado actividades en el servicio de impuestos interno, esto es alrededor de 1.001.730 emprendimientos.

Gráfico N° 8: Porcentaje de emprendedores formales e informales.



Fuente: Ministerio de Economía de Chile (2012)

Como puede apreciarse en el gráfico N° 8, un gran número de emprendedores no ha constituido legalmente su negocio ante el servicio de impuestos internos. Sin embargo, el Ministerio de Economía plantea que *190.000 “empresas estarían en condiciones de formalizarse ya que al ser encuestadas esgrimieron razones de costos, dificultad de tramitación y desconocimiento”*<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Ministerio de Economía. Estudios. El emprendedor formal e informal en Chile, [www.economia.cl](http://www.economia.cl), 20.06.2012, 18:00 P.M

Dicho antecedente deja al descubierto que existe una complejidad importante al momento de constituir una empresa, permitiendo concluir entonces que pese a la gran afinidad que presentan las personas al consultarles sobre la posibilidad de emprender, muchas de ellas posiblemente deciden no hacerlo ya que les significa un costo muy elevado versus mantener una actividad donde se desempeñen como trabajadores dependientes.

Para precisar mejor esta información, se presentará el gráfico N° 9 con información objetiva respecto a las razones de la informalidad de quienes no han iniciado actividad en el servicio de impuestos internos.

Gráfico N° 9: Razones de Informalidad de las empresas que no se encuentran constituidas legalmente.



Fuente: Ministerio de Economía de Chile (2012)

Como puede apreciarse en el gráfico, las razones de informalidad que se encuentran ovaladas constituyen un factor asociado a la complejidad legal y a la falta de información acerca del proceso de constitución de una empresa. Además queda al descubierto que la principal razón de la informalidad de las empresas existentes es que el emprendedor considera que su empresa es demasiado pequeña para constituirse legalmente. Frente a esto, se puede decir que los niveles de ingresos son demasiado bajos por lo que muchas personas optan por no generar la legalización de su negocio evitando el desembolso de lo que corresponde al proceso de constitución de una empresa. Como puede interpretarse del gráfico, el nivel de ventas es un factor fundamental ya que esta estrictamente ligado al tamaño de una organización.

Pese a que en Chile existe una alta tasa de emprendedores informales, existen muchas personas que han generado de sus ideas emprendimientos exitosos y se han convertidos en importantes empresarios.

#### C.1 Actividad emprendedora en Chile.

El emprendimiento constituye una materia de gran interés en Chile. Un porcentaje importante de personas ha decidido aventurarse en la creación de un nuevo negocio y muchas otras piensan que emprender es una buena oportunidad para crecer. La gente percibe que tiene capacidades y cree poder lograr que un emprendimiento sea exitoso. En general, la percepción del emprendimiento es sumamente favorable. La actividad emprendedora está estrictamente ligada a dichas percepciones. Se piensa que la variación

de emprendimientos por año está condicionada al crecimiento económico, demográfico y al número creciente de personas que han emprendido a lo largo de los últimos años y han servido de ejemplo a quienes han pensado en entrar al mundo empresarial.

La variación de la actividad emprendedora de los últimos 4 años ha sido la siguiente:

Tabla N° 3: Actividad emprendedora de los últimos 4 años.

AÑO	PORCENTAJE
2008	12.9 %
2009	14.9 %
2010	16.8 %
2011-12	23,7 %

Fuente: GEM (2012), Reporte Nacional de Chile

Como puede apreciarse en la tabla N° 3, la actividad emprendedora está al alza. Los emprendimientos han aumentado alrededor de un 10% en los últimos 4 años demostrando así que nuestro país esta en constante crecimiento y cada día ofrece un mejor escenario para invertir. Prueba de ello es que Chile se encuentra situado entre los 10 primeros países del mundo con mayor atracción de inversión extranjera ocupando el puesto N° 6 según el Informe Mundial de Inversión 2012 publicado por las Naciones Unidas.

## C.2 Orientación de los emprendimientos en Chile.

¿En qué invertir? Es una pregunta que muchos se realizan cuando desean iniciar un nuevo negocio. El criterio que utiliza el emprendedor radica en gustos, preferencias o tendencias del consumidor, disponibilidad de recursos, afinidad del emprendedor con el rubro (muchas personas se hacen emprendedoras porque desean dedicarse a una actividad de su agrado), entre muchos otros factores que condicionan la decisión de invertir en un negocio determinado. Sea cual sea el criterio que utilice el emprendedor, la realidad es que la mayor cantidad de emprendimientos en Chile corresponden al sector de servicios orientados al consumidor, tal como queda reflejado en la siguiente tabla N° 4:

Tabla N° 4: Distribución de emprendimientos por sector.

<b>AÑO</b>	<b>Sectores Primarios</b>	<b>Transformación</b>	<b>Servicios a negocios</b>	<b>Sectores orientados al Consumidor</b>
2008	5%	42%	8%	45%
2009	9%	25%	15%	51%
2010	4,5%	29,4%	17,09%	49,1%
2011 - 12	6,5%	26,4%	17,8%	45%

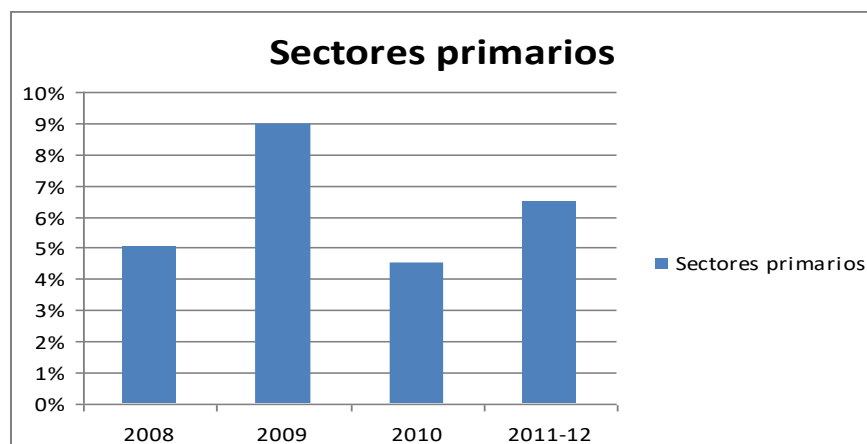
Fuente: Elaboración propia a través de datos recopilados de Informes Nacionales de Chile de los años 2008, 2009, 2010 y 2011-12.

### C.2.1 Emprendimientos en sector primario.

Emprendimientos relacionados al sector primario se entiende que son aquellos negocios que comercializan productos que provengan de la extracción de recursos, por ejemplo, la agricultura.

Chile posee una muy baja cantidad de emprendimientos desarrollados en esta área, siendo el 2009 el año con un mayor porcentaje dentro de los últimos 4, alcanzando un 9% de los emprendimientos totales ese año. Se piensa que este leve repunte en la comercialización de este tipo de productos se debió al breve recuperación del dólar mejorando el escenario para los exportadores frutícolas. En la actualidad, casi el 7% de los emprendimientos esta orientado a este tipo de actividades tal como lo muestra el gráfico N° 10.

Gráfico N° 10: Emprendimientos en sectores primarios de los últimos 4 años.

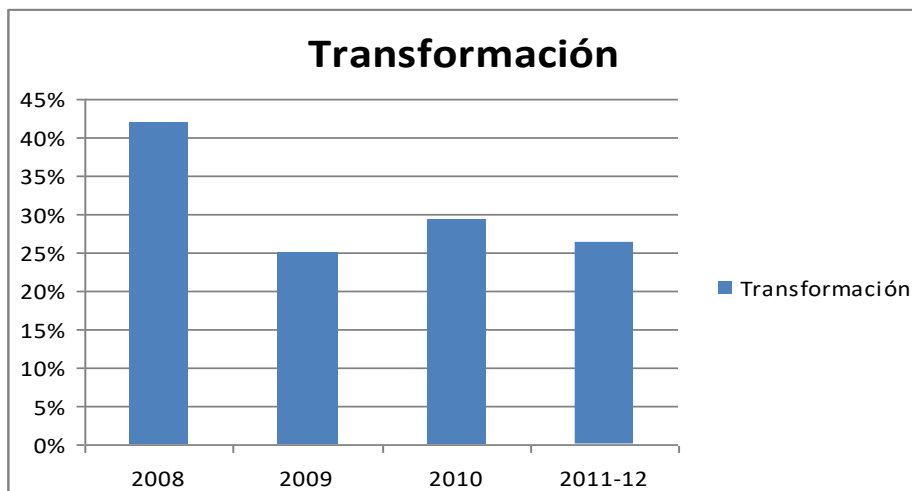


Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en Reportes Nacionales de Chile de los años 2008, 2009, 2010 y 2011-12

### C.2.2 Emprendimientos relacionados con la transformación.

Los emprendimientos en el área de transformación son aquellos negocios relacionados a la comercialización de productos que para su elaboración han pasado cierto proceso productivo, como por ejemplo el aceite de oliva, la artesanía, la construcción, entre otros. Un porcentaje importante de los emprendimientos chilenos corresponde a este tipo de negocio, sin embargo, dicha tendencia ha ido disminuyendo con el pasar de los años, alcanzando un 42% el año 2008 y sin lograr llegar al 30% los años posteriores, tal como lo muestra el gráfico N° 11. Se piensa que la disminución en los emprendimientos de esta área se debe a que la gente a decidido invertir en otros tipos de negocios, por ejemplo los relacionados con la suministración de servicios a la empresas aumentando así la tasa en la generación de negocios en esta área como se verá más adelante (Véase gráfico N° 12).

Gráfico N° 11: Emprendimientos en el área de transformación de los últimos 4 años.

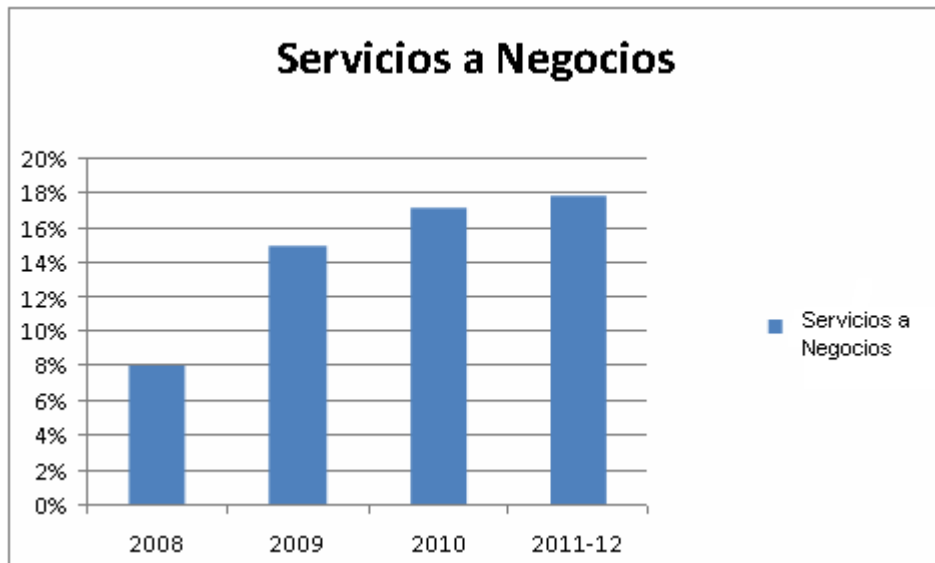


Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en Reportes Nacionales de Chile de los años 2008, 2009, 2010 y 2011-12

### C.2.3 Emprendimientos dedicados a la proveer servicios a negocios.

Este tipo emprendimientos nacen a partir de la generación de algún negocio que tenga por objetivo satisfacer las necesidades que a diario poseen miles de empresas, como por ejemplo los servicios de seguridad o servicios financieros. En los últimos años, los emprendimientos relacionados a esta área han ido en constante aumento alcanzando para el año 2011-12 casi un 18% de los emprendimientos totales en Chile.

Gráfico N° 12: Emprendimientos en el área de servicios a negocios de los últimos 4 años.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en Reportes Nacionales de Chile de los años 2008, 2009, 2010 y 2011-12.

#### C.2.4 Emprendimientos orientados al consumidor.

La mayor cantidad de los emprendimientos chilenos se encuentran en esta área, alcanzando en la actualidad un 45% de los emprendimientos totales.

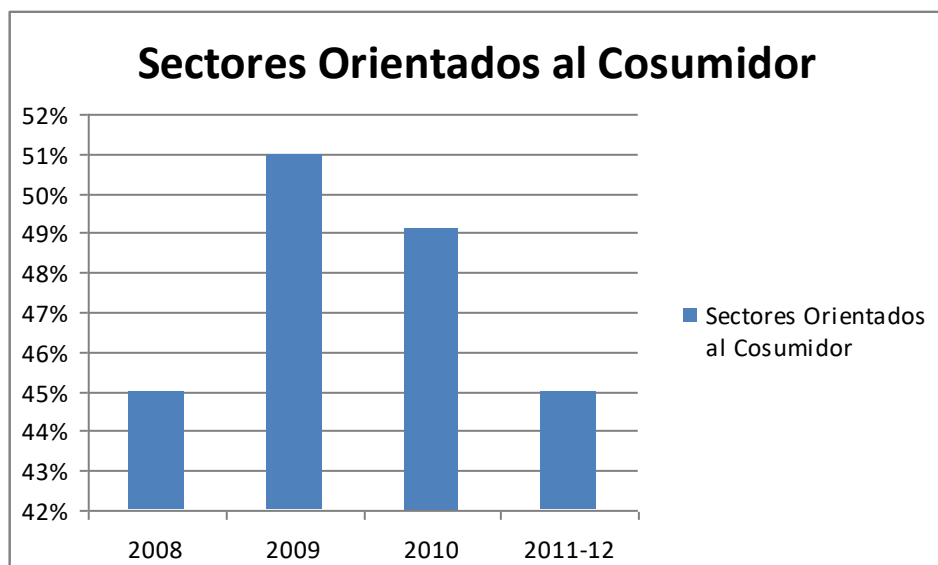
Dentro de ella, encontramos negocios tales como restaurantes, hotelería, venta de alimentos, ropa, entre otros.

Sin embargo, los números muestran que la creación de negocios dentro de este rubro ha ido disminuyendo. Teniendo una importante baja del 4,1%

entre el año 2010 (49,1%), y año 2011-12 (45%), tal como se expone en el gráfico N° 13.

Gráfico N° 13: Emprendimientos orientados al consumidor en los últimos

4 años.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en Reportes Nacionales de Chile de los años 2008, 2009, 2010 y 2011-12.

#### D.- Factibilidad de emprender en Chile.

Emprender no es fácil. Son muchas las barreras que deben sortearse al iniciar un nuevo negocio y muchas las condiciones que deben existir para que pueda generarse un escenario apto para emprender. Por tanto, muchas organizaciones hacen un esfuerzo importante por mantener y mejorar el apoyo que se brinda a quienes deciden emprender

y a quienes poseen algún tipo de negocio. El gobierno y muchas entidades particulares ofrecen apoyo técnico, legal y financiero con el objeto de facilitar a los emprendedores herramientas con las que puedan desenvolverse en el desarrollo de un emprendimiento inicial o bien para el fortalecimiento de un negocio ya existente. El mundo de los negocios está rodeado de diferentes factores que pueden intervenir su desarrollo. Para quien emprende es trascendental estar atento a las señales del entorno en que vivimos si se quiere transformar un emprendimiento en una empresa exitosa por lo que tomar la decisión de emprender en un momento determinado es vital. Deben existir condiciones para ello, a modo que el riesgo asociado al emprender sea mínimo. El clima político y las características de la sociedad son factores a considerar cuando se inicia un negocio. Además la situación económica actual debe brindar la seguridad de mantener un escenario idóneo para emprender, por lo que estar atentos a lo que sucede en el país es fundamental

#### D.1 Contexto Económico.

Chile es un país que se encuentra muy bien económicamente. Posee una economía sólida y está en constante crecimiento, siendo según el Informe de competitividad global 2011-2012 del World Economic Forum *la economía más competitiva de America Latina y el Caribe ocupando el puesto N° 31 en el mundo*<sup>29</sup>. Por tanto para el emprendedor contar con un contexto económico sólido es sumamente importante ya

---

<sup>29</sup> World Economic Forum. Noticias del 2011. [www.weforum.org](http://www.weforum.org). 28.07.2012. 15:00 PM.

que se visualizarán mayores oportunidades de negocios y será mayor la probabilidad de éxito al emprender. Además podemos agregar que se espera que Chile sea el país con mayor crecimiento económico durante el periodo 2012 según el informe Panorama Económico elaborado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, manteniéndose también a la cabeza de los países miembros de la organización durante el 2013. “*Se espera un alza del PIB 4.4% este año y un 5.1% el próximo*”<sup>30</sup>. Como puede apreciarse, el crecimiento económico en nuestro país ofrece una perspectiva alentadora para los emprendedores, ofreciendo un escenario idóneo para el emprendedor quien podrá contribuir a través de la creación de nuevas empresas y el fortalecimiento de las existentes, al crecimiento económico esperado de nuestro país.

## D.2 Contexto Político.

Otro factor que cobra suma importancia cuando se desea invertir es la realidad política - social que se vive en una nación. Es vital que el clima político existente sea estable. En el caso de Chile, podemos señalar que si decidimos emprender un nuevo negocio no tendremos un riesgo asociado al contexto político–social. Chile tiene un clima político estable bajo un régimen de democracia, mantiene buenas relaciones con el resto de los países y es poco probable que pueda verse involucrado en algún conflicto con otra

---

<sup>30</sup> Bermeo Miguel. Fajardo Marco (2012). Chile liderará este año y el 2013 el crecimiento económico entre los países de la OCDE. Diario Financiero.Economía. [http://w2.df.cl/chile-liderara-este-ano-y-en-2013-crecimiento-economico-entre-los-paises-de-la-ocde/prontus\\_df/2012-05-21/200253.html](http://w2.df.cl/chile-liderara-este-ano-y-en-2013-crecimiento-economico-entre-los-paises-de-la-ocde/prontus_df/2012-05-21/200253.html) .04.08.2012. 22.00 PM.

nación. Nuestro país mantiene muy buena relación con el resto de los países contando con una gran cantidad de acuerdos comerciales siendo éste una de las economías más abiertas del mundo.

### D.3 Estructura comercial chilena.

Para la estabilidad económica de cualquier nación es primordial contar con inversión. Chile viene trabajando duro en esta materia incentivando el desarrollo y la creación de negocios con la intención de lograr que nuestro país siga creciendo. Dada la importancia de ello, es que el gobierno decidió establecer el 2012 como el año del emprendimiento, con el objeto de promover la actividad emprendedora y la innovación. A través de distintas actividades y el desarrollo de distintas políticas, el gobierno espera motivar el emprendimiento y la innovación. “*La meta es alcanzar 100.000 nuevos emprendimientos además de crear un ambiente que contagie y apoye el sueño de alcanzar el pleno desarrollo de nuestro país*”<sup>31</sup>. Cabe destacar que Chile ha puesto sus esfuerzos para lograr disminuir el costo y el tiempo que implica la creación de alguna empresa, logrando disminuir la barrera que deben sortear muchos emprendedores al momento de legalizar su negocio.

Igualmente, ha sido considerable el desarrollo en materia de innovación. Hernán Cheyre, vicepresidente ejecutivo de CORFO, comentó en una entrevista para la revista Business

---

<sup>31</sup> CORFO. Revista The Economist destaca la política pro emprendimiento de Chile, [www.corfo.cl/sala-de-prensa/noticias/junio-2012/revista-the-economist-destaca-la-politica-proemprendimiento-de-chile](http://www.corfo.cl/sala-de-prensa/noticias/junio-2012/revista-the-economist-destaca-la-politica-proemprendimiento-de-chile) .14.08.2012, 23:20 PM.

Chile que *“Chile gastó un 0,4% del PIB en innovación el 2010. La meta del presidente Piñera es duplicar esa cifra al 0,8%. También añade que “la nueva ley de incentivos tributarios que entro en vigencia en septiembre permitirán que las empresas reduzcan sus impuestos en hasta un 35%. Además el gasto tributario se ha triplicado de US \$ 400.000 anuales a US \$ 1,2 millones<sup>32</sup>. Esta nueva ley permitirá reducir impuestos considerando como gasto el 65 % del monto invertido en investigación. El otro 35% será descontado directamente del impuesto de primera categoría. La nueva ley esta dirigida a las empresas que decidan invertir en investigación y desarrollo con el objeto de generar nuevas oportunidades comerciales y productivas.*

Como puede apreciarse, actualmente Chile está haciendo esfuerzos importantes para generar más negocios y apoyar la competitividad las empresas. Además, la gran cantidad de acuerdos comerciales que posee Chile con otras naciones del mundo ha sido vital para la generación de mayores transacciones comerciales. La política comercial Chilena ha facilitado a muchas empresas la posibilidad de expandir sus fronteras comerciales y ha motivado a muchas personas a emprender con miras a la exportación. En la actualidad, Chile mantiene 22 acuerdos comerciales con 59 países en el mundo, convirtiéndose tal vez en una de las economías mas abiertas del mundo.

Por todo lo anterior, queda al descubierto que Chile es un país que en la actualidad mantiene una política activa respecto a la generación de negocios, con la cual busca constantemente facilitar a los emprendedores y empresarios su desarrollo en el mundo comercial.

---

<sup>32</sup> Dowling Julian. El año del emprendimiento en Chile. [www.businesschile.cl](http://www.businesschile.cl) . Noticias. 04.08.2012, 23.00 PM.

#### D.4 Apoyo+ al emprendimiento.

Como se mencionó anteriormente, Chile mantiene una política activa respecto a la generación de negocios. Durante los años, el Estado de Chile ha venido esforzándose en implementar mecanismos que ayuden a los emprendedores en la creación y el desarrollo de sus negocios. Es por esto que han surgido muchas organizaciones con el objeto de aminorar las barreras que debe sortear un emprendedor al querer iniciar un negocio. Estas organizaciones gubernamentales tienen por objeto ayudar en la creación de negocios a través de programas que financian ideas, investigaciones e innovaciones. Otros programas también asesoran a empresas con el objeto de mejorar su competitividad a través de cursos y capacitaciones, cooperan a través de ferias y programas en la apertura de nuevos mercados y financian la expansión de muchas empresas que se han convertido en negocios exitosos.

Las instituciones gubernamentales chilenas destinadas al apoyo del emprendimiento son:

- ❖ Corporación de Fomento a la Producción, CORFO: Organismo que apoya y fomenta el emprendimiento y la innovación a través de diversos programas y concursos.
- ❖ Fondo de Solidaridad e Inversión social, FOSIS: Organismo que apoya a través de programas de generación de empleo, emprendimiento y habilitación social a las personas de escasos recursos.

- ❖ Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC: Organismo que brinda herramientas destinadas al mejoramiento de la competitividad de las empresas.
- ❖ Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, SENCE: Organismo que tiene por objetivo la generación de empleo y la facilitación de capacitaciones orientadas a la empleabilidad y productividad.
- ❖ Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR: Promotor de actividades turísticas de Chile. Difunde y publicita el turismo al interior del territorio nacional.
- ❖ Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica, CONICYT: Organismo que fomenta la producción y fortalecimiento de capital humano, en el país, en base a la ciencia y la tecnología.
- ❖ Empresa Nacional de Minería, ENAMI: Organismo que promueve programas técnicos de apoyo, para el desarrollo de la pequeña minería nacional.
- ❖ Corporación Nacional de desarrollo Indígena, CONADI: Organismo que promueve el desarrollo integral de las personas y comunidades indígenas.
- ❖ Dirección de Promoción de Exportaciones, PROCHILE: Organismo que favorece el desarrollo de la internacionalización y el posicionamiento de productos chilenos en mercados extranjeros.
- ❖ Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, CULTURA; Organismo dedicado a implementar políticas para el desarrollo de la cultura.
- ❖ Fondo Fomento para la Pesca Artesanal, FONDO FOMENTO: Apoya las mejoras laborales de sus asociados.

- ❖ Fundación para la Innovación Agraria, FIA: Impulsa programas innovadores del sector agrícola.
- ❖ Consejo Nacional de Televisión, CNTV: Organismo que se dedica a financiar programas culturales y de interés nacional y regional.
- ❖ Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP: Apoya a productores agrícolas a través de financiamiento y cursos para el fortalecimiento del capital humano.
- ❖ Subsecretaria de Desarrollo Regional y Administrativo, SUBDERE: Contribuye al desarrollo de emprendimientos en regiones a través de fondos del fondo nacional de desarrollo regional.

Así como el gobierno ha creado instituciones destinadas al apoyo de los emprendedores, entidades privadas también poseen planes y programas que acuden en ayuda de ellos. Contar con nuevas empresas es una necesidad nacional ya que se piensa que permitirá un mejor bienestar social y económico para el país.

Existen distintos tipos de apoyo privado al emprendimientos, dentro de los cuales podemos mencionar:

- ❖ Bancos y cooperativas de créditos: Proveen financiamiento a emprendedores con tasas de interés preferenciales.
- ❖ Sociedades administradoras de garantías recíprocas: Organizaciones que respaldan los créditos que otorgan los bancos actuando como aval antes las

organizaciones financieras. Dentro de estas organizaciones podemos destacar a Aval Chile y Aval Pyme entre otras.

- ❖ Organizaciones de microcréditos: Entidades que proveen financiamiento a través de préstamos de bajos montos a personas que deseen emprender y se encuentren en estado de vulnerabilidad. Algunas organizaciones de microcréditos son Fundación esperanza, Fundación contigo, entre otras.
- ❖ Incubadoras de Negocios: Son organizaciones que ayudan en la creación de negocios prestando asesorías a ellos. Muchas de estas organizaciones se encuentran a cargo de universidades.
- ❖ Inversionistas Ángeles: Son aquellos que ofrecen apoyo técnico o financiero a proyectos que parecen atractivos frente a los ojos del inversionista.
- ❖ Comunidades de emprendedores: Organizaciones de emprendedores que promueven y apoyan el emprendimiento a través de asesorías, información, actividades, entre otros.

En resumen, muchos son los organismos que buscan facilitar y contribuir en beneficio del emprendimiento. Hoy por hoy, podemos decir que Chile tiene una mentalidad abierta al emprendimiento y busca generar actividades emprendedoras. Existe una conciencia respecto a los múltiples beneficios que significa para un país contar con la creación y desarrollo de nuevas empresas y nuestro país se encuentra en una constante búsqueda que facilite a los emprendedores desarrollar sus ideas de negocios.

### E.- Una idea para emprender

Dedicarse a los negocios tiene sus complejidades. Ser empresario implica muchas responsabilidades y requiere de un compromiso importante de recursos. Encontrar un rubro que resulte atractivo puede ser un gran dolor de cabeza para quien desee emprender. Sin embargo, existen personas que pueden visualizar oportunidades y generar negocios a partir de elementos que para la gran mayoría pasan desapercibidas y no constituyen materia de interés comercial. Otras, en cambio deciden convertir en negocio alguna actividad de su gusto llegando a especializarse en ello y convertirse en el mejor de esa área en particular. Sea cual sea la motivación del emprendedor, tener una buena idea es fundamental al momento de emprender. Ser capaces de crear, de innovar, de generar nuevos negocios es muy importante. Siguiendo la línea de la visualización de oportunidades, nace el mercado del reciclaje. Muchas empresas reciclan ya que constituye un beneficio económico importante al reutilizar sus desechos y además se contribuye con el medio ambiente al no producir desperdicios que afecten el entorno.

Teniendo en cuenta que muchas empresas generan residuos que para ellos son inutilizables y deben eliminarlos, nace la idea de comercializarlos a aquellas empresas que sean capaces de convertirlos en materias primas para sus productos. En particular, se abordará el caso de la chatarra como idea de emprendimiento con miras a la

exportación y como opción de emprender con recursos que se encuentran disponibles a muy bajo costo.

#### E.1 La chatarra.

Para el fin del presente informe, se entenderá que chatarra son aquellos elementos que constituyen algún tipo de desperdicio que provenga de artículos cuya materia prima sea el hierro o acero.

La recolección de este tipo de desperdicio proviene de distintas fuentes, siendo la que genera principalmente mayores cantidades para su recuperación la industria de la minería, el sector de la construcción y los residuos domiciliarios tales como refrigeradores, cocinas, electrodomésticos varios y automóviles.

#### E.2 Mercado de la chatarra chilena.

Para toda empresa es fundamental disminuir sus costos. Las organizaciones se ven envueltas en una constante búsqueda que les permita maximizar sus recursos y generar mayores utilidades. Muchas empresas ven en el reciclaje de la chatarra un beneficio económico importante. Chazar, una empresa dedicada al rubro del reciclaje indica que *“se estima que la producción de una tonelada de acero, partiendo de chatarra, supone un ahorro de un 80% frente a la producción de la misma partiendo de mineral de*

*hierro*”<sup>33</sup>. Además, el reciclaje de chatarra constituye un importante ahorro energético, de tiempo y de recursos naturales.

Dado los importantes beneficios económicos y medio ambientales que genera el reciclaje de chatarra, es que muchas empresas hacen parte de sus procesos productivos el reciclaje de este tipo de desechos, principalmente en el extranjero.

Debido al bajo costo de adquisición de la chatarra, y los atractivos precios que están dispuestos a pagar en mercados extranjeros, es que se hace sumamente atractivo ante los ojos de un emprendedor aprovechar esta oportunidad para generar negocios a través de la comercialización de este tipo de desechos.

Empresas en Chile han visualizado esta oportunidad, siendo los principales destinos de la chatarra chilena, según PROCHILE, los siguientes países descritos en la tabla N° 5:

---

<sup>33</sup> Chazar, Reciclaje de chatarra, [www.chazar.com/chatarra.html](http://www.chazar.com/chatarra.html) , 05.09.2012, 21:30 PM.

Tabla N° 5: Destinos de exportación chilena de chatarra de hierro.

<b>Destino de la chatarra el año 2011</b>	<b>Destino de la chatarra el año 2012 (Hasta el mes de marzo)</b>
Taiwán	Vietnam
Vietnam	Taiwán
Indonesia	Indonesia
Tailandia	Corea del sur
Corea del sur	Tailandia
Perú	Hong Kong
Singapur	India
Republica popular de China	Perú
India	Republica popular de China
Holanda	España
España	
Hong Kong	
India	

Fuente: Elaboración propia a través datos recopilados en PROCHILE.

Como puede apreciarse, principalmente la chatarra chilena se exporta al continente asiático. Se piensa que esto se debe a la gran capacidad productiva que tienen los países antes mencionados. El principal destino de chatarra chilena es Vietnam, registrando el año 2011 exportaciones por un monto de US \$ 32.064.316. La distribución de la exportación de este tipo de desecho queda expresada en la siguiente tabla:

Tabla N° 6: Montos exportados de chatarra de hierro expresados en dólares.

<b>PAIS</b>	<b>MONTO EN DOLARES</b>
Vietnam	\$ 32,064,316
Taiwán	\$ 23,608,094
Corea	\$ 9,811,600
Indonesia	\$ 5,962,928
Hong Kong	\$ 4,172,424
Perú	\$ 3,982,391
Tailandia	\$ 2,947,653
China	\$ 892,093
India	\$ 685,805
Singapur	\$ 369,016
España	\$ 314,764

Fuente: Elaboración propia a través datos recopilados en PROCHILE.

Tal como queda al descubierto, las cifras asociadas a la exportación de la chatarra son sumamente atractivas. Es por esto que comercializar este tipo de desechos se vuelve interesante. En Chile, falta mucho por hacer respecto al reciclaje y constituye una importante manera de mejorar y contribuir con el medio ambiente, así como también,

constituye una importante oportunidad para regularizar y ayudar a las personas que se dedican a la recolección, personas que en su mayoría pertenece a los sectores más vulnerables del país.

### E.3 Precio de la chatarra.

Según información proporcionada por Juan Eduardo Joannon Fernández, representante legal de la firma S & K Sociedad de Inversiones LTDA, empresa que ha enviado chatarra de hierro a Vietnam, comenta que *“el negocio de la exportación de chatarra es sumamente atractivo, pagando su cliente en el extranjero por compra de tonelada de chatarra a 400 dólares”*<sup>34</sup>. Esto quiere decir que el kilo de chatarra de hierro es comercializado a 192 pesos chilenos.

Por otra parte, la Agencia de Aduana Rodrigo Seguel, quienes proveen de servicios a clientes que también comercializan este tipo de productos, mencionan que la chatarra es adquirida a un precio similar al que comercializa S&K, siendo entonces lo más común que este tipo de producto sea adquirido por un precio que fluctúa entre los 400 y 460 dólares la tonelada aproximadamente.

---

<sup>34</sup> 04/02/2012, Información proporcionada mediante instructivo de embarque al servicio agente embarcador de SAAM para generar proceso de exportación en representación de él.

#### E.4 Exportación de chatarra.

Dada la gran disponibilidad de desechos de fierro y la gran cantidad de recolectores que existen en nuestro país, se vuelve interesantemente atractivo comercializar al extranjero este tipo de desperdicio.

Como mercado de destino, se elegirá el país de Vietnam, ya que según los índices de exportación de chatarra chilena es el país que mayor cantidad compra a los exportadores chilenos. No se hablará de la demanda del mercado ya que no existen índices que indiquen el consumo de este tipo de desperdicio, por lo que sólo se tomará como referencia el destino de las exportaciones chilenas de este tipo de productos.

#### E.5 Negociaciones y Factores comerciales.

Una vez contactado al comprador en el país de destino, se procederá a negociar el precio, la forma de pago y se estipularán los plazos de entrega de la mercancía.

La modalidad de venta de la chatarra será a firme, ya que la mercadería no sufrirá variaciones desde su despacho hasta que llegue a destino por lo que el precio de venta no estará sujeto a ninguna modificación.

La cláusula de venta utilizada será FOB, haciéndose responsable el exportador sólo de la entrega de la mercancía hasta que esta se encuentre a bordo del buque. Pese a que en esta cláusula el importador se hace responsable de reservar el buque y la compañía

naviera, en algunos casos el exportador se encarga de ello traspasándole los costos asociados al importador.

Para garantizar tanto el pago para el exportador como el despacho de la mercancía para el importador, se procederá la apertura de una carta de crédito. El pago de esta se efectuará contra documentos de embarque.

#### E.6 Obtención de la chatarra.

Para la comercialización de chatarra hacia el extranjero, debemos recolectar la mercancía a exportar. Ésta se hará a través de la compra de chatarra a pequeños recolectores, compra y/o recolección de desechos y materiales sobrantes en obras de construcción, compra y/o recolección de vehículos viejos en depósitos municipales y todo tipo de artículos que se encuentren fabricados con hierro o acero.

Una vez recolectada la chatarra se deberá trozar y paletizar el material. Esto, se encuentra establecido en el capítulo IV del compendio de normas aduaneras donde se establece que “*se deberá considerar un medio de unitización interior paletizados*”<sup>35</sup> con el objetivo de facilitar la extracción de la mercancía del contenedor y contribuir a la seguridad del personal que participe en los exámenes físicos. El servicio nacional de aduana no permitirá chatarra a granel.

La carga quedara comprimida de la siguiente manera:

---

<sup>35</sup>Servicio Nacional de Aduanas. Compendio de normas, Capítulo 4: Salida de mercancías. [http://normativa.aduana.cl/prontus\\_normativa/site/artic/20070216/pags/20070216180251.html#T0](http://normativa.aduana.cl/prontus_normativa/site/artic/20070216/pags/20070216180251.html#T0). 10/09/2012. 23:20. PM.

Figura N°5: Chatarra paletizada



Fuente: [www.acerotek.com.mx](http://www.acerotek.com.mx)

Encontrándose la chatarra ya en condiciones para la exportación, se deberá conseguir el medio de transporte que trasladara la mercancía hasta el país de destino.

#### E.7 Transporte.

Dado los volúmenes asociados a la exportación de este tipo de desechos, se procederá a exportar vía marítima la mercancía. La elección de la compañía naviera a utilizar será de acuerdo a los tráficos que estas posean y al tiempo estimado de arribo de la nave. Cada compañía tiene su itinerario de viaje, por lo que al momento de la exportación se deberá analizar que compañía ofrece transporte al país de destino. Una vez visualizada

la compañía naviera que proveerá el servicio, el exportador se pondrá en contacto con la compañía naviera para generar un booking. El booking es la reserva del espacio dentro de la nave para el posicionamiento de los contenedores con la carga. En una primera instancia se deberá informar a la compañía naviera el número de contenedores, la mercancía a exportar y el país de destino.

Una vez generado el booking, se deberá contactar a un agente de aduana para la iniciación de los trámites legales.

#### E.8 Agente de aduana.

El agente de aduana, es “*un profesional auxiliar de la función pública aduanera, cuya licencia lo habilita ante la aduana para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías.*”<sup>36</sup> En efecto, el agente de aduana tendrá la misión de generar la documentación necesaria para la salida de la mercancía. Hablamos del DUS, documento que tiene por objeto permitir el ingreso de la mercancía a zona primaria y acreditar la salida de ésta al exterior.

Para la confección de este documento, se deberá otorgar un poder al agente de aduanas y se proveerá a éste de un instructivo de embarque donde se detallará la siguiente información:

- ❖ N° de factura.

---

<sup>36</sup> Servicio Nacional de Aduanas. Agentes de Aduana y su rol. [http://www.aduana.cl/prontus\\_aduana/site/artic/20120427/pags/20120427094321.html](http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20120427/pags/20120427094321.html). 10.09.2012. 23:40.PM

- ❖ Guía de despacho.
- ❖ Tipo de mercancía y cantidad de bultos (contenedores)
- ❖ Medio de transporte y nave en que se trasladara la mercancía.
- ❖ Kilos brutos y netos de la chatarra.
- ❖ Puerto y país de destino.
- ❖ Monto y condiciones del flete.
- ❖ Información del destinatario. Se detallara su nombre, dirección y país.

Con esta información, el agente de aduana estará en condiciones de generar el DUS para que posteriormente sea legalizado por el Servicio Nacional de Aduanas de Chile.

Además, se solicitará al agente de aduana que provea un servicio integral a la carga. Esto quiere decir que el agente actuará como representante del exportador ante las distintas entidades involucradas en el proceso de exportación. Éste declarará los contenedores ante la compañía naviera, gestionará el transporte desde la bodega al puerto, efectuará el pago del Gate out, retirará el BL y se encargará del despacho de los documentos al extranjero. A continuación se detallará cada uno de los procesos involucrados.

#### *E.8.1 Movilización de la carga.*

Una vez concretada la reserva con la compañía naviera, se deberá contratar un servicio de transporte. El transportista estará encargado de trasladar el contenedor desde la bodega hasta la Zona Primaria para su revisión. Se deberá coordinar con el transportista

la fecha y el horario del transporte de acuerdo a las instrucciones de la compañía naviera. Las navieras fijan una hora de inicio y termino de stacking. Si no se cumplen los plazos establecidos, el contenedor corre el riesgo de no embarcarse. Por lo general, el término del stacking es 48 horas antes del zarpe. Junto con el plazo de stacking, se informará los horarios de Cut Off, o corte documental.

#### *E.8.2 Gate Out.*

Por Gate Out, se conoce el cobro que efectúa la compañía naviera por el uso de la grúa al cargar el contenedor en la rampa del camión. Este cobro lo asume el agente de aduana y posteriormente lo traspasa al cliente, en este caso, nosotros.

#### *E.8.3 Cut Off.*

Por Cut Off o corte documental se conoce al plazo que entrega la compañía naviera para declarar los contenedores que se embarcarán. Antes que termine el corte documental, se deberá enviar una matriz de BL con todos los datos correspondientes al embarque donde el agente detallará:

- ❖ Datos del exportador, consignatarios y notificado. Se deberán especificar sus direcciones y teléfonos de contactos.
- ❖ Puertos de embarque y descarga, y lugar de destino de la mercancía.
- ❖ Datos propios de la carga: Especie, kilos brutos y etiqueta de la mercancía.
- ❖ Número de contenedores y sellos.
- ❖ Otros datos que el cliente en el extranjero requiera que se mencionen en el BL.

Todos estos datos serán enviados en un formato determinado por la naviera. El envío de esta información posterior a los plazos estipulados puede incurrir en que el contenedor no se embarque, por lo que es sumamente importante contar con los plazos estipulados por las compañías navieras.

Una vez que se ha declarado, se podrá retirar el BL 48 horas después del zarpe de la nave.

#### *E.8.4 Emisión de BL.*

Una vez embarcado el contenedor, se procederá a la emisión del BL. Este documento suele ser entregado por las compañías navieras en un plazo de 48 horas aproximadamente posterior al zarpe de la nave. El BL certifica que las mercancías fueron embarcadas y su contenido corresponde a lo declarado en la matriz que se envió a la compañía naviera en el corte documental. Si algún dato fue declarado de manera errónea, se deberá devolver el BL original y emitir un documento instruyendo con lo que se deba corregir. La corrección tiene un costo asociado cuyo monto es distinto según la compañía naviera. El exportador proveerá de un documento que autorice al agente de aduana a retirar el BL desde la compañía naviera.

#### *E.8.5 Factura Proforma.*

Una vez embarcado el contenedor, se deberá confeccionar la factura proforma.

Ésta, podrá confeccionarla el exportador o el agente de aduana. La factura es sumamente importante ya que permitirá al comprador tramitar las licencias de importación.

En este documento, se especificarán los siguientes datos:

- ❖ Nombre y dirección de exportador y comprador.
- ❖ Puerto y país de embarque y descarga.
- ❖ Detalle de mercancía a exportar; cantidades de cajas, pesos, precios, entre otros.
- ❖ Lugar de emisión y fecha.
- ❖ Nombre de la nave y número de viaje.
- ❖ Otros.

#### *E.8.6 Despacho de documentos al extranjero.*

Una vez disponible toda la documentación, se procede al despacho de los documentos. Este servicio contempla el envío de la documentación por parte del agente de aduana al exportador, al notificado del BL, quien suele ser el agente de aduana del comprador, y al comprador. El agente de aduana deja para él un set con documentos para proceder a la legalización del DUS. La legalización de este documento se llevará a cabo una vez que se hayan cumplido todos los trámites asociados al embarque.

#### E.9 Recuperación del I.V.A.

Las exportaciones gozan de un importante beneficio, y es que se encuentran afectas a impuesto, por lo que éste podrá recuperarse de aquellos gastos que tengan relación con la exportación. Por tanto, se reunirán todas las boletas asociadas al proceso de exportación, tales como las del agente de aduana, transporte, courier, entre otras, y se presentarán ante el servicio de impuesto internos.

El plazo para la presentación de documentos para la recuperación del I.V.A. será de hasta un mes posterior al zarpe de la nave.

#### E.10 Pago de la carta de crédito.

Una vez efectuado el embarque, se procederá a entregar los documentos al banco involucrado en la carta de crédito. Dicho banco se encargará de efectuar el pago una vez se hayan cumplido con los términos y condiciones establecidas entre vendedor y comprador. Los términos están estrictamente relacionados al embarque y el pago de la carta de crédito se hará efectivo una vez presentada la documentación correspondiente al despacho de las mercancías.

Como ha podido apreciarse, son muchos los procesos y los actores involucrados en el negocio de la exportación. Exportar puede ser una forma sumamente atractiva de colocar productos en un mercado extranjero a precios que suelen ser muy superiores frente a los que pueden cancelarse en el país de origen. Por otro lado, el comercio

internacional ha sido vital para globalización y constituye un factor importantísimo en el crecimiento de cualquier país.

### **CAPÍTULO III: CONCLUSIONES**

Tras la realización del presente informe, ha quedado al descubierto que los avances en materia de emprendimiento son de vital importancia para nuestro país. El gobierno viene trabajando activamente en esta materia incentivando el crecimiento de la actividad emprendedora a través de distintos planes y programas. Es por esto, que la percepción de la actividad emprendedora cambia favorablemente, mostrando una mayor afinidad hacia la posibilidad de emprender en los últimos 4 años. Se piensa que esto puede deberse a que tanto el gobierno, universidades, bancos y otras instituciones se esfuerzan de manera enérgica en brindar apoyo técnico, profesional y financiero a emprendedores, por lo que el escenario para emprender está mejorando volviéndose mucho más accesible. Esto, trajo consigo un aumento en la percepción de que invertir puede ser una buena opción. Dicha percepción también está estrictamente ligada a la cobertura que brindan los medios de comunicación a la posibilidad de emprender. El emprendimiento se ha incentivado notoriamente dándose a conocer una gran cantidad de beneficios existentes para las personas que deseen comenzar un nuevo negocio o bien para quienes se convirtieron en empresarios.

Por otro lado, las personas se sienten muchos más capaces para emprender. Se piensa que esto se debe a que a nivel educacional el tema del emprendimiento está siendo abordado con una mayor frecuencia volviendo a las personas mucho más competentes, con una mentalidad más abierta a los negocios y dispuestas a invertir. Existe una mayor cantidad de cursos de capacitación y desarrollo en materias emprendedoras volviéndose

el emprendimiento un aspecto social fundamental para los últimos gobiernos. El surgimiento de nuevos negocios ha crecido, por lo que iniciar algún tipo de emprendimiento se ve mucho más cercano que hace un tiempo atrás. Debido a lo mencionado anteriormente, en los últimos años el miedo al fracaso ha ido disminuyendo cuando de emprendimiento se trata. Sin embargo, tal como se aprecia en el gráfico N° 3, el miedo al fracaso aumentó algunos puntos, pudiendo concluirse que esta situación puede deberse a que en la actualidad la situación laboral del país es sumamente favorable, por lo que muchas personas optan por la seguridad que les brinda mantener un buen trabajo.

Así como el miedo al fracaso ha ido disminuyendo, la intención de emprender aumentó en los últimos años. Se piensa que esto se debe a que con el paso del tiempo han aumentado las facilidades para iniciar un nuevo negocio por lo que invertir se convierte en una muy buena opción para las personas. Ser emprendedor y convertirse en empresario constituye un atractivo importante para los chilenos. Nadie está ajeno a los beneficios que surgen alrededor de los empresarios. Estos generan importantes dividendos y además, emprender permite que las personas puedan desarrollarse en un área que sea de su interés, por lo que muchas personas pueden dedicar su vida a una actividad que les provea satisfacción.

Respecto a la actividad emprendedora, podemos mencionar que tan sólo el 13% de la población chilena ha decidido iniciar algún tipo de negocio. Frente a esto, podemos concluir que pese a que los chilenos se muestran abiertos a la posibilidad de emprender

no lo están haciendo, existiendo aún cierta complejidad asociada a la posibilidad de iniciar alguna actividad comercial. Muchas personas ven en la falta de capital una restricción importante. Además, muchos desconocen las distintas ayudas destinadas a facilitar la posibilidad de emprender. Por otro lado, muchos de los pequeños emprendedores no realizan el proceso de legalización de su negocio debido a que el tamaño de su organización es demasiado pequeño y los costos de formalizar su emprendimiento es demasiado alto. La dificultad en la tramitación envuelta en la legalización de un emprendimiento también es una restricción importante en el proceso emprendedor, por lo que cambiar la legislación y los procedimientos involucrados es de vital importancia. Se piensa que si se efectuaran dichos cambios, la cantidad de emprendimientos aumentaría, ya que barreras legales se estrecharían volviendo el emprendimiento mucho más accesible y menos engorroso para las personas. Como pudo apreciarse en la investigación, los principales motivos de informalidad de las empresas están relacionados al tamaño de éstas, a que el proceso de registro es demasiado caro y además a que los emprendedores no ven ningún beneficio en mantener su empresa legalizada como corresponde. Como puede apreciarse, el tamaño de la organización es fundamental. Muchos emprendedores deciden no registrar sus empresas ya que los niveles de ingresos de su organización son demasiados bajos, por lo que se haría fundamental implementar un sistema que permitiera que los emprendedores no pagaran por el proceso de registro en a lo menos un año, a modo de poder cuantificar sus ingresos y dejar exentas de pago a las organizaciones mas pequeñas y que generasen menores dividendos. Esta medida facilitaría la constitución

legal de las organizaciones y además contribuiría a que las personas tomaran con mayor facilidad el riesgo de emprender al disminuir la cantidad de recursos involucrados. emprender es una decisión muy compleja donde se comprometen recursos de todo tipo. Sin embargo, podemos concluir que sí es factible emprender en Chile. Nuestro país ofrece las condiciones necesarias para que el emprendedor pueda desarrollar e implementar su idea de negocio. Hoy en día, Chile es un país sólido económicamente, con una baja tasa de desempleo, políticamente estable y con un comercio sumamente activo. Por otra parte, las ayudas existentes y las organizaciones involucradas en proporcionar ayuda y asistencia a los emprendedores facilitan y condicionan el entorno volviéndolo sumamente apto para que una persona pueda convertirse en empresario.

Respecto a la práctica y al tema abordado, se puede mencionar que el comercio exterior es sumamente complejo. Todas las instituciones que componen la cadena de exportación están íntimamente ligadas por lo que cualquier hecho que se suscite involucrará repercusiones en cualquiera de los otros actores. El mundo de los negocios internacionales gira en torno al comportamiento de los mercados internacionales, el precio de las divisas, el transporte, temas políticos y muchos otros factores que influyen y condicionan las ganancias que puedan tener los exportadores, tanto chilenos como extranjeros. La globalización es un proceso que ha permitido que las naciones estrechen sus relaciones, para bien o para mal, y dependan en mayor medida unas de otras, por lo que cualquier tipo de problema afectará a sus vecinos y/o socios comerciales. En la otra arista, tenemos los múltiples beneficios que significa el tráfico de mercancías a nivel

mundial. Así como el caso de la exportación de chatarra permite un ahorro importante a los productores cuya materia prima es el hierro, la exportación de fruta permite que las personas adquieran un producto que no se encuentra disponibles es sus mercados, por lo que contar con comercio internacional se ha vuelto fundamental.

Como negociadores internacionales podemos concluir que el mundo en que vivimos es sumamente complejo. El emprendimiento y los negocios internacionales mantienen una estrecha relación permitiendo así que el intercambio de bienes y servicios a nivel mundial se encarguen de mantener a las distintas sociedades del mundo en una constante sintonía. Cualquier suceso que ocurra en cierta localidad es capaz de afectar y repercutir en algún otro lugar del planeta, pudiendo tener un impacto tanto positivo como negativo. El mundo de los negocios se encuentra en constantes cambios, por lo que como negociadores internacionales debemos estar atentos a las distintas señales y a los distintos acontecimientos. Asimismo, el emprendedor debe evaluar sus oportunidades de éxito de acuerdo al escenario en que se encuentre. El entorno es un factor fundamental que debe evaluarse cuando se desea emprender, ya que dependerá de éste el resultado que cierto negocio pueda tener. De igual forma, un emprendimiento puede revolucionar el mundo o bien impactar de tal forma que generará algún cambio en quienes se relacionen con este negocio.

El administrador de negocios internacionales es un profesional capaz de emprender y satisfacer diversos nichos de mercados pudiendo llegar con sus conocimientos y habilidades a cualquier parte del mundo. Posee una amplia capacidad de adaptabilidad y una formación integral que le permite asumir importantes desafíos siendo algunos de estos por ejemplo el convertirse en empresario. El negociador internacional tiene un plus importantísimo respecto a la posibilidad de emprender, ya que éste podrá visualizar diversas oportunidades, diversos escenarios y diversas variables sin importar el país y/o lugar. Un profesional de los negocios internacionales es una persona transversal y con una gran capacidad de análisis y un criterio sumamente amplio.

El emprendedor y el negociador internacional son personas con una visión muy similar y con la capacidad de mirar el mundo como un todo, donde cada detalle es una variable que deben observar para lograr hacer de sus actividades un trabajo exitoso.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Olmos Jorge. Tu potencial emprendedor. Editorial Pearson. Primera Edición. México. 2007. Página 5.
- Hisrich R.D. y Peters M.P. Entrepreneurship. 5a edición. Editorial McGraw-Hill. 2002. Pàgina 10.
- Rodríguez Alfonso. Nuevas Perspectivas para Entender el Emprendimiento Empresarial. Artículos Académicos. Pensamiento y Gestión N° 26. Universidad del Norte (Colombia). 2009. Pàgina 97 y 100.
- Amoros José Ernesto. Poblete Cazenave Carlos. Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2010, Universidad del Desarrollo. 2010. Pàgina 11 y 12.
- Hatten, T.S. Small Business: Entrepreneurship and Beyond. Editorial Prentice Hall. 1997. Pàgina 31.

## **LINKOGRAFÍA**

- Biblioteca del Congreso Nacional. <http://asiapacifico.bcn.cl/noticias/una-economia-abierta-al-mundo>, Noticia. 01.09.2011. 17.30 PM.
- Bermeo Miguel. Fajardo Marco (2012). Chile liderará este año y el 2013 el crecimiento económico entre los países de la OCDE. Diario Financiero. Economía. [http://w2.df.cl/chile-liderara-este-ano-y-en-2013-crecimiento-economico-entre-los-paises-de-la-ocde/prontus\\_df/2012-05-21/200253.html](http://w2.df.cl/chile-liderara-este-ano-y-en-2013-crecimiento-economico-entre-los-paises-de-la-ocde/prontus_df/2012-05-21/200253.html).04.08.2012. 22.00 PM.

- Bown, Ronald. García, Rodolfo. Rengifo, Andrés. Signorelli, Aldo. Wigodski, Teodoro. Sistemas de Empresas SEP: Informe Expertos Portuarios. Cámara Marítima y Portuaria de Chile. <http://www.camport.cl/estudiosdeterceros.php>. 08.08.2011. 09.30 AM.
- Pro Chile. Inversión Chilena en el mundo superó los US\$60 mil millones en los últimos 21 años. ProChile. <http://rc.prochile.gob.cl/noticia/29246/2>. 01.09.2011. [21.30.PM](#)
- Sudamericana Agencias Aéreas y Marítimas, SAAM. Historia de SAAM. [www.saam.cl](http://www.saam.cl), 28.07.2011.09.30 AM.
- Radio la Primerísima. Aumenta el desempleo de jóvenes profesionales en Chile, <http://www.radiolaprimerisima.com/noticias/alba/96875>. Noticias. 17.08.2011. 19:37 P.M
- Biografías y Vidas. Historia de Walt Disney y Henry Ford. [www.biografiasyvidas.com](http://www.biografiasyvidas.com). 20.08.2012. 22.30 PM.
- Real Academia Española. Buscador. [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=chatarra](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=chatarra), 18.05.2012. 09:50 AM.
- Innovación, Gobierno de Chile. Andrade Sebastián, Fracaso en el emprendimiento ¿Desistir o perseverar? [www.innovacion.gob.cl](http://www.innovacion.gob.cl), Emprendimiento, 20.06.2012, 15:30 P.M

- SERCOTEC. División Estudios. El mapa del emprendimiento en Chile [http://sgc.sercotec.cl/ksemilla/Boletin\\_EME\\_geografia.pdf](http://sgc.sercotec.cl/ksemilla/Boletin_EME_geografia.pdf) . 21.06.2012. 23:17 PM.
- Ministerio de Economía de Chile. El emprendedor formal e informal en Chile, [www.economia.cl](http://www.economia.cl) , 20.06.2012. 18:00 P.M
- World Economic Forum. Noticias del 2011. [www.weforum.org](http://www.weforum.org). 28.07.2012. 15:00 PM.
- CORFO. Revista The Economist destaca la política pro emprendimiento de Chile, [www.corfo.cl/sala-de-prensa/noticias/junio-2012/revista-the-economist-destaca-la-politica-proemprendimiento-de-chile](http://www.corfo.cl/sala-de-prensa/noticias/junio-2012/revista-the-economist-destaca-la-politica-proemprendimiento-de-chile) .14.08.2012, 23:20 PM.
- Chazar, Reciclaje de chatarra, [www.chazar.com/chatarra.html](http://www.chazar.com/chatarra.html) , 05.09.2012, 21:30 PM.
  - Dowling Julian. El año del emprendimiento en Chile. [www.businesschile.cl](http://www.businesschile.cl) . Noticias. 04.08.2012, 23.00 PM.
  - Servicio Nacional de Aduanas. Compendio de normas, Capítulo 4: Salida de mercancías.[http://normativa.aduana.cl/prontus\\_normativa/site/artic/20070216/pags/20070216180251.html#T0](http://normativa.aduana.cl/prontus_normativa/site/artic/20070216/pags/20070216180251.html#T0). 10/09/2012. 23:20. PM.

# **ANEXOS**

