



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

# PRACTICA PROFESIONAL CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO

“La Vinculación y sus alcances Académicos”

**CLAUDIA MARITA JUNCAL DINAMARCA**  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

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.

Viña del Mar, Diciembre de 2007

*“Hay algo de divino en el aprendizaje. Aprender implica aceptar que la vida no empezó con mi nacimiento. Mis ancestros pasaron por aquí, y yo no hago otra cosa que seguir sus huellas. Todos los libros que he leído fueron escritos por generaciones y generaciones, de padres e hijos, de maestros y discípulos. Al igual que tú, yo soy producto de la experiencia de toda esa gente”. Elie Wiesel*

## INDICE

Introducción	01
<b>Capítulo I. “Práctica Profesional en Cámara Nacional de Comercio”</b>	<b>04</b>
A. Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile	04
▲ Organigrama CNC	07
▲ Área Gremial Internacional	07
▲ Descripción del Cargo	09
▲ Razones que motivaron la elección de práctica	11
B. Descripción de Tareas y Actividades	13
▲ Actividades Técnicas	13
▲ Actividades Comunicacionales	16
▲ Actividades de Vinculación y Cooperación	17
- Protocolo y Etiqueta	21
▲ Actividades Administrativas	25
C. Logros y Dificultades	29
<b>Capítulo II. “La Vinculación”</b>	<b>31</b>
A. Definiciones	35
B. Formas de Vinculación	37
C. Relación Universidad-Empresa	40

D. La Experiencia en Vinculación	42
▲ El Desarrollo de la Vinculación en Estados Unidos	42
▲ El Massachussets Institute of Technology	44
▲ El Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey	45
▲ Pontificia Universidad Católica de Chile	46
<b>Capítulo III. La Vinculación Académico-Profesional</b>	<b>49</b>
A. Propuesta de Oficina de Vinculación Profesional	49
▲ Misión	50
▲ Organización	50
▲ Financiamiento y Recursos	51
B. Modalidades de Vinculación	54
C. Actividades y Tareas de Vinculación	56
D. Proyecciones para la Oficina	61
Referencias	62
Anexos	64

## INTRODUCCION

*“Aprender, significa descubrir lo que ya sabes. Hacer, significa demostrar que lo sabes. Enseñar, es recordar a los demás que saben tanto como tú. Sois todos alumnos, aprendices, maestros”. Richard Bach*

La culminación de un proceso, es algo que se espera con ansias. Sin embargo, el final del camino no es lo más importante, sino disfrutar la esencia del viaje. Será entonces, a través de estas líneas, que analizaremos la última parte de éste, mi viaje de aprendizaje.

Materializar todo lo que se aprende en las aulas, es un desafío y el examen más arduo que uno debe rendir: Confrontar la teoría con la realidad. Justamente ese es el objetivo del proceso de práctica profesional y el Primer Capítulo contempla los aspectos formales del lugar y labores de este periodo:

- ✓ Presentación de la Cámara Nacional de Comercio (CNC) -institución donde me desempeñé como Asistente de Relaciones Internacionales-, entidad poseedora de la experiencia y la tradición mercantil de Chile desde mediados del siglo XIX.
- ✓ Revisaremos las principales tareas asignadas y aquellas actividades, propias del quehacer de una organización gremial como la CNC, en las cuales pude colaborar y ser un aporte en su realización.

- ✓ Reflexión de los aspectos más relevantes del trabajo de práctica, una evaluación personal sobre los Logros obtenidos y las Dificultades enfrentadas en mi neófito incursión en el mundo laboral.

Al estar inmersos en una sociedad que cambia vertiginosamente, es necesario -para cualquier profesional- estar atento a las tendencias y, en su observancia, analizar las causas y las posibles soluciones o alternativas ante la aparición de un nuevo escenario. En el Segundo Capítulo, veremos cómo la formación académica en la escuela de Administración de Negocios Internacionales (ANI), reforzó las aptitudes personales y fundamentó un exitoso desempeño laboral.

Y es en este periodo experimental que se detectó una carencia, no en cuanto a formación, sino a cómo la escuela de ANI se está relacionando con su entorno y, principalmente con aquellos actores que tienen mayor incidencia en que los profesionales egresados, puedan entregar su conocimiento y sus ideas en beneficio de la sociedad: La Vinculación con el Mercado Laboral.

Analizaremos el concepto de Vinculación y cómo éste se une y se aplica a las Universidades y, especialmente a la escuela de ANI. Conoceremos algunas formas de cooperación y vinculación académico-profesional, de manera de comprender cómo obtener beneficios concretos de este tipo de alianza.

También conoceremos la experiencia de otras instituciones de educación superior en vincular tanto a sus profesionales como a sus egresados con el mercado laboral.

Una vez analizada la carencia de vinculación, habiendo comprendido su significado y alcance, así como cuan importante y necesaria es para una institución de educación superior, estamos en condiciones de plantear una propuesta concreta que dé solución al asunto que nos convoca. En el Tercer Capítulo, conoceremos la propuesta formal para lograr la Vinculación académico-profesional. Se entrega una pauta o guía inicial que sea el comienzo del proceso de enlazar a ANI con su medio ambiente, ofreciendo una serie de actividades que nos acercan al objetivo final.

## **CAPITULO I:**

### **Práctica Profesional en la Cámara Nacional de Comercio de Chile**

#### **Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile**

La Cámara Nacional de Comercio (CNC) es una federación gremial nacional fundada en Valparaíso, el 6 de agosto de 1858, por un grupo de comerciantes que buscaba organizar la función comercial, definir sus prácticas y coordinar su accionar. En sus inicios el gremio estuvo compuesto por 128 miembros representantes de las más diversas actividades comerciales.

Entre sus principales trabajos iniciales se destaca una activa participación en:

- Redacción de ordenanza de aduanas.
- Estudio del Código del Comercio.
- Determinación de tarifas generales de comisiones.
- Fijación de costumbres y usos mercantiles.
- Solución de dificultades mercantiles por medio del arbitraje comercial, entre muchas otras materias.

En 1925, bajo el directorio de René Poudensan, la entidad se constituyó como Cámara Central de Comercio de Chile, incorporando a diferentes cámaras



provinciales y asociaciones gremiales especializadas. En 1943, trasladó la sede a Santiago gracias al esfuerzo de su entonces presidente don Adolfo Ibáñez Boggiano.

En 1989 la Cámara Central de Comercio incorporó el área Servicios, y en 1991 el área Turismo, constituyéndose como Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC).

La CNC, constituida por 24 Cámaras de Comercio Territoriales desde Arica a Punta Arenas, 32 Asociaciones Especializadas, 11 Cámaras de Comercio Binacionales y 25 empresas socias, representando de esta forma a más de 30.000 empresas en todo el país.

Actualmente la Cámara es una de las seis ramas productivas de la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) y está vinculada a casi la totalidad de los países del mundo a través de sus respectivas Cámaras de Comercio.

### Objetivos CNC

La Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo desde sus inicios , ha tenido como objetivos fundamentales, la defensa de los intereses de cada socio,

buscando la profesionalización del gremio, para de esta forma dignificar la actividad comercial y convertirse en el interlocutor válido frente a las autoridades.

Para lograr estas metas, la CNC cuenta con distintas áreas de trabajo.

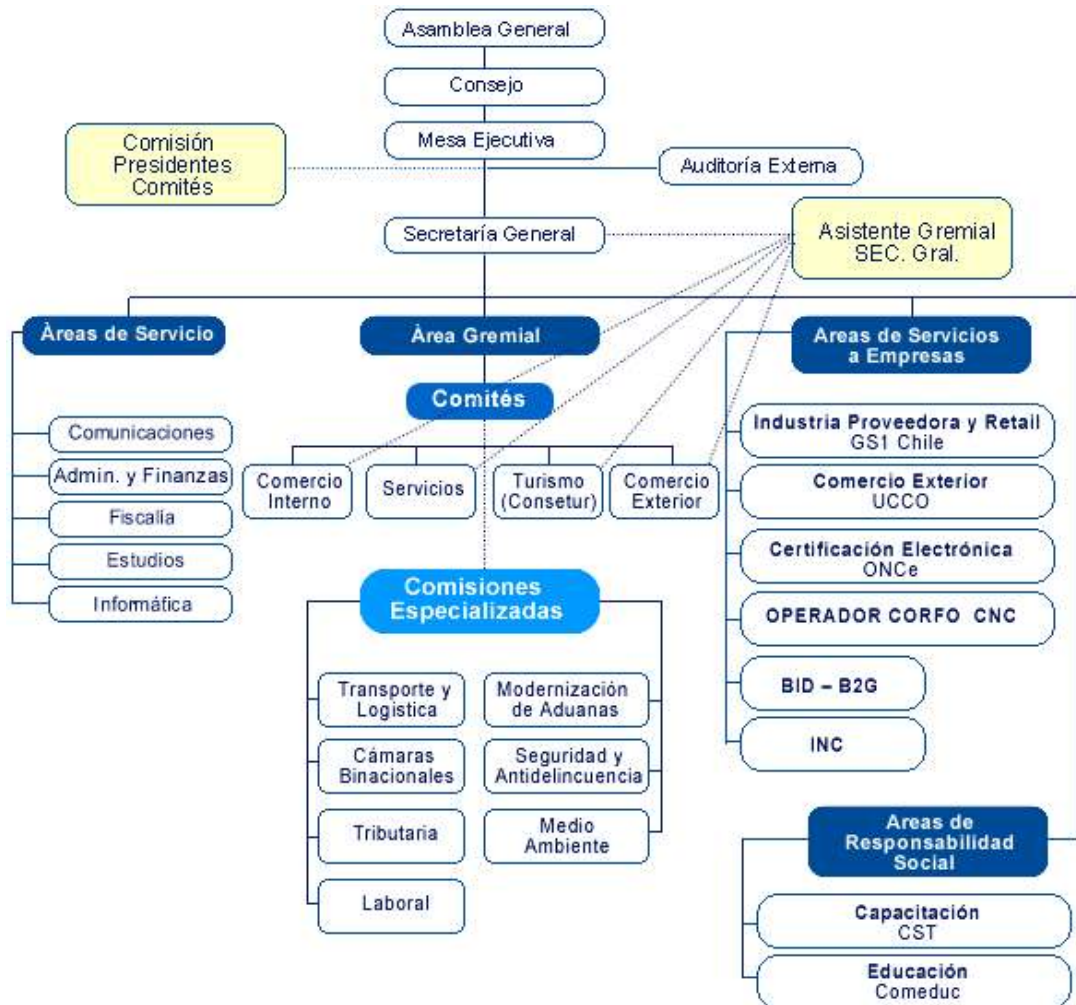
Objetivos Estratégicos:

- ✓ Gestión gremial eficiente y eficaz
- ✓ Incidir en la agenda pública y medial
- ✓ Generación de alianzas y redes
- ✓ Desarrollo y fortalecimiento organizacional
- ✓ Búsqueda de sustentabilidad.

Misión CNC

Liderar el desarrollo de sus asociados mediante la gestión gremial, orientándolos hacia la obtención de los recursos necesarios para mejorar su emprendimiento y responsabilidad social, respetando los principios de la libre empresa, interactuando con organismos públicos y privados, nacionales e internacionales, otorgando servicios de calidad, y generando los recursos necesarios para su cumplimiento en forma eficiente y eficaz.

## Organigrama<sup>1</sup>



## Área Gremial Internacional

Esta área cubre distintos aspectos relacionados al Comercio Internacional, para lo cual existe la instancia del Estamento de Comercio Exterior, el cual se ha planteado como objetivos principales:

<sup>1</sup> Organigrama a la fecha del periodo de práctica profesional Ene-Mar 2006.

- ✓ La representatividad de la CNC en el ámbito de las relaciones internacionales y el comercio exterior.
- ✓ La defensa de los legítimos intereses de sus asociados en materia de comercio exterior.
- ✓ La promoción y facilitación del comercio exterior.
- ✓ Vincularse con las principales Organizaciones públicas y privadas, Cámaras de Comercio y entidades de promoción en el exterior y a nivel nacional.

El Estamento Comercio Exterior de la CNC reúne a las entidades asociadas vinculadas con exportación, importación, servicios al comercio exterior, transporte, cámaras bi-nacionales y las cámaras territoriales de comercio a través de sus Directores Internacionales Regionales. Sus principales líneas de acción se han basado en los tres últimos años en los siguientes temas:

- ✓ Consejo Público-Privado para el Desarrollo Exportador, en concordancia con la Agenda Exportadora País
- ✓ Modernización de Aduanas, Transporte y Logística
- ✓ Tratados de Libre Comercio: Estados Unidos de América, Unión Europea, India, China y Japón, entre otros.
- ✓ Comisiones Administradoras de los Acuerdos de Complementación Económica en el marco de ALADI.
- ✓ Comercio Exterior y Medio Ambiente

- ✓ Responsabilidad Social Empresarial y Comercio Exterior
- ✓ Giras al Exterior / Visitas en Chile
- ✓ Publicaciones:
  - Comentarios de Coyuntura Comercio Exterior
  - Boletín Mensual de Comercio Exterior
  - Manuales “Cómo Hacer Negocios en ...”
- ✓ Seminarios / Talleres
- ✓ Integración con Regiones

### **Descripción del Cargo**

*Asistente de Relaciones Internacionales*, dependiente del Gerente de Relaciones Internacionales.

Funciones del cargo:

- ✓ Atender a los gremios que integran la CNC y a los que están constituidos en regiones, en las consultas que se orienten a la gestión internacional.
- ✓ Propuesta y redacción de informes, así como el seguimiento de temas en el área internacional.
- ✓ Investigación de contenidos de apoyo en la preparación de exposiciones de algunos integrantes del comité.
- ✓ Información de apoyo para el área de Estudios.

- ✓ Apoyo para la coordinación, producción y desarrollo de eventos que realice la CNC y que tengan relación con al área: seminarios, talleres de trabajo, entre otros. Esta labor implica la coordinación con el área de Comunicaciones.
- ✓ Coordinación de reuniones con especialistas, académicos, delegaciones, misiones empresariales, entre otras.
- ✓ Asistir -según requerimientos- a la Presidencia en las actividades de dicha área.

Mi desempeño como Asistente de Relaciones Internacionales en el departamento de Relaciones Internacionales, fue realizado en compañía de los siguientes profesionales:

- Sr. Alex Thiermann Isensee. Segundo Vicepresidente CNC y Presidente del Comité de Comercio Exterior
- Sr. Cristian Novión Boisier. Gerente de Relaciones Internacionales y Comercio Exterior
- Sr. Gonzalo Pizarro Rodríguez. Ejecutivo Internacional<sup>2</sup>
- Sr. Leopoldo Medina Salas. Asesor Presidencia CNC<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Actualmente Gonzalo Pizarro se desempeña como Gerente del Consejo Superior de Turismo Vª Región, en la Cámara Regional de Comercio, de Valparaíso.

<sup>3</sup> El Sr. Medina no pertenece al departamento de Relaciones Internacionales jerárquicamente, sino físicamente.

### **Razones que motivaron la elección de la Práctica**

En la búsqueda de experiencia y desarrollo profesional, me di cuenta que llevar a cabo este proceso me permitía experimentar y poner a prueba los conocimientos adquiridos en las aulas de ANI, así como incorporar otros en el ejercicio de la misma.

Por otra parte, desempeñarme en uno de los núcleos del comercio en Chile, como es la Cámara Nacional de Comercio, podía permitirme un amplio aprendizaje no solo sobre el comercio, sino también los servicios y el turismo, así como una mejor inserción al mundo laboral, una vez egresada de la universidad, dada la red empresarial que confluye en la CNC.

Razones por las cuales me comuniqué con la CNC y le manifesté mi interés en llevar a cabo mi práctica profesional en dicha institución, petición que fue acogida a la brevedad, comenzando mis actividades el día 2 de Enero de 2006.

### Objetivos del trabajo de práctica

Ante la aceptación de mi requerimiento de práctica profesional, me propuse dos objetivos a lograr durante el periodo en cuestión.

- ✓ *primero*, aprender el desempeño del cargo asignado, de manera de ser capaz de cumplir con los propósitos del mismo y ser un apoyo a mis compañeros de trabajo y a mis superiores. Ser capaz de desarrollar actividades tanto de manera independiente, como trabajando en equipos dentro del departamento o con otros. Y de esta forma, cooperar en la consecución de los objetivos y planes de la institución.
- ✓ *segundo*, conquistar el respeto de mis compañeros de trabajo y superiores, trabajando y siendo evaluada como una profesional más del equipo. Para esto, consideré fundamentales la actitud profesional, el respeto y la labor bien realizada.



## **Descripción de Tareas y Actividades**

Las Tareas y Actividades realizadas durante mi periodo de Práctica Profesional, las he clasificado en las siguientes categorías:

- Actividades Técnicas
- Actividades Comunicacionales
- Actividades de Vinculación y Cooperación
- Actividades Administrativas

### **Actividades Técnicas**

Estas actividades y tareas pueden definirse también como de Análisis o de Estudio, dado que comprendieron la investigación y redacción de *Informes*, los cuales se preparan en la Cámara Nacional de Comercio y son dirigidos a todas las Cámaras Regionales y/o Binacionales asociadas.

En la CNC, cada departamento tiene aspectos que cubrir y sujetos que informar. En el caso del departamento de Relaciones Internacionales, las materias de estudio son Comercio Exterior, Legislación Internacional del Comercio, Logística y Transporte, entre otros. Y los sujetos a informar son principalmente: público interno de la institución, cámaras regionales y bi-nacionales asociadas, y empresas vinculadas.

Los informes que realicé y/o en los que participé, fueron los siguientes<sup>4</sup>:

- Situación Arancelaria al 1° de Enero del 2006: siendo ésta mi primera designación de tareas al inicio de este periodo. Este informe se realiza periódicamente, en especial cuando se inicia la vigencia de un nuevo tratado o acuerdo internacional, de manera que los socios estén al tanto del escenario impositivo. Es un informe sencillo, que contiene información práctica y concisa. Se envía a las cámaras regionales y los demás asociados de manera de otorgarles datos concretos que ayuden a su gestión internacional.
- Tramitación Aduanera China: este informe se compone de los tres aspectos más relevantes de la tramitación aduanera en la República Popular China. 1°, Importación; 2°, Exportación; y 3°, Certificados Sanitarios, Fitosanitarios y de Calidad. Para la realización de este informe, utilicé la información que proporciona el Ministerio de Comercio de la nación asiática. Otro recurso utilizado fue la investigación realizada durante mi periodo académico, denominada “Conociendo China para iniciativas de negocios”. (*Anexo I*)
- Plan de Desarrollo Empresarial, Cámara Chilena de la Construcción: este informe fue requerido por la Presidencia y me fue instruido por el Asesor de Presidencia, en el marco de la cooperación interdepartamentales. Para lograr

---

<sup>4</sup> Los Informes mencionados están contenidos en Anexos.

la concreción de este documento, mantuve contacto con el Sr. Gonzalo Delia, Jefe Programa de Desarrollo Empresarial C.Ch.C., quien me proporcionó material de primera fuente para su confección. (*Anexo 2*)

- Investigación y Apoyo en Exposiciones, generalmente para apoyar un relato o un discurso de una autoridad. Se reúne la información y se organiza en formato digital, de una manera atractiva y clara. Tanto para las visitas de los Presidentes de Panamá y Ecuador se prepararon presentaciones para apoyar el discurso inicial del Presidente de la CNC. Así también, ante el viaje de representación a Fortaleza, Brasil, del Sr. Jorge Martínez<sup>5</sup>, se me encomendó la realización de una presentación con los principales aspectos de la economía chilena y los hitos más relevantes en la relación Chile-Brasil (*Anexo 3*).

La realización de estos informes no siempre depende exclusivamente del Departamento Internacional, sino que se realizan en colaboración con otros departamentos, como el de Estudios, Gremial, Presidencia entre otros. Esto resulta en un trabajo en equipos multidisciplinarios, por lo que las relaciones humanas dentro de la organización se ven favorecidas de este ejercicio.

Otra actividad técnica es la *Asistencia en materia internacional* a empresas y cámaras binacionales asociadas, ocasión en la cual se les entrega información sobre

---

<sup>5</sup> Sr. Jorge Martínez, Presidente de la Cámara Chileno-Brasilera y Director CNC.

eventos tales como Seminarios, Congresos o Ferias de distintos rubros, tanto en Chile como en el Extranjero.

Tal es el caso de la Feria Expocomer, que anualmente organiza la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá, realizada del 8 al 12 de Marzo del 2006, en Atlapa, Panamá. A ésta asistieron representantes de la Cámara, a través de un stand y la participación en este evento, se gestó durante la visita del Presidente de Panamá y su delegación el 20 de Enero del mismo año y coordinada por el área Internacional.

### **Actividades Comunicacionales**

Mantenerse en contacto con el entorno es fundamental para llevar buenas relaciones con nuestro público externo: Asociados, clientes potenciales, Gobierno, Comunidad, Empresas, Proveedores, entre otros. En este contexto, el Departamento Internacional envía saludos protocolares con motivo de efemérides, como aniversarios de empresas, nombramientos de nuevas autoridades gubernamentales – especialmente de aquellos ligados al comercio- o de ejecutivos en empresas u organizaciones relacionadas a la institución gremial.

## **Actividades de Vinculación y Cooperación**

La vinculación y la cooperación internacional son fenómenos que se están desarrollando cada vez con más fuerza en nuestro país y con mayor antigüedad en otros. Es por esto que la CNC se planteó la necesidad de crear instancias de vinculación y cooperación en materia de comercio, servicios y turismo y, de esta forma fortalecer la cooperación pública y privada, impulsando el proceso de desarrollo exportador y fomentando los focos productivos en las regiones.

Otro aspecto importante de la vinculación y la cooperación, consiste en adherir al proyecto gubernamental de enfatizar en la Imagen País, promoviendo encuentros empresariales y misiones comerciales a distintos países. Tal es el caso de la misión de empresarios de Guangdong, China, a la Región de Valparaíso en marzo del 2006. Actividad en la que la CNC prestó su colaboración en la gestión de dicho encuentro.

Las actividades de mayor trascendencia que se organizaron y realizaron en la CNC durante mi periodo de práctica profesional y, en las cuales colaboré en su gestión y realización, fueron las siguientes:

Visita Presidencial y Encuentro Empresarial Chile-Panamá: esta actividad se realizó el día 20 de Enero del año en curso y contó con la presencia del Excelentísimo seños Martín Torrijos, Presidente de la República de Panamá, junto a una delegación de 25 empresarios de dicho país. También contamos con la presencia de las autoridades de la CNC y 23 empresarios chilenos de las áreas de interés de los empresarios panameños.



Señor Pedro Corona Bozzo Presidente de la CNC y Excelentísimo señor Martín Torrijos Presidente de la República de Panamá.

Visita Presidencial y Encuentro Empresarial Chile-Ecuador: esta actividad se realizó el día 24 de Enero de este año y en ella participaron una delegación comercial encabezada por el Excelentísimo señor Alfredo Palacio, Presidente de la República de Ecuador, los cuales compartieron un desayuno, en dependencias de la CNC, con otros 24 representantes del empresariado chileno.



Pedro Corona Bozzo Presidente de la CNC, Alfredo Palacio Presidente de la Republica de Ecuador, Héctor Valencia Vicepresidente CNC

Encuentros Presidentes con motivo del cambio del mando presidencial en Chile:

Encuentro Privado con su Excelencia señor Evo Morales Aima, Presidente de la República de Bolivia: esta reunión se llevó a cabo la mañana del 11 de marzo en el Hotel Sheraton San Cristóbal, la cual fue gestionada en coordinación con la Cámara de Comercio de Bolivia. Dicho encuentro se realizó en el marco de las actividades oficiales programadas por el Gobierno Boliviano, durante la permanencia del Primer Mandatario de dicho país.



Pedro Corona Pdte. CNC y Evo Morales  
Presidente de Bolivia



Raúl Dell'Oro Segundo Vicepresidente CNC  
Pedro Corona Pdte. CNC  
Guillermo Morales Pdte Cámara Nacional de  
Comercio de Bolivia  
Alex Thiermann Tercer Vicepresidente CNC  
Clemente Cámara Secretario General CNC

Visita Oficial Príncipe Alexander Von Sachsen, Alemania: realizada el viernes 17 de marzo en dependencias de la CNC, con el objeto de promocionar el Estado de Sajonia. Esta actividad se gestó en coordinación con la Embajada de Alemania en Chile.



Pedro Meiss Director CST, Alteza Real Alexander Prinz Von Sachsen, Alex Thiermann Tercer Vicepresidente de la CNC y Presidente del Comité de Comercio Exterior.



Alteza Real Alexander Prinz Von Sachsen firma libro de visitas Ilustres CNC

Preparación Misión China de Guangdong a Valparaíso: Para los días del 6 al 10 de marzo del 2006 estuvo prevista la visita de personeros de Gobierno y 60 Empresarios de Guangdong, República Popular China, a la Región de Valparaíso. La organización del encuentro lo realizó la CNC en coordinación con la Cámara Regional de Valparaíso.

Lo principal era asegurar una contraparte de empresarios chilenos, acorde los intereses de aquellos provenientes de China, de manera de ofrecer las condiciones



necesarias para sostener todo tipo de reuniones tendientes a concretar vínculos para futuros negocios. Esta actividad fue positivamente evaluada tanto por las autoridades regionales en Valparaíso, como en Guangdong, y observada por las autoridades de la región de Coquimbo para ser replicada con posterioridad.

De esta forma, la CNC adhiere a una política nacional de vincularse con la nación asiática, potenciando a Chile como plataforma de negocios para que los países de Asia se relacionen con el resto de Latino América.

### Protocolo y Etiqueta

En relaciones internacionales, los protocolos minimizan las complicaciones causadas por diferencias culturales cuando varias naciones trabajan en conjunto. Por acuerdo, los protocolos forman un conjunto de reglas que son ampliamente conocidas e independientes de las costumbres de las naciones. Los protocolos diplomáticos minimizan los malos entendidos, pues cada uno sabe como actuar y como interpretar las acciones de otros.

Al preparar y llevar a cabo un evento, hay muchos aspectos a considerar, tales como:

- ✓ Precedencia, es decir colocar en un orden correcto a personas de distintos ámbitos, culturas, méritos, cargos, etc. Tarea compleja, pues se debe tener en consideración que la precedencia no marca únicamente el orden de relevancia de los invitados, sino que a partir de ese orden se establecen otros, como el de intervención o el de entrada a un lugar, etc.

Existen diversos criterios para establecer la precedencia, tales como el de Antigüedad cuando se repite el cargo, de Representatividad, Alfabético, de Alternancia, de Asimilación para la/el cónyuge de la autoridad, y por último pero no menos importante, el Criterio del Sentido Común, el más utilizado en función de la pericia y la experiencia de la persona a cargo.

En Chile, muchas organizaciones gubernamentales y relacionadas suelen establecer sus propios órdenes de precedencias, para sus autoridades e invitados.

Particularmente, la Cámara Nacional de Comercio, en función de su organigrama ha establecido la precedencia para sus autoridades y, según las características del evento y de sus invitados, los departamentos de Comunicaciones y Relaciones Públicas junto al departamento que origina el evento, determinan la precedencia de los invitados.

- ✓ Banderas e Himnos, no hay encuentro, reunión, recepción, o cualquier otro tipo de acto donde no figuren las banderas y los himnos, ya sea dentro del ámbito local o del ámbito internacional. Dada la imposibilidad de contar con todas las banderas y los himnos -de países, empresas u organizaciones-, cuando se acerca un evento, la CNC se contacta con quien pueda proveerle de lo necesario para el evento, ya sea la Embajada, Consulado, empresa u organización respectiva.
  
- ✓ Discursos, previo a la ejecución del evento, ha de realizarse una comprobación de los equipos de entrada y salida de audio y video, tales como micrófonos, parlantes, proyectores, etc. Esto puede variar según el tamaño de la sala y el número de invitados. Es importante también, establecer los tiempos que tendrá cada interventor para hacer su discurso, de manera de no retrasar la actividad.
  
- ✓ Maestro de Ceremonias, en la mayoría de los casos, este rol lo asume don Pedro Corona, Presidente CNC. En ocasiones en que el presidente no puede participar, el rol lo asume aquél más idóneo para la ocasión.
  
- ✓ Banquetería. Cuando un evento incluye la presencia de alimentos o bebidas, dada la envergadura de éste, la CNC está capacitada para atender reuniones pequeñas. Sin embargo, si se trata de una mayor concurrencia, se encomienda esta función a una Banquetera, a la cual se le solicitan dos o tres opciones. Tanto el personal de la CNC como aquellos de la empresa contratada, son instruidos respecto de la

precedencia de los invitados y de los tiempos y la forma en que deberán intervenir.

- ✓ Material de Apoyo, en algunos casos pueden necesitarse informes o documentos para hacer entrega a los invitados, los cuales se preparan con anticipación y se concretan el día anterior al evento.
  
- ✓ Plan de Contingencia, siempre existen circunstancias no previsibles, por lo tanto hay que plantearse un escenario negativo de la situación y crear procedimientos alternativos a lo establecido.

Con tanto detalle, es fácil olvidar alguno. Por lo que decidí confeccionar una lista con todas las tareas, la persona responsable de cada una y los tiempos establecidos para cada ítem, así se generó una herramienta que facilitaría la gestión de los eventos: algo así como un “*checking list*”. De esta forma, no solo se establecen claramente las responsabilidades, sino que existe mayor certeza de que cada detalle esté siendo cubierto por alguien.

El mayor desafío en la planificación de estas actividades, reside en que para lograr un evento exitoso, en gran medida depende de la concurrencia de personas claves, que significan un “*gancho*” para que otros se motiven a participar también. En ambientes de negocios, las agendas de los altos ejecutivos empresariales, suelen

estar fijadas con más de un mes de anticipación. Esto requiere un esfuerzo significativo de persuasión y de insistencia, para lograr que la invitación les sea llamativa y luego para que la asistencia sea confirmada con anterioridad al evento. Cuando se tiene de 8 a 15 invitados se puede manejar, pero cuando los asistentes ascienden a más de 40 o 50 personas, obtener las confirmaciones es un esfuerzo administrativo que requiere de mucho tiempo y paciencia.

### **Actividades Administrativas**

Las Actividades Administrativas están presentes en todos los niveles de la jerarquía institucional y son específicas dadas las funciones del puesto y las características propias del departamento.

- ❖ Toma de Actas, en sesiones de:
  - Comité Estamental de Comercio Exterior
  - Comisión de Logística-Aduana
  - Cámaras Binacionales
  
- ❖ Realización de Bases de Datos: la recopilación de información para concretar una base de datos, es un proceso exhaustivo y demanda gran cantidad de tiempo. Sin

embargo, una vez confeccionada, es que se dificulta la labor, pues implica una periódica actualización de los datos incluidos.

Para evitar la repetición del mismo proceso de creación de base de datos, cuando se intenta actualizarla, se puede ahorrar tiempo aprovechando cada ocasión de comunicación con quienes integran esta amplia referencia, solicitándole una corroboración de los datos que se poseen. Esto no tomará más de dos minutos y será muy provechoso para su mantener los datos al día.

Durante mi paso por la CNC, confeccionamos una base de datos de las Cámaras de Turismo y otra de las Cámaras Binacionales existentes en Chile y en gran parte del globo.

Hoy en día, una gran herramienta de ayuda para la elaboración de estas referencias es Internet, especialmente para los datos generales –como nombre legal, dirección de la matriz, teléfonos, fax, e-mail de contacto, etc.- de aquellas entidades internacionales y de grandes corporaciones. Para acceder a información más detallada, como el nombre del presidente o gerente, e-mail personal, nombre del asistente, entre otros; es recomendable comunicarse directamente con la central telefónica de la entidad, presentarse y solicitar los datos que se busquen. Siempre es mejor obtener lo que se necesita desde la misma fuente.

❖ Administración de la Correspondencia del Área Internacional. La correspondencia como medio de comunicación, ha sido utilizada por el hombre desde hace muchos años y, a lo largo del tiempo se han ido perfeccionando sus normas y estilos, desde la tradicional carta comercial hasta el actual e-mail, siendo este último una forma más rápida de envío de información y/o comunicación.

Sin embargo existen aspectos formales, propios de cada institución y de cada líder, en cuanto a estilo, puntuación, estructura, uso de isotipo y presentación, entre otros, que caracterizaron la correspondencia de la CNC y, particularmente del departamento de Relaciones Internacionales de esta institución.

En cuanto al envío de correspondencia, manejé tanto la propia del Departamento de Relaciones Internacionales, la cual estaba bajo mi responsabilidad y control, así como la que se emitida por parte de la Presidencia, en la cual cooperé en algunas instancias.

Por tanto, en el correcto manejo de las comunicaciones escritas en Relaciones Internacionales, debe existir una conciliación entre la base teórica de Redacción y los aspectos propios de la organización en que se desempeñen las funciones.

Además de la redacción, otro aspecto importante de la correspondencia es el control y archivo de la misma. Este aspecto no era cubierto de la mejor forma a mi llegada al departamento, por lo que sugerí hacer algunas mejoras al sistema, incorporando un libro de Registro de Correspondencia que considerara los aspectos fundamentales cada mensaje. Éste se divide en dos apartados: *Recibidos* y *Despachados*, estructurados de la siguiente forma:

- Número Correlativo
- Fecha
- Origen/Destino
- Asunto
- Responsable

Esto permitió llevar un control adecuado de la correspondencia del departamento y lograr un seguimiento de la misma.



## **Logros y Dificultades**

### **Logros**

Conseguir el **Respeto** de mis compañeros de trabajo, no evaluándome como estudiante en práctica, sino como una profesional más. Siendo esto observado por el Asesor del Presidente y concretado en una felicitación por una labor desempeñada exitosamente y en corto tiempo.

La experiencia del **Trabajo en Equipo** es para mi uno de los mayores logros profesionales, el aprender a confiar y a delegar en los demás tareas y actividades. Esto principalmente, en la preparación y ejecución de Seminarios y Reuniones de gran concurrencia.

Al trabajar en equipos, lo más importante es que exista una clara definición de las tareas de cada uno, estableciendo responsabilidades y tiempos, y un sentido de compromiso hacia el resultado, de esta forma cada integrante planifica sus quehaceres de manera de cumplir con estos en los plazos fijados.

Otro aspecto importante del Trabajo en Equipo, es la presencia de un líder, ya sea definido por la jerarquía propia de la institución o surgido de manera natural entre los integrantes del grupo.

### *Dificultades*

En cuanto a las **Relaciones Personales** dentro de la organización, pude percibir cierta tensión entre determinadas personas, lo cual en más de una oportunidad, entorpeció la labor a realizar. Dado el carácter temporal de mi estadía en la CNC, consideré que lo mejor en estos casos es no involucrarse en los conflictos en la medida que no afectaran directamente mis labores.

La existencia de roces entre funcionarios es muy normal en cualquier organización con un número importante de personas trabajando. El desafío para cualquier profesional es dejar de lado las diferencias y aunar las potencialidades de cada uno en beneficio del objetivo final. Muchas veces, serán estas diferencias las que unidas pueden lograr sinergia en un equipo de trabajo.

## **CAPITULO II:**

### **La Vinculación**

*“Casi todos nosotros nos hemos visto a veces impulsados, aun cuando el impulso haya sido breve, a intervenir en la solución de los problemas de la sociedad, y casi todos nosotros sabemos muy bien que nuestra tarea es dejar un mundo algo mejor de como lo encontramos”. Cyril Joad*

Durante el desarrollo de mis actividades como Asistente de Relaciones Internacionales en la Cámara Nacional de Comercio, pude experimentar y poner a prueba cotidianamente, una infinidad de conceptos y conocimientos adquiridos en mi formación en la escuela de Administración de Negocios Internacionales. Algunas veces de manera conciente y metódica, especialmente en aquellos casos en que existe mayor tiempo para concretar alguna medida. Como al realizar un informe o un estudio cuyo plazo de entrega permite cierta flexibilidad para trabajarlo celosamente. Generalmente esto ocurre en los informes periódicos, pues éstos se preparan con anticipación a la fecha de envío, habiendo variadas instancias de revisión y perfeccionamiento del mismo.

Y en otras instancias, la formación se manifiesta inconsciente y espontáneamente, fruto del más profundo aprendizaje, develando aspectos teóricos que uno cree haber olvidado. Esto suele ocurrir en instancias en que el tiempo apremia, y se muestra en forma de instinto en decisiones o actitudes de rápida ejecución. Un caso recurrente es cuando asisten a un evento, un número mayor al considerado respecto de las confirmaciones al mismo. Aquí y en otras instancias similares, lo importante es ser capaz de prever casos como éste, pero cuando la situación te toma por sorpresa, hay que buscar una solución rápida, eficiente y discreta, de manera de salir airoso de cualquier imprevisto.

La formación teórica en materia de Organismos Internacionales y en cuanto a Legislación Internacional, fueron una fortaleza y una ventaja en el desempeño de mis funciones. Así también sucedió en cuanto al manejo del idioma inglés, lo cual me permitió comunicarme fluidamente con personas de habla inglesa, tanto en persona como vía telefónica o, por escrito.

De esta forma, lo que en gran medida permitió que mi desempeño laboral fuese bien evaluado y acorde a los niveles y estándares exigidos en materia profesional, fue un conjunto de elementos entregados por la escuela de ANI. Mas no solo los conocimientos y los fundamentos teóricos hacen de nosotros buenos profesionales, sino también la generosidad de los académicos en la transmisión de sus experiencias y de los métodos y hábitos en el mundo laboral. Y no solo aquellas

instancias más favorables y llenas de éxito, sino también aquellas de mayor complejidad o de fracaso, de las cuales surgieron ideas y soluciones creativas que lograron ilustrar la realidad laboral más allá de los libros.

Sin embargo, más allá del desempeño de mis funciones en el área de Relaciones Internacionales, pude detectar una necesidad o carencia que puede ser crucial en el futuro de otros profesionales egresados de las escuelas de Administración de Negocios Internacionales: *La Vinculación con el Mercado Laboral*.

Al estar inmerso en el entorno de negocios, alternando con los distintos entes participantes, los principales signos de esta carencia de vinculación se hacen claros:

- ✓ En primer lugar, un fuerte desconocimiento de la carrera y de qué lugar debieran ocupar en una empresa. Muchos ejecutivos no conocen el perfil del egresado de ANI e ignoran cuanto podemos contribuir a los objetivos de la institución, como profesionales multidisciplinarios.
- ✓ Y segundo, se le confunde con una carrera técnica en Comercio Exterior, limitando el margen de acción del profesional. El primer signo, concibe al segundo, pues frente a la duda, prevalece la miopía de considerar que sólo manejamos los aspectos operativos del comercio internacional, restringiendo las posibilidades y las opciones de desempeño.

Esto ha derivado en que un alto porcentaje de los egresados ha tenido dificultad de encontrar un trabajo en el cual desempeñar lo aprendido en la escuela de ANI y, muchos otros se ocupan en áreas no relacionadas al comercio internacional. Son contados los casos de licenciados de ANI que se desempeñan laboralmente, acorde a su formación y aptitudes y, que han podido sentar un precedente de cuan relevante pueden ser como profesionales en sus lugares de trabajo.

A la fecha, han egresado tres generaciones de ANI. Sin embargo, los integrantes de este proceso de formación, no han asumido el compromiso, ni se han involucrado en perseguir, como objetivos primordiales, la colocación laboral, ni han desarrollado las tareas tendientes a posicionar la carrera como una herramienta en la gestión del comercio internacional.

## **Definiciones**

Comprendamos mejor la terminología. El significado y los alcances de la vinculación en las instituciones de educación superior, requiere considerar tres conceptos: *vinculación*, *difusión* y *extensión*. De esta forma, esperamos establecer claramente el objeto de la presente propuesta.

***Vinculación***, según el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia, es la *acción y efecto de vincular*; a su vez, la palabra vínculo se entiende como *la unión o atadura de una persona a una cosa*.

***Extensión***<sup>6</sup>, es la acción o efecto de *extender o extenderse*; por su parte extender, significa *hacer que una cosa, aumentando su superficie, ocupe más lugar o espacio que el que antes ocupaba*.

***Difusión***<sup>7</sup>, es la *acción o efecto de difundir o difundirse*; por su parte difundir significa *extender, esparcir, propagar físicamente*.

De lo anterior, se desprende y entiende que entre las nociones de difusión y extensión hay cierta proximidad, al referirse a la propagación del objeto. En cuanto a

---

<sup>6</sup> Según el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española.

<sup>7</sup> Idem

la vinculación, su principal característica es la finalidad de atar o unir dos entes. Aunque, si bien es cierto, la vinculación, también puede buscar la difusión y la extensión de la misma cosa.

En las últimas décadas la vinculación ha tomado un lugar fundamental en las instituciones de educación superior y dado que ANI es una carrera nueva en el mercado, con solo tres generaciones de egresados, es aún parte del proceso el posicionarla como una oferta de valor para aquellas empresas o instituciones que tengan presencia en el área internacional o, que deseen integrarse a esta instancia de negocios.

Así, ANI debe usar la vinculación no solo como una modalidad de colocación laboral de sus miembros, sino también como una estrategia que contribuya al fortalecimiento de la vida académica y al continuo mejoramiento de los profesionales que egresen de sus escuelas.



## Formas de Vinculación

En cuanto a las formas de Vinculación universidad-empresa, el concepto suele referirse a convenios formales. Sin embargo, el contacto informal entre el sector productivo y el académico suele ser más fructífero y efectivo que las conexiones explícitas. En ese sentido, podemos definir la “vinculación no tradicional”, como aquellas actividades propias de la relación, *a toda labor física o intelectual realizada con carácter permanente u ocasional, con recursos humanos y materiales compartidos*<sup>8</sup>. Las actuales formas de cooperación o vinculación son múltiples y variadas, a saber:

- ✓ **Prestación de servicios académicos**, a través de consultoría y asistencia técnica.
- ✓ **Investigación y desarrollo experimental**
- ✓ **Proyectos de innovación tecnológica**, innovaciones inducidas por la tecnología, el mercado o la interacción de los mismos.
- ✓ **Proyectos de desarrollo e ingeniería.**
- ✓ **Programas de formación de recursos**, programas de maestrías flexibles, especialización, cursos a distancia, cursos de actualización, mejoramiento profesional y educación continua.
- ✓ **Servicios científicos y tecnológicos.**

---

<sup>8</sup> Un modelo de unidad de vinculación universidad-empresa: Funindes – Universidad Simón Bolívar. Venezuela.

- ✓ **Servicios informáticos.**
- ✓ **Centros de investigación y unidades técnicas.**
- ✓ **Empresas conjuntas**, modalidad durable y altamente eficiente, fruto de la identificación de proyectos de investigación cuyos resultados presentan ciertas expectativas de ser explotados sobre una base comercial donde la universidad no tiene fortalezas
- ✓ **Parques tecnológicos e incubadoras de empresas**, forma moderna de cooperación próxima a la universidad, con infraestructura de administración y espacio de alta calidad. Permite que las empresas obtengan beneficios derivados de la presencia universitaria.
- ✓ **Licencias de explotación**, forma tradicional de transferencia tecnológica de la universidad a la empresa, donde las invenciones universitarias son cedidas mediante una licencia de explotación en condiciones contractuales bien definidas.
- ✓ **Uso de instalaciones universitarias**, la empresa utiliza espacios y equipos que no les son disponibles: bibliotecas, salas de reuniones, infraestructura recreativa y equipos de investigación.
- ✓ **Reclutamiento de futuros profesionales**, muchas empresas se favorecen de los programas de pasantías en la industria, pues reclutan futuros profesionales.
  - Apoyos financieros a estudiantes que realizan investigaciones relacionadas con la industria.
  - Intercambio de personal: practicas profesionales, pasantías, etc.
  - Organización conjunta de seminarios y conferencias.

- Apoyo al establecimiento de cátedras.
- Estímulo y premios a investigadores, profesores y estudiantes.

La diversidad de modalidades de vinculación es tan extensiva como lo sean las ideas y las capacidades de colaboración entre sus miembros.

## **Relación Universidad-Empresa**

Según Solleiro<sup>9</sup>, existen motivaciones específicas para realizar la vinculación. *“La universidad ve a la industria como fuente de recursos financieros y pretende hacer contribuciones intelectuales de importancia para la sociedad, en muchos casos a través de las empresas, mientras que la empresa pretende tener acceso a recursos humanos calificados a través de las universidades, tener una ventana abierta hacia la ciencia y la tecnología y en algunos otros casos tener acceso a las instalaciones y equipos universitarios”*.

En un comienzo, el periodo de aprendizaje y entendimiento entre universidad y empresa debe concebir un marco reglamentario para la puesta en marcha de los diferentes esquemas de vinculación. Este marco reglamentario debe definir con claridad, los criterios de evaluación de la calidad del trabajo, como de las remuneraciones que recibirán aquellos involucrados en dicho intercambio.

Sin embargo, en la relación Universidad-Empresa, como en cualquier otra, existen diferencias. En este modelo de interacción, las incompatibilidades están dadas por la orientación y los objetivos de las partes. La universidad se orienta a la generación y difusión de conocimientos de gran impacto, en lo posible, en la

---

<sup>9</sup> Solleiro J.L, Gestión de la Vinculación Universidad -Sector Productivo, Vinculación Universidad Sector Productivo, Centro Universitario de Desarrollo CINDA, Santiago de Chile. 1990

búsqueda del bienestar social. Por su parte, la industria y la empresa de servicios, en un contexto capitalista, tienen objetivos de utilidad, de manera que sus requerimientos se dirigen a la solución de sus propios problemas. Así los valores de los privados, no buscan la difusión sino la apropiación de los resultados.

De cualquier forma, existe una percepción generalizada de que los beneficios a partir de la relación universidad-empresa, son mayores que los problemas. En consecuencia, la vinculación en ANI deberá ser valorada en la medida en que se pretenda construir enlaces y acuerdos sólidos con el sector productivo, para contribuir efectivamente a la solución de problemas de la sociedad. Es este sentido, la alianza con empresas o entes estatales, constituye una prioridad, pues el desarrollo de proyectos con estos tiene un impacto positivo muy evidente en la sociedad.

Es importante destacar que contribuir a que una empresa, independiente del tamaño, mejore su competitividad y logre mejorar sus mercados y ganancias, contribuye con la dinámica nacional, por lo que, a final del cuentas, la misma sociedad recibe beneficios a través de empleos, dinero en circulación, incremento de la demanda, etc.

## **La Experiencia en Vinculación**

Como señala la historia, las universidades han respondido a la necesidad de formar recursos humanos destinados a consolidar el Estado y las organizaciones productivas. Sin embargo, actualmente, *la vinculación demanda una visión más moderna que vaya más allá de la formación de profesionales*<sup>10</sup>. Así el estudio de algunas experiencias, nos permitirá tener un marco de referencia de cómo se ha entendido la vinculación. Dado que resulta imposible hacer referencia a todas las instancias de vinculación, se ha considerado estudiar sólo algunos casos representativos: El desarrollo de la vinculación en Estados Unidos; el Massachussets Institute of Technology, Estados Unidos; el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México y, la Pontifica Universidad Católica de Chile.

### **El Desarrollo de la Vinculación en Estados Unidos**

En 1940, con motivo del inminente ingreso de los Estados Unidos de América a la Segunda Guerra Mundial, los académicos de las universidades de ese país, empezaron a ser llamados para colaborar en diversos proyectos orientados al fortalecimiento militar de aquella nación. Los resultados favorables de esta colaboración revelaron que dentro de las universidades existía un amplio potencial

---

<sup>10</sup> Moctezuma, Patricia y Mungaray, Alejandro, *La reorganización universitaria orientada por la vinculación*. ANUIES, 1996.

para transformar el conocimiento que ahí se cultivaba en innovación tecnológica susceptible de ser aplicada en la industria.

A partir del fin de la guerra, el gobierno de los Estados Unidos decidió conceder amplios apoyos a las instituciones de educación superior para el desarrollo de investigación básica y aplicada, bajo la firme creencia que las universidades, tarde o temprano retribuirían a la sociedad con los conocimientos que generaran. Así, la universidad dejaba su tradicional aislamiento de la sociedad para convertirse en una institución capaz de interactuar con diversos actores y escenarios.

Este modelo en buena medida, ha servido de ejemplo en otros países para la adopción de medidas análogas orientadas al fortalecimiento de sus sistemas de educación superior. Pero al mismo tiempo ha sido útil para identificar nuevos actores interesados en los productos de las universidades y, consecuentemente, dispuestos a financiar sus actividades.

El contrato entre Monsanto Corporation y la Universidad de Harvard fue pionero en este tipo de colaboración. En virtud de dicho acuerdo, Monsanto pagaría a Harvard veinte millones de dólares en un periodo de doce años, a cambio Harvard daría a Monsanto licencias exclusivas para la explotación de las patentes que se generaran con los fondos recibidos. Así, se establecía una pauta para otras universidades y empresas.

### **El Massachussets Institute of Technology**

El *Industrial Liaison Program* (Programa de enlace industrial), con que cuenta el Massachussets Institute of Technology (MIT), data de 1948, por lo que fue precursor en su género. Éste tiene como fin, estimular la cooperación productiva entre el MIT y la industria a través de alianzas personalizadas y flexibles.

Existe una cuota anual de membresía que da derecho a las empresas suscriptoras a participar en discusiones informales con profesores e investigadores, recibir información acerca de los últimos avances realizados en investigación y educación, conocer anticipadamente oportunidades en patentes y establecer contacto con otras áreas y recursos del MIT. Los miembros, reciben la publicación mensual *The MIT Report*, con noticias sobre resultados de investigación, nuevos campos de oportunidad, eventos y actividades dentro del campus. También reciben la publicación *Research at MIT*, que reporta anualmente un listado de todos los proyectos de investigación en curso, incluyendo resúmenes breves de cada uno.

En promedio, el Programa organiza cada año más de 30 seminarios y simposios sobre diversos temas de actualidad y más de 500 visitas de profesores del MIT a laboratorios y plantas industriales en los Estados Unidos, Europa y Japón.

Cabe señalar que el *Industrial Liaison Program* es solo una de las opciones de vinculación existentes en el MIT, pues éste también realiza investigación patrocinada



por empresas medianas y pequeñas. Además también existen proyectos con patrocinadores individuales.

### **Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México**

El Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) es un organismo de educación superior de México. Desde su nacimiento ha estado permanentemente ligado a la industria a través de sus órganos directivos formales y mediante acciones y programas específicos.

Su misión es el desarrollo de recursos humanos altamente capacitados, con especial sesgo hacia la industria. Además de un continuo esfuerzo innovador en cuestión de tecnología educativa, ha introducido una diversidad casi interminable de modalidades de vinculación universidad-empresa.

Uno de sus múltiples programas para vincularse, lo constituyen las llamadas “escuelas prácticas”. Se tratan de programas de trabajo en alguna industria, normalmente en el periodo de vacaciones de verano, en donde participan alumnos dirigidos por un profesor del ITESM. Los estudiantes obtienen créditos académicos por su participación en este programa.

Otro ejemplo es el *Programa Emprendedor*, el cual genera entre los estudiantes no sólo las actitudes y habilidades críticas para emprender, sino también verdaderas empresas en gestación, algunas de las cuales sobreviven a la etapa académica. Además, este proyecto ha originado el establecimiento de otras actividades de apoyo, tales como un fondo de capital de riesgo.

Una de las características más significativas de los programas descritos es sin duda la profunda integración entre educación, investigación y aplicación. Varias de las modalidades mencionadas desembocan, con frecuencia, en la transferencia de personal de alta calificación del ITESM a la industria, lo que a su vez asegura la existencia de interlocutores capaces para sostener e incrementar la vinculación en el futuro.

### **Pontificia Universidad Católica de Chile**

La Pontificia Universidad Católica de Chile integra todas sus acciones de vinculación con las empresas en el “Programa UC-Empresa”, el cual, adicionalmente a las metodologías de transferencia que han sido efectivas durante décadas, utiliza nuevas formas de vinculación como son los Centros, Programas, Fundaciones y Sociedades Anónimas, de las cuales ya tienen experiencias exitosas.

El Programa UC-Empresa es presidido por el Rector. Cuenta con un

Directorio formado por destacados empresarios y académicos, siendo responsabilidad del Directorio definir e implementar sus políticas generales y líneas de desarrollo, dentro de las líneas generales de la Universidad. Es decir, las materias de estudio y desarrollo son definidas en conjunto con los empresarios. En todo proyecto los empresarios son parte desde sus inicios, participando en su control y evaluación a través de los mecanismos que ellos mismos definieron en el Directorio. El Programa tiene un Consejo Consultivo integrado por los Decanos de las Facultades, que realiza la coordinación con las distintas facultades.

Estos proyectos de acciones conjuntas entre los centros universitarios de investigación y las empresas están apoyados por los Fondos Concursables, en los cuales la universidad participa como unidad ejecutora. Esta modalidad de financiamiento se complementa con la modalidad de pago contra proyectos específicos.

Estos ejemplos de vinculación son muy clarificadores de los beneficios a los cuales, tanto Universidad como Empresa pueden acceder mediante las más diversas alianzas y estrategias conjuntas. La vinculación académico-profesional ofrece ventajas para todos los integrantes de la relación, los cuales no necesariamente deriven en una cuestión monetaria, lo cual resulta aún más atractivo para las partes.

Sin embargo, estos elaborados planes de acción no se gestan de un día para otro; es necesario primero dar origen a una instancia que cree lazos informales entre los diversos actores. De esta forma, estableciendo una incipiente vinculación, se puede cimentar las bases de una futura relación que sea capaz de gestar sólidas alianzas estratégicas entre las aulas y el sector productivo, sustentables a lo largo del tiempo.

## **CAPITULO III:**

### **La Vinculación Académico-Profesional en la Escuela de ANI**

#### **Propuesta de Oficina de Vinculación Profesional**

La escuela de ANI, pese a entregar diversas herramientas que avalan un buen desempeño de sus profesionales, carece de un instancia que conecte a sus futuros Administradores de Negocios Internacionales, con el mundo laboral. Esta conexión puede darse de diversas maneras, a través de una Práctica Profesional, una Bolsa de Trabajos Ofrecidos, posibilidad de realizar asesorías o reemplazos, entre otros.

La carrera es nueva, por lo tanto la tarea de potenciarla como una necesidad empresarial debe ser responsabilidad de todos los integrantes de ella y de la Universidad como garante de impartirla. Es por esta razón que este proyecto apela a todos los actores para que se involucren en la Difusión y Posicionamiento de la carrera en el mercado laboral.

A partir de este análisis, surge el planteamiento de una **Oficina de Vinculación Profesional**, la cual posea las herramientas necesarias para potenciar la inserción al mercado laboral de los estudiantes y egresados de las escuelas de ANI.

## **Misión**

Vincular la escuela de ANI y a todos sus integrantes con el entorno laboral y profesional. Difundir y Posicionar la escuela de ANI como cuna de profesionales integrales, multidisciplinarios y especialistas en Negocios Internacionales.

## **Organización**

La Oficina de Vinculación Profesional, sería un ente dependiente de la Dirección de ANI. Sería la Dirección la encargada de vigilar su accionar y apoyarla en su gestión.

La vinculación de ANI se concibe como un trabajo de equipo, donde la escuela, centros de investigación, docentes, alumnos y los demás integrantes de la comunidad académica coincidan en que es parte fundamental de sus funciones y que se requiere interactuar con los diferentes estratos de la sociedad para lograr este objetivo.

Para conseguir este nivel de compromiso, la Dirección deberá impulsar la participación de los planteles y dependencias académicas, identificar prioridades y alentar el desarrollo de políticas institucionales orientadas a fomentar y consolidar las acciones de vinculación.

## **Financiamiento y Recursos**

La oficina de vinculación profesional se plantea de la base de que hoy, no existe una instancia que haga las labores planteadas, así como los recursos asignados para su consecución.

Por esta razón, en una primera fase, lo más importante en cuanto al financiamiento de esta oficina, es usar los recursos ya existentes en la escuela de ANI, tanto humanos como materiales. Así, en la medida que se obtenga cooperación de organizaciones externas, ésta sea siempre para mejorar el funcionamiento y gestión de la misma y no para compensar una elevada inversión inicial.

En cuanto a recursos humanos, se considera al Centro de Alumnos un pilar fundamental y un proveedor de éstos, a través del alumnado. Y será éste, como principal beneficiario de la Oficina, el que deberá manifestar con mayor vehemencia su compromiso y responsabilidad en la vinculación profesional de sus integrantes.

Analicemos, a continuación los recursos humanos y materiales con los que debería contar la Oficina para un efectivo funcionamiento:

## **Recursos Humanos**

Ejecutivo de Vinculación: de preferencia Relacionador Público o con manejo en Comunicaciones. Éste tendrá a su cargo, la tarea de negociar los acuerdos de colaboración con las organizaciones y empresas regionales; orientando sus esfuerzos a la realización de las actividades descritas anteriormente, tendientes a lograr la ansiada vinculación profesional.

Asistente Administrativo: de preferencia con buen manejo comunicacional y con nociones de labores administrativas. Deberá confeccionar y actualizar los motores de búsqueda que soportan a la oficina. Agendar reuniones y presentaciones del Ejecutivo de Vinculación a organizaciones y empresas.

Estudiantes: Dos a cuatro estudiantes de ANI, los cuales de manera voluntaria asistirán en la organización de eventos y actividades de vinculación, recolección de datos, entre otras actividades. Los estudiantes que participen activamente, recibirán un certificado de participación, otorgado por la Dirección de la escuela de ANI.



## **Recursos Materiales**

Equipo Computacional: Dos computadores, uno para cada profesional, ambos con acceso a internet y correo electrónico institucional.

Impresora: Una impresora con conexión a ambos equipos computacionales e insumos para ésta.

Equipo Telefónico: Un línea telefónica para la oficina.

Oficina: Un espacio físico donde desempeñar sus funciones, con capacidad para 2 personas en forma estable y para los alumnos que colaboren ocasionalmente, cuando el trabajo desempeñado sea de mayor volumen.

Artículos de Oficina.

## **Modalidades de Vinculación**

Para comenzar con el proceso de Vinculación, se recomienda contar con el apoyo de organizaciones que se comprometan con nuestros objetivos. En consecuencia, reunirse con ejecutivos de empresas y entidades comerciales, será el inicio de este desafío. Lo medular es negociar un **Patrocinio**, el cual puede ser un acuerdo para intercambiar publicidad a cambio de asumir la responsabilidad de apoyar un evento o actividad de la carrera. Así, aquellos *patrocinadores* obtendrán notoriedad, mientras que el *patrocinado* -ANI- puede ahorrar recursos importantes

Sin embargo, no es la única forma de ayuda que pueden brindar aquellos que se vinculen a ANI, también se puede utilizar la figura del **Auspicio**. Existiendo diversas formas para hacerlo:

- Aporte en premios o regalos. La clave en este punto, es el Merchandising, es decir, usar los productos de la empresa o institución como obsequio para los asistentes a un seminario. También puede colaborar con premios en un concurso de proyectos.
- Aporte en dinero. Este suele ser el más buscado y, también el más escaso. Puede ser un aporte en dinero a la oficina, colaboración en la obtención de otros recursos, tales como uso de dependencias o recursos de la institución auspiciadora.

Y a cambio de estas formas de auspicio, se puede acordar la misma retribución que en el caso del Patrocinio. Así la entidad promociona su imagen y/o productos en un evento académico, incrementando su prestigio y reforzando su posición de liderazgo al darse a conocer a nuevos mercados.

En ambos casos, Patrocinio y Auspicio, aquella entidad que decida hacerlo, lo hará con aquellos proyectos más afines a sus objetivos. Por lo anterior, es importante conseguir apoyo por parte de las más diversas entidades, así poder contar siempre con la colaboración de empresas u organizaciones.

La propuesta es ambiciosa y desafiante. Y para lograr los objetivos propuestos, hemos de desarrollar las más diversas actividades para poner a ANI en el mapa de los negocios.

### **Actividades y Tareas de Vinculación**

Lograr la tarea de vincular a la escuela de ANI con su entorno de negocios implicará desarrollar programas de marketing y promoción, ofreciendo su principal producto: la capacidad intelectual de sus miembros.

#### **Seminarios, Jornadas y Simposios**

Esta actividad tiene como objetivo involucrar a personajes del mundo laboral con el mundo académico. Ha de convocarse a especialistas o expertos en la materia en cuestión y desarrollar el tema desde diversos ángulos a través de intervenciones de el/los expositor/es, docentes y alumnado. Debe contar con espacios de convivencia que permitan a los alumnos generar contactos y vincularse con el mercado del trabajo.

Estos debieran realizarse de manera periódica, de forma que se cree un vínculo permanente y sólido, entre alumnado y empresariado. La organización y realización de estas actividades, debiera estar apoyada por el Centro de Alumnos, el cual puede convocar al alumnado a participar voluntariamente.

Los nuevos estilos de gerencia y administración han reconocido, en el capital intelectual, a uno de los activos más importantes en toda organización. Así,

apoyando a la vinculación se ha de promover el desarrollo de grupos de investigación que contribuyan a la solución de problemas contingentes en nuestra sociedad.

#### Exámenes de Grado con presencia de Ejecutivos

Esta invitación tiene una doble finalidad. Por una parte, permite que el sector productivo se involucre en la evaluación de nuestros profesionales. Un segundo beneficio es que el empresario conozca al alumno que está siendo evaluado y pueda surgir de allí una oferta laboral concreta o un vínculo que pueda beneficiar su ingreso al mercado laboral.

#### Asesoría a estudiantes y egresados

Cuando se acerca el momento de enfrentarse al mercado laboral, aparecen dudas sobre materias de colocación laboral, tales como la redacción de un buen Curriculum Vitae y carta de presentación, cómo prepararse para una entrevista, entre otros. Para resolver estas dudas y facilitar el tránsito desde la universidad al trabajo, propongo se organicen dos charlas o talleres anuales con entes especializados en esta materia<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Trabajando.com, Laborum, Addeco RR.HH., según acuerdo.

### Vinculación a Bolsas de Trabajo

Aprovechar las ventajas de Internet y colocar vínculos en el sitio web de la carrera<sup>12</sup> a las Bolsas de Trabajo existentes hoy en la red. Allí, los interesados pueden ingresar sus antecedentes académicos y profesionales y postular a las ofertas que aparecen diariamente, en forma gratuita. Esta es una herramienta gratuita que muchos desconocen y que facilita la conexión al mundo laboral.

### Cupos en Ferias y Seminarios Empresariales

Periódicamente, los distintos sectores empresariales organizan ferias, seminarios y congresos de las más diversas áreas. La Dirección de la carrera, apoyada por las autoridades de la universidad, podría obtener cupos de asistencia o participación, de manera que permanentemente asista un grupo de estudiantes, acompañados por un académico.

Esto tiene dos ventajas: permite promocionar la carrera y exponer el perfil del Negociador Internacional, de manera que el empresariado comprenda los beneficios que puede obtener de contar con un profesional especializado en mercados internacionales. Por otra parte, los alumnos que asistan pueden obtener su propia red de contactos en el empresariado, gestionar una pasantía o una práctica profesional o incluso concretar una oferta laboral. Esta asistencia de estudiantes ha de ser rotatoria,

---

<sup>12</sup> [www.negociosinternacionales.cl](http://www.negociosinternacionales.cl)

de manera que esto no sea un beneficio de pocos, sino una opción para todo el alumnado.

### Contacto con Egresados

Mantener contacto con los alumnos ya insertos en el trabajo, ofrece una retroalimentación para la escuela, respecto de las necesidades del mercado laboral, en cuanto a formación y tendencias. La ventaja de esto, es que la información proviene de una fuente primaria. En otro aspecto, si se produce un requerimiento de profesionales donde se encuentre algún egresado de ANI, esta solicitud se deriva a aquellos que cumplan con el perfil solicitado, facilitando también la inserción laboral.

### Concurso de Proyectos

Muchas veces, grandes ideas surgen en el mundo académico y, si no son canalizadas hacia alternativas de financiamiento, se pierden y se olvidan. La creación de un Concurso de Proyectos, que cuente con el respaldo de una institución financiera o alguna empresa -en función de sus necesidades-, puede conducir estos proyectos más allá del papel y concretar lo que puede ser un negocio rentable<sup>13</sup>.

### Práctica Profesional

Un factor clave en la inserción laboral es la generación de contactos y la gestación de confianzas a través de un buen desempeño en la práctica profesional. Sin embargo, el

---

<sup>13</sup> Ver *Anexo 4*. Ejemplo experiencia Concurso Emprende Duoc

periodo reglamentario de práctica profesional es muy breve como para sentar un precedente en cuanto a aptitudes y capacidades y, además es una opción para el alumno el realizarla o no. Al establecer una práctica profesional obligatoria en el programa académico y que tenga una mayor duración, puede resultar en una futura inserción laboral.

Las actividades descritas están orientadas a que tanto alumnado, docentes y escuela se vinculen efectivamente con el mercado laboral y que éste conozca a sus integrantes y los considere un producto rentable para su gestión. En otras palabras, hay que hacer un esfuerzo de marketing para posicionar la escuela de ANI como fuente de capital intelectual.



## **Proyecciones para la Oficina**

Así como vimos en los ejemplos de vinculación, muchas instituciones han creado instancias formales de alianzas con la empresa y el Estado. Pero dichas estructuras, para lograr ese grado de consolidación, tuvieron también inicios menos formales y más trabajosos.

Lograr una entidad con ese alcance de vinculación y cooperación, puede ser una realidad para la escuela de ANI y también para la Universidad de Valparaíso en su conjunto. Y ampliar su grado de acción será un proyecto a largo plazo para la oficina y, seguramente implicará una participación y colaboración total de la institución, pero así mismo, sus beneficios serán extensivos a la mayoría de los integrantes de ésta.

Dado que los recursos son escasos, la propuesta de valor de este proyecto implica la propia gestión de recursos. Así, una vez consolidada la Oficina de Vinculación Profesional, ésta deberá evolucionar hacia la propia sustentabilidad, haciendo uso de sus conexiones y vínculos, deberá crear servicios que le reporten ingresos, así como alianzas concretas en las que sea remunerada por sus acciones.

## REFERENCIAS

- CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIAS Y AGRICULTURA DE PANAMÁ. [www.panacamara.com](http://www.panacamara.com)
- CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO, [www.cnc.cl](http://www.cnc.cl)
- CONCURSO EMPRENDE DUOC. [www.emprende.duoc.cl](http://www.emprende.duoc.cl)
- DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, de la Real Academia Española. [www.rae.es](http://www.rae.es)
- DOS SANTOS S., A., *“Evolución institucional de la vinculación de la universidad con el sector productivo”*, Vinculación Universidad Sector Productivo, Centro Universitario de Desarrollo CINDA, Santiago de Chile.
- INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY, MÉXICO. [www.itesm.mx](http://www.itesm.mx)
- LÁSCARIS-COMNENO, Tatiana. *“Condiciones de Éxito para la Vinculación Universidad-Empresa”*. Memorias IX Seminario de Innovación Tecnológica ALTEC. México, 2003.
- MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (MIT). [web.mit.edu](http://web.mit.edu)
- MOCTEZUMA, Patricia y Mungaray, Alejandro, *“La reorganización universitaria orientada por la vinculación”*. ANUIES, 1996.
- PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE. Programa UC-Empresa. [www.puc.cl/uc-empresa](http://www.puc.cl/uc-empresa)
- RIES, Al y Trout, Jack, *“Posicionamiento: la batalla por su mente. Cómo ser percibido en un mercado superpoblado”*.
- SÁNCHEZ, Dolores M. et al., *“Vinculación entre los sectores académico y productivo en Estados Unidos y México”*. México ANUIES. 1996.

- SOLLEIRO J.L, “*Gestión de la Vinculación Universidad -Sector Productivo*”, Vinculación Universidad Sector Productivo, Centro Universitario de Desarrollo CINDA, Santiago de Chile. 1990.
- UNIVERSIDAD SIMÓN BOLIVAR, “*Un modelo de unidad de vinculación universidad-empresa: Funindes – Universidad Simón Bolívar*”. Venezuela.
- WAISSBLUTH M., “*Regulación Académica de la Vinculación*”, Vinculación Universidad Sector Productivo, Centro Universitario de Desarrollo CINDA, Santiago de Chile. 1995.

## ANEXOS

### *Anexo 1*

#### **Informe: Tramitación Aduanera en la República Popular China**

##### **I. Breve introducción a la Tramitación Aduanera de Importación en China:**

##### **1. Trámites aduaneros de importación,** pueden resumirse en cuatro aspectos:

- (1) Declaración de las mercancías a la Aduana, a través de un formulario electrónico.
- (2) Revisión de la Aduana, primero por el sistema informático y luego por el Centro de Revisión de Declaraciones, ambos pueden solicitar una re-declaración en caso de disconformidad.
- (3) Presentación de documentos en la oficina de operaciones aduaneras, tras la notificación electrónica oportuna. La Aduana examinará las mercancías con o sin notificar al declarante.
- (4) Desaduanamiento de las mercancías, cuando el consignante/consignatario haya pagado los derechos o impuestos, o entregado una garantía.

##### **2. Formalidades o normativas concernientes a los licencias de importación:**

De conformidad con las *Normativas sobre Licencias de Importación*, Orden N°27 (2004), del Ministerio de Comercio de la República Popular China, éste es responsable de la administración de las licencias de importación a nivel nacional. Para acceder a licencias de importación, debe postularse con antelación a la operación.

##### **3. Mercancías sujetas a control de contingentes:**

En China, las mercancías de importación no están sujetas a control de contingente. No obstante, la importación de ciertas mercancías está sujeta al otorgamiento de licencias.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Listado de Mercancías sujetas al control de Licencias Automáticas de Importación, Orden 26, 2004.

**4. Tiempo promedio para el despacho de las mercancías de importación:**

La Aduana China está en condiciones de garantizar el despacho y desaduanamiento de la mayor parte de las mercancías de importación/exportación dentro de un día de trabajo. Con la excepción de las que deban cumplir exigencias de control, análisis y/o cuarentena.

**5. Tramitación electrónica del despacho:**

Las mercancías que pueden ser desaduanadas 100% en forma electrónica por la Aduana China son principalmente las no relacionadas con licencias o derechos de importación/exportación. Los derechos por las mercancías gravables también pueden ser cancelados en línea.

**6. Documentos exigidos:**

Conocimientos de embarque/guías aéreas, facturas, listas de packing, contratos. (Para otras mercancías: Libro de Registro para Materiales Suplementarios, Libro de Registro para Procesamiento Comercial, Documento de Despacho para Mercancías Importadas, Permiso de Importación Automático para Productos Mecánicos y Electrónicos.)

**II. Breve Introducción a los Trámites Aduaneros de Exportación en China:**

**1. Trámites Aduaneros de Exportación**

Favor referirse a los “Trámites Aduaneros de Importación” tratados más arriba.

**2. Trámites o normativas relativas a las licencias de exportación:**

De conformidad con las *Normativas sobre las Licencias de Exportación*, Orden N°28 (2004), del Ministerio de Comercio de la República Popular China, éste es responsable de la administración de las licencias de exportación (licencias para contingente de exportación y licencias de exportación) a nivel nacional, para las cuales se debe postular con antelación a la operación de exportación.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Listado de Mercancías sujetas a Control de Licencias de Exportación, Boletín 78, 2004. Listado de Emisión Diferenciada para las Mercancías sujetas a Control de Licencia de Exportación, Boletín 97, 2004. Formulario de Revisión de las Técnicas de Exportación de Computadores. Listado de Productos Textiles sujetos a Licencias Automáticas de Exportación, Boletín 7, 2005.

**3. Mercancías sujetas al control de cupos de exportación:**

Las mercancías sujetas al control de cupos de exportación están detalladas en el *Listado 2005 de Mercancías Sujetas a Licencias de Exportación*, en el Boletín 78, 2004, emitido por el Ministerio de Comercio y la Administración General de Aduanas de la República Popular China.

**4. Tiempo promedio para el despacho de las mercancías de exportación:**

Favor referirse al “Tiempo promedio para el despacho de las mercancías de importación”, antes indicado.

**5. Tramitación electrónica del despacho:**

Favor referirse a la “Tramitación electrónica del despacho”, indicada más arriba.

**6. Documentos exigidos:**

Favor referirse a la “Documentos Exigidos”, indicada más arriba.

**III. Certificados Sanitarios y Fitosanitarios y Certificados de Calidad exigidos por la Aduana China:**

- Formulario de Despacho de Mercancías de Exportación/Importación,
- Licencia de Exportación/Importación para Especies en Peligro de Extinción,
- Certificado para la Importación/Exportación Permitida de Fauna Silvestre.

**IV. Honorarios por concepto del control de cambio extranjero en relación con lo recaudado o pagado por otras agencias gubernamentales a través de Aduanas:**

No existen honorarios conocidos como “honorarios por concepto del control del cambio extranjero” para el gobierno chino o la Aduana china.

**Para las respuestas a aquellas consultas que van más allá del ámbito aduanero, sírvase consultar los siguientes sitios web:**

- Ministerio de Comercio de la República Popular China: <http://www.mofcom.gov.cn>
- Comisión Nacional para el Desarrollo y la Reforma: <http://www.sdpc.gov.cn>
- Administración Estatal para la Protección Ambiental de China:  
<http://www.sepa.gov.cn>
- Administración Estatal de Cambio Extranjero : <http://www.safe.gov.cn>  
Administración Estatal para la Industria y el Comercio: <http://www.saic.gov.cn>

## Anexo 2

### Plan de Desarrollo Empresarial Cámara Chilena de la Construcción

#### Módulo A: Fortaleciendo la Gestión de Microempresarios

##### A1: Formación de Microempresarios

- Objetivos: Formar al Microempresario en Gestión, Administración y Producción o potenciar al emprendedor como Microempresario.
- Programa:
  - Entrega de un manual con contenidos y ejemplos prácticos
  - Generación de guías prácticas e interacción con ejemplos reales
  - Generación de herramientas con ejemplos didácticos
- Costo/Financiamiento:

Valor	UF 130
Aporte de C.Ch.C.	UF 110
Aporte participantes o socio C.Ch.C.	UF 20

##### A2: Gestión Empresarial

- Objetivos: Entregar a micro y pequeños empresarios de la construcción, herramientas de administración y gestión, mejorando sus competencias laborales y empresariales
- Programa:
  - Gestión en Administración
  - Gestión de Negocios
  - Gestión de Innovación y desarrollo
  - Legislación
  - Gestión de Personal y Empresarial
- Costo/Financiamiento:

Valor	UF 36 P/Participante
Franquicia Sence	UF 29 Aprox.





## B2: Sistema Evolutivo Pyme

- Objetivos: Instalar en las pequeñas y medianas empresas, un sistema de gestión basado en principios de mejoramiento continuo (NCh2909), con certificaciones intermedias, reconocidas por el mercado. Actualización tecnológica en sistemas administrativos para facilitar acceso al crédito

- Programa:

- Evaluación de competencias de los empresarios
- Capacitación
- Instalación de sistema de gestión de la NCh2909
- Actualización tecnológica de los sistemas administrativos

- Costo/Financiamiento:

Valor UF 600 P/Empresa

Aporte Corfo-SENSE UF 400

## **Módulo C: Integrado a la Pequeña y Mediana Empresa con sus Mandantes**

### C1: Desarrollo de Subcontratistas

- Objetivos: Integrar a los subcontratistas en la gestión de la empresa mandante. Mejorar la relación subcontratista/mandante

- Programa:

- Diagnóstico
- Desarrollo de mejoras de gestión
- Implementación de sistemas de gestión acorde a los estándares de los mandantes
- Evaluación y certificación de competencias laborales

- Costo/Financiamiento

Valor UF 650

Aporte CORFO Hasta 70%

### C2: Gestión de las grandes empresas en su relación con los Subcontratistas

- Objetivos: Implementar un sistema de programación, ejecución y control de cada proyecto de construcción en conjunto con los subcontratistas contará con evaluaciones objetivas y estandarizadas para optimizar resultados.

-

Programa:

- Mejoramiento del proceso de planificación y control, integración de subcontratistas y evaluación de desempeño
- Capacitación
- Estandarización de criterios y plan de evaluación
- Implementación de Software, metodología Last Planner

➤ Costo/Financiamiento

Valor UF 850

Franquicia SENCE UF 425

Aparte permite acogerse a ley de donaciones (ley 18681 art. 69)

### **Características de la NCh 2909: Sistemas de gestión - Requisitos fundamentales para la gestión PYME**

La nueva norma contiene básicamente seis ámbitos a los que las empresas deben atender:

- Estrategia y liderazgo (compromiso de la gerencia)
- Revisión de la información para la toma de decisiones tácticas y operativas (con un registro de las decisiones)
- Procesos relacionados con el cliente (revisión y comunicación de los requisitos del cliente, retroalimentación del cliente, atributos del producto o servicio, información de ventas)
- Gestión de personas (legislación laboral, previsional, higiene y seguridad, etc.)
- Gestión de recursos financieros y físicos (temas tributarios y contables, información de la situación financiera y resultados, resguardo de sus activos)
- Realización del producto o servicio (compras a proveedores, inventarios, aspectos ambientales de la operación de la empresa).

Fuentes de Información

- Artículo publicado en el Diario Financiero el día 21 de Enero de 2006.
- Contacto con Gonzalo Delia, Jefe Programa Desarrollo Empresarial C.Ch.C. [gdelia@cchc.cl](mailto:gdelia@cchc.cl)
- Sitio Web Cámara Chilena de la Construcción [www.cchc.cl](http://www.cchc.cl)

Anexo 3

Presentación Viaje a Fortaleza de Jorge Martínez  
Fragmento

<p><b>CHILE - BRASIL</b></p> <p>Fortaleza</p> <p>Jorge Martínez Rodríguez Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNCS) - Marzo 2005</p>	<p><b>CHILE</b></p> <p>COMPETITIVO ABIERTO A INVERSIONES NACIONALES Y EXTRANJERAS</p> <p>HONORABILIDAD Y RESPETO A LOS COMPROMISOS</p> <p>INTEGRADO INTERNACIONALMENTE</p> <p>LOGISTICAMENTE PREPARADO Y CON BUENA INFRAESTRUCTURA</p> <p>EQUIPADO PARA COMPETIR EN LOS GRANDES MERCADOS</p>																				
<p><b>Matriz Energética: Cooperación con Brasil</b></p> <p>América Latina y Chile cuentan con recursos naturales que requieren ser explotados con recursos financieros</p> <p><b>Propuesta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Credibilidad y Estabilidad regional para atraer Capitales</li> <li>Implementar Matriz Energética             <ul style="list-style-type: none"> <li>Supranacional</li> <li>Ajena a contingencia política</li> <li>Diversificación: gas natural, petróleo, energía solar, nuclear, hidráulica</li> </ul> </li> </ul> <p>Fuente: El Mercurio 9 de Junio 2005</p>	<p><b>Comercio Bilateral Chile - Brasil</b></p> <p>Intercambio Chile - Brasil (Millones US\$)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>Exportaciones</th> <th>Importaciones</th> <th>Saldo</th> <th>Intercambio</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2003</td> <td>2.023,7</td> <td>1.496,6</td> <td>527,1</td> <td>3.520,3</td> </tr> <tr> <td>2004</td> <td>2.945,4</td> <td>1.410,4</td> <td>1.535,0</td> <td>4.355,8</td> </tr> <tr> <td>1 Sem 2005</td> <td>1.512,3</td> <td>852,7</td> <td>659,6</td> <td>2.371,0</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: Banco Central</p>	Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo	Intercambio	2003	2.023,7	1.496,6	527,1	3.520,3	2004	2.945,4	1.410,4	1.535,0	4.355,8	1 Sem 2005	1.512,3	852,7	659,6	2.371,0
Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo	Intercambio																	
2003	2.023,7	1.496,6	527,1	3.520,3																	
2004	2.945,4	1.410,4	1.535,0	4.355,8																	
1 Sem 2005	1.512,3	852,7	659,6	2.371,0																	
<p><b>En definitiva: Chile, País Plataforma</b></p> <p>¿Por qué Chile es un buen socio con el mundo?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sólidos fundamentos.</li> <li>Bajo riesgo país.</li> <li>Economía abierta.</li> <li>Servicios eficientes.</li> <li>Infraestructura tecnológica.</li> <li>Fuerza laboral altamente capacitada. Buena calidad de vida</li> </ul> <p>CHILE PAÍS PLATAFORMA PARA NEGOCIOS HACIA TERCEROS PAÍSES. LUGAR IDEAL PARA EL ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS O INVERSIONES BRASILEIRAS.</p>	<p><b>Chile</b> All Ways Surprising</p>																				

#### *Anexo 4*

### **Concurso Emprende Duoc**

El concurso Emprende Duoc comenzó el año 2005 como una iniciativa de DuocUC y el Ministerio de Educación, donde se invitó a alumnos de DuocUC y de Enseñanza Media a presentar proyectos emprendedores.

Contradiendo todos los pronósticos, en la primera versión del concurso, se presentaron la no despreciable suma de 858 ideas de negocio, 450 de alumnos DuocUC y 408 de colegios.

El alto número de participantes, representados por todas las Escuelas y Carreras de DuocUC y en el caso de los colegios por muchas comunas del país de Arica a Punta Arenas, es un indicio de que los alumnos de todas las edades, vocaciones y lugares del país, tienen un enorme espíritu emprendedor.

Luego de un arduo proceso de selección, pues existían muchas ideas interesantes, se escogieron para la segunda fase, 40 ideas de DuocUC y 38 de Colegios. Dichos grupos clasificados asistieron a un curso de apoyo y durante dos meses, monitoreados por un profesor DuocUC desarrollaron su Plan de Negocios.

La siguiente etapa de selección fue más difícil aún, puesto que todos los grupos que presentaron su Plan de Negocios, demostraron gran profesionalismo y plasmaron en sus planes lo convencidos que estaban con su negocio. Como establecían las bases, se escogieron 12 proyectos finalistas, 6 por cada categoría.

Ante un Aula Magna repleta de compañeros e invitados especiales, los alumnos finalistas expusieron su Plan de Negocios en el marco del “Segundo

Encuentro de Educación en Emprendimiento”, el día 20 de Octubre de 2005, frente a un jurado compuesto por Sergio Arancibia (Gerente de División de Personas, Banco del Desarrollo), Phillip Arnold (Doctor en Administración de Empresas, Universidad de Northwestern, Chicago), Álvaro Bustos (Director Ejecutivo de Santiago Innova), Inés Mollo (Jefe de Plataforma Pequeñas Empresas, Banco Estado) y Alejandro Zamorano (Director de Sede Antonio Varas y Director de la Escuela de Administración y Negocios de DuocUC).

En la oportunidad, el Director de la Escuela de Administración y Negocios, Alejandro Zamorano, recalcó el arduo y buen desempeño de cada uno de los integrantes de los 12 grupos clasificados. “Felicito a todos los que participaron, ya que sin duda, el esfuerzo y entusiasmo de ustedes, permitió que el Concurso Emprende Duoc fuera todo un éxito. Los insto a seguir con esta actitud emprendedora”.