



MANUAL DEL EM PREN DE DOR



<http://hubalimentos.cl>



CONTENIDO

- 04 / **PRÓLOGO**
Vicerrector de Innovación y Transferencia Tecnológica.
- 05 / **DISEÑO DEL EMPRENDIMIENTO**
Un emprendimiento exitoso nace de ideas que buscan solucionar problemas y aprovechar oportunidades existentes.
- 07 / **MODELO DE NEGOCIOS**
La forma en la que la empresa configura sus recursos para atraer a sus clientes, satisfacerlos, generar ingresos y mantener su competitividad.
- 12 / **PLANIFICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO**
Labor fundamental al interior de una empresa, especialmente cuando ésta se encuentra en las primeras etapas de desarrollo.
- 13 / **PLAN DE NEGOCIOS**
La estructura es estandarizada y reúne los principales elementos que describen el quehacer de la empresa y que permiten evaluar su viabilidad y proyección.
- 19 / **LO QUE DEBES CONOCER ANTES DE CONSTRUIR Y FORMALIZAR TU EMPRESA**
Deberás conocer cuál es la figura legal que más te conviene, y esto dependerá en gran parte de si vas a emprender tú solo o en asociación con otras personas.
- 26 / **CONSTITUCIÓN DE TU EMPRESA**
La constitución de tu empresa es el primer paso para lograr su formalización y de esta manera poder realizar actividades económicas de manera legal.

- 31 / FORMALIZACIÓN DE TU EMPRESA**
Una empresa es totalmente formal cuando cumple todas las normas que le aplican de manera obligatoria.
- 37 / OBLIGACIONES Y RECOMENDACIONES PARA LA EMPRESA FORMALIZADA**
Las obligaciones tributarias de tu emprendimiento serán un proceso constante en la vida de un negocio.
- 44 / OBLIGACIONES Y RECOMENDACIONES PARA LA EMPRESA DE ALIMENTOS**
Conoce los requisitos asociados a las condiciones sanitarias de la instalación para la empresa de alimentos.
- 57 / INSTITUCIONES Y PROGRAMAS DE APOYO**
Revisa algunas de las entidades que pueden potenciar tu emprendimiento.
- 61 / CENTRO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN ABIERTA EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA**
Espacio colaborativo de trabajo altamente especializado enfocado en el emprendimiento y la innovación abierta en la cadena de valor de los alimentos.
- 69 / CASOS DE ÉXITO DE EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES**
Conoce las historias de cómo consiguieron convertir sus ideas en un emprendimiento exitoso.

PRÓLOGO

Mejorar la productividad, eficiencia y sustentabilidad en la Industria alimentaria chilena es un gran desafío.

Posicionar al país como uno de los líderes internacionales en este mercado nos motiva a adaptarnos a los nuevos entornos globales a través de una colaboración abierta y plural, para empapar a las empresas y emprendedores con una cultura pro innovación, considerando los nuevos avances científicos y tecnológicos.

Con el fin de incentivar la conexión de nuevos emprendedores con la industria alimentaria, el Hub Alimentos, con el apoyo de Corfo, están trabajando para contribuir, fomentar y apoyar la creación y el crecimiento de nuevos negocios de alto impacto (económico-social-ambiental). Este manual busca apoyar la formalización de nuevos negocios, especialmente la generación de productos con alto valor agregado.

El Manual del Emprendedor presenta en forma sistemática y sencilla los elementos fundamentales que deben ser abordados por quienes quieran montar y poner en marcha sus propios emprendimientos, así como la secuencia de pasos para ello. Propone definiciones conceptuales básicas provenientes de los ámbitos de la administración de empresas, el derecho comercial y tributario y la gestión de recursos humanos. Pero sobre todo contiene recomendaciones prácticas para los nuevos emprendedores, poniendo a su alcance las herramientas disponibles en los diferentes servicios públicos e iniciativas privadas involucrados en el proceso de gestar, formar y presentar en sociedad estos nuevos emprendimientos que, esperamos, sean la base de la nueva economía que construye nuestro país.

Pablo Villalobos Mateluna

Vicerrector de Innovación y Transferencia Tecnológica
Universidad de Talca



Diseño del Emprendimiento

Un emprendimiento exitoso nace de ideas que buscan solucionar problemas y aprovechar oportunidades existentes en organizaciones y/o personas, utilizando las habilidades y competencias del equipo emprendedor. Para ello, es importante considerar:

- 1 Del equipo emprendedor:
 - Habilidades y competencias
 - Redes
 - Debilidades
- 2 Del potencial cliente:
 - Dinámica organizacional/rutina personal
 - Contexto socio-cultural
 - Intereses
 - Relación con el entorno



Con base en las experiencias personales y en la observación del entorno, como emprendedor identificarás una infinidad de potenciales negocios, pero es importante seleccionar uno para comenzar. Para realizar esta selección, deberás establecer criterios de selección, los que dependerán de tus condiciones como emprendedor, así como de los aspectos relevantes que hayas identificado en tu mercado objetivo (clientes).

A partir de esta evaluación, podrás hacer un mapa general de tus alternativas como emprendedor, ayudándote a priorizar aquel negocio que mejor se adecue a tus capacidades y a las de tu equipo, y que cuente con la suficiente demanda para poder desarrollar tu negocio. En el caso de emprendimientos tecnológicos o basados en ciencia, la trayectoria es relativamente distinta a la de aquellos emprendimientos tradicionales, ya que requieren de un trabajo previo de investigación científica. En teoría, una investigación aplicada debe gestarse a partir de problemáticas y oportunidades identificadas en sectores de la sociedad y de la economía. Una vez conseguidos los resultados

de la investigación aplicada, éstos deben ponerse a disposición de quienes puedan utilizarlos para solucionar las problemáticas o aprovechar las oportunidades identificadas inicialmente. Para ello existen diversos mecanismos de transferencia, siendo uno de ellos el emprendimiento.

Los emprendimientos universitarios, originados a partir de resultados de investigaciones desarrolladas por académicos y/o estudiantes, por lo general presentan características innovadoras, lo que influye directamente en el modelo de negocios que el equipo emprendedor defina, y con ello, la estrategia que se escoja para llegar al mercado de destino y permanecer en él.

Modelo de Negocios

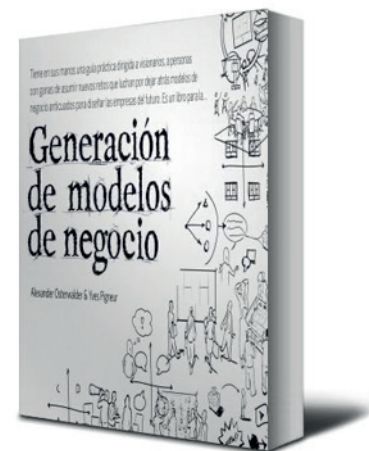
Corresponde a la forma en la que la empresa configura sus recursos para atraer a sus clientes, satisfacerlos, generar ingresos y mantener su competitividad.

Se identifica como el corazón del negocio, es lo que define el componente de diferenciación que tendrá la empresa respecto a sus competidores, y permite tener claridad de con quiénes se relaciona la empresa, para qué y cómo lo hace.

Las empresas de base tecnológica, por lo general incorporan en su modelo de negocios el desarrollo de actividades de investigación y desarrollo (I+D), y la relación con entidades pertinentes en esta materia, como es el caso de las universidades de origen, en el caso de los emprendimientos universitarios. Lo anterior se deriva de la alta tasa

de actualización tecnológica, capaz de dejar a productos y servicios obsoletos en un relativamente corto periodo de tiempo, por lo que el constante perfeccionamiento de productos y la especialización en nichos de mercado para la creación de nuevos productos y servicios, es una característica frecuente en este tipo de empresas.

Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en su libro "Generación de modelos de negocio" indican que "un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor". De acuerdo con esto, la estructura para



Libro "Generación de modelos de negocio", Alexander Osterwalder e Yves Pigneur

01

SEGMENTOS DE CLIENTE O MERCADO

Corresponde al conjunto de personas o entidades para quienes la empresa crea valor, es decir, sus clientes.

- **Mercado de masas:** atiende a público en general, no distingue segmentos.
- **Nicho de mercado:** atiende a segmentos específicos y especializados.
- **Mercado segmentado:** atiende a varios segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes.
- **Mercado diversificado:** atiende a varios segmentos que no están relacionados y presentan necesidades y problemas muy diferentes.
- **Plataformas multilaterales:** atienden a dos o más segmentos de mercado independientes. La plataforma cobra sentido para uno de los grupos de clientes sólo si también están presentes los otros grupos, aumentando su valor cuando el número de usuarios crece (efecto red).

02

RELACIÓN CON CLIENTES

Además de la forma en la que se entrega la propuesta de valor (producto/servicio), es relevante cómo la empresa se relaciona con cada uno de los segmentos de mercado a los que apunta, lo que se asocia a la experiencia de compra del cliente y por lo tanto en la imagen que éste se forma de la empresa –y que transmite a su entorno–, influyendo en la fidelización del cliente.

03

CANALES

Corresponden a los mecanismos que la empresa utiliza para llegar con su propuesta de valor al, o los segmentos de mercado seleccionados. Permiten entregar información a los clientes respecto de la propuesta de valor, realizar transacciones, realizar acciones de postventa, establecer y mantener un diálogo con el cliente, entre otros. Los canales por utilizar deben ser seleccionados de acuerdo con las características y preferencias del segmento de mercado y con las particularidades de la propuesta de valor.

04

PROPUESTA DE VALOR

Es el centro del modelo de negocios. Describe el conjunto de elementos que constituyen la oferta de la empresa para satisfacer la necesidad identificada en el cliente (segmento de mercado). En otras palabras, corresponda a la forma en la que la empresa crea valor para sus clientes.

05

ACTIVIDADES CLAVE

Corresponde a las acciones más importantes que debe realizar una empresa para tener éxito. Son necesarias para materializar la propuesta de valor y dar acceso a los clientes a ella, permitiendo generar ingresos.

06

RECURSOS CLAVES

Corresponde a los activos más importantes en el funcionamiento de un negocio, que permiten crear y ofrecer la propuesta de valor y llegar con ella a los segmentos de mercado. Pueden ser de diversos tipos:

- **Físicos:** infraestructura, vehículos, máquinas, sistemas.
- **Intelectuales:** marcas, información, patentes, derechos de autor, bases de datos.
- **Humanos:** personas, especialmente en los ámbitos creativos y cuando se requiere un alto nivel de conocimientos.
- **Económicos:** efectivo, líneas de crédito, acciones o similares.

07

SOCIOS CLAVE

Corresponden a las alianzas que la empresa establece para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos. Se distinguen cuatro principales tipos:

- **Alianzas estratégicas** entre empresas no competidoras
- **Cooperación:** asociaciones entre empresas competidoras.
- **Joint ventures:** asociación de empresas para crear nuevos negocios
- **Relaciones cliente-proveedor:** garantiza fiabilidad de los suministros.

08

ESTRUCTURA DE COSTOS

La minimización de los costos relacionados a una estructura de negocios es altamente relevante. No obstante, no necesariamente un modelo de negocios está orientado a generar estructuras de bajo costo como prioridad, existiendo aquellas que se concentran en la generación de valor, siendo este un escenario frecuente cuando se trata de empresas de base tecnológica.










Cualquiera sea el caso, es importante identificar cuáles son aquellas partidas de costos más relevantes en el modelo de negocios, así como identificar si se trata de costos fijos o variables. El análisis también deberá identificar cuáles son las actividades clave que implican mayores costos, con el propósito de facilitar la gestión de los recursos.

09

FUENTES DE INGRESOS

La existencia de ingresos es uno de los factores más determinantes para la sustentabilidad de una empresa, por lo que es de suma importancia establecer cuál o cuáles son las fuentes de ingreso del negocio, es decir, cómo la empresa obtiene ingresos de dinero. En términos generales, se identifican dos principales tipos de fuentes de ingreso: Transaccionales (pago puntual por la venta de un producto/servicio), y Recurrentes (pagos periódicos por el suministro del producto/servicio).

Estrechamente relacionado con la fuente de ingresos, se encuentran los mecanismos de fijación de precios, los que pueden ser clasificados como Fijos (lista de precios, precios diferenciados por volumen) o Dinámicos (negociación, en función de la demanda, subasta).

<p>Socios clave</p>  <p>¿quiénes son nuestros socios clave? ¿quiénes son nuestros suministradores clave? ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios? ¿qué actividades clave realizan los socios?</p> <p>motivaciones para socios: oportunidad y crecimiento reducción de riesgo y complejidad adquisición de recursos y actividades por terceros</p>	<p>Actividades clave</p>  <p>¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿nuestras relaciones con clientes? ¿nuestras fuentes de ingresos?</p> <p>categorías: producción desarrollo de productos producción real</p>	<p>Propuestas de valor</p>  <p>¿qué valor entregamos al cliente? ¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver? ¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente? ¿qué necesidades del cliente estamos satisficando?</p> <p>características: novedad confiabilidad personalización "baja el riesgo" ahorro precio calidad eficiencia de costos menor ciclo de tiempo disponibilidad, facilidad</p>	<p>Relaciones con clientes</p>  <p>¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente? ¿cuáles hemos establecido? ¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿cuánto cuestan?</p> <p>ejemplos: canales de distribución socios de canal de distribución proveedores suministradores socios clave</p>	<p>Segmentos de cliente</p>  <p>¿para quién estamos creando valor? ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p><small>mercado de masas mercado de nicho segmento de alto ingreso segmento de bajo ingreso</small></p>			
<p>Estructura de costes</p> <p>¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿qué recursos clave son los más caros? ¿qué actividades clave son los más caras?</p> <p>es tu negocio más: basado en capital (costos de inversión de capital más altos, proporción de valor del precio de venta, muchos automatizados etc. así como muy endeudado) basado en personal (depende de la necesidad de otros proveedores de valor personal)</p> <p>características de ejemplo: costos fijos altos costos variables bajos estructura de costos estructura de costos</p>	<p>Recursos clave</p>  <p>¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿relaciones con clientes? ¿fuentes de ingresos?</p> <p>tipos de recursos: físico intelectual (patentes de marca o copyright, datos) humano financiero</p>	<p>Fuentes de ingresos</p>  <p>¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿para qué pagan actualmente? ¿cómo están pagando ahora? ¿cómo preferirían pagar? ¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?</p> <table border="0"> <tr> <td>tipos: venta de bienes venta de servicios costos de suscripción patencia (licencia) comercio electrónico (licensing) royalties donación de patentes (licensing) patencia</td> <td>precio fijo: precio de compra dependencia de la hora (venta del producto) dependencia del ingreso de cliente dependencia del volumen</td> <td>precio dinámico: según los ingresos potencial de rendimiento mercado o tiempo real</td> </tr> </table>	tipos: venta de bienes venta de servicios costos de suscripción patencia (licencia) comercio electrónico (licensing) royalties donación de patentes (licensing) patencia	precio fijo: precio de compra dependencia de la hora (venta del producto) dependencia del ingreso de cliente dependencia del volumen	precio dinámico: según los ingresos potencial de rendimiento mercado o tiempo real	<p>Canales</p>  <p>¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente? ¿cómo los contactamos ahora? ¿cómo están integrados nuestros canales? ¿cuáles funcionan mejor? ¿cuáles son más eficientes en costes? ¿cómo los integramos con los valores de cliente?</p> <p>fases del canal: 1. Conocerlos 2. Contactar y relacionarse con ellos (valor de producción y servicios de nuestro negocio) 3. Entenderlos 4. ¿cómo podemos a nuestros clientes a evaluar la propuesta de valor de nuestro negocio? 5. Entregárselos 6. ¿cómo podemos integrar los canales de valor de nuestro negocio? 7. Pagarlos 8. ¿cómo podemos asegurar que los canales de valor de nuestro negocio?</p>	<p>Fuentes de ingresos</p> 
tipos: venta de bienes venta de servicios costos de suscripción patencia (licencia) comercio electrónico (licensing) royalties donación de patentes (licensing) patencia	precio fijo: precio de compra dependencia de la hora (venta del producto) dependencia del ingreso de cliente dependencia del volumen	precio dinámico: según los ingresos potencial de rendimiento mercado o tiempo real					

Lienzo Canvas de Modelo de Negocios

Planificación del Emprendimiento

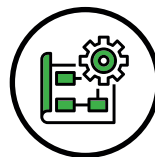
La planificación es una labor fundamental al interior de una empresa, especialmente cuando ésta se encuentra en las primeras etapas de desarrollo.



Permite **minimizar los riesgos y entrega herramientas para la toma de decisiones**, que en el mediano y largo plazo contribuyen al ahorro de tiempo y la optimización del uso de los recursos.



Un complemento natural a la planificación es el **establecimiento y mantenimiento de un sistema de registros, que permita contar con información objetiva y cierta respecto a la gestión de la empresa**, contribuyendo con ello a la revisión y mejora de la planificación.



El punto de partida para la planificación de la empresa, y que, en un escenario ideal, debe ser desarrollado previamente a la puesta en funcionamiento de la empresa, es el **plan de negocios; estructura que generalmente es requerida al momento de solicitar financiamiento, tanto público como privado.**

Plande **Negocios**

La estructura de plan de negocios es estandarizada y reúne los principales elementos que describen el quehacer de la empresa y que permiten evaluar su viabilidad y proyección. A continuación, se señalan los contenidos mínimos que deben abordarse en un plan de negocios, los que deben ser completados procurando ser breve, sin dejar fuera información relevante, especialmente cuando este instrumento es elaborado para solicitar financiamiento o asociaciones.



1 Resumen del plan de negocio

Se caracteriza por contener información relacionada con la estructura de la empresa, sus ventajas competitivas y las características distintivas de sus productos/servicios. Se sugiere abordar este punto una vez desarrollados los siguientes.

2 Análisis del mercado y competencia

Este punto debe contener una descripción general del mercado en el que se inserta o pretende insertarse la empresa, sus ventajas competitivas y las características distintivas de sus productos/servicios. Se sugiere abordar este punto una vez desarrollados los siguientes.

3 El producto o servicio

En esta sección debe indicarse cuáles son los productos o servicios de la empresa y cómo los produce; cuáles son sus características distintivas que hacen que los clientes los prefieran, cuáles son las necesidades que satisface y cómo lo hace. Es importante incluir información respecto a la propiedad intelectual relacionada con los productos/servicios, como por ejemplo marcas, derechos de autor o patentes, así como el uso de licencias.

4 Plan de marketing

Corresponde a la estrategia que utilizará la empresa para la comercialización de sus productos/servicios. Para ello, es necesario establecer cuáles son las metas a las que aspira la empresa con su plan de marketing (cobertura de mercado, nivel de ventas, rentabilidad). De acuerdo con esto, debe indicarse cómo la empresa planifica enfrentar el mercado (ingreso progresivo de productos/servicios, elementos de diferenciación, implementación de campañas piloto), cuál será la política de precio de venta y cómo realizará la distribución. Adicionalmente, uno de los aspectos más relevantes en un plan de marketing es la estrategia de promoción, la que debe permitir que los clientes conozcan a la empresa y sus productos/servicios, los adquieran, soliciten información, etc. Esta estrategia debe estar asociada a un presupuesto y debe contener mecanismos para evaluar su efectividad.

5 Personas y organización

Debe incluir la descripción de las capacidades humanas con las que cuenta la empresa para desarrollar el negocio con éxito. Es importante especificar cómo está organizada la empresa y cómo se distribuyen las diferentes tareas en esta organización. Asimismo, en este apartado podrá incluir información referente al tipo de organización legal correspondiente a su empresa.

6 Cálculo de costos y fijación de precios

Los costos e ingresos determinan la rentabilidad de un negocio, y por ende, la viabilidad de su implementación

Costos

- **Inversiones y su reemplazo periódico:** generalmente se refiere a la inversión en obras (construcciones) y maquinarias. Debe considerarse el precio de compra, los impuestos exigidos sobre ese precio, el transporte, seguros, aduanas, aranceles de importación, instalación, capacitación de los operadores y similares.

Costos de producción: son costos directamente relacionados con la producción o prestación del servicio. Debe incluirse también el costo de la mano de obra requerida, siempre que este costo varíe según la producción (como por ejemplo en el caso de trabajadores agrícolas o empleados comisionistas).

- **Gastos generales:** No están relacionados directamente con el proceso productivo o prestación del servicio, como, por ejemplo, las remuneraciones del personal administrativo, telefonía, servicios de aseo o similares.

Los costos también pueden clasificarse en costos variables (varían de acuerdo con el volumen producido, como por ejemplo las materias primas) y costos fijos (se

mantienen a pesar de las fluctuaciones en la producción, como por ejemplo el costo del arriendo de una oficina).

Precio

Estimar las ventas totales posibles

- Calculados los costos y estimado el precio de venta puede calcularse cuánto es necesario vender para llegar al punto de equilibrio (no pérdida-no ganancia) y comenzar a tener utilidad.

Cabe destacar que el precio de venta de un producto o servicio no debe determinarse exclusivamente por el costo de producción, sino que debe estable-

cerse considerando además información del mercado, referida por ejemplo al precio de venta de competidores o sustitutos, percepción y comportamiento de los consumidores, demanda estimada, entre otros.

Flujo de caja (cash flow)

Indica cuáles serán los ingresos y cuáles los egresos a lo largo del tiempo. Es un plan que permite observar en qué momento ingresa dinero y en qué momento se deben realizar los pagos, de manera de estar preparado para afrontarlos. Puede ser anual o mensual

ITEM/PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO n
A. INGRESOS			
B. COSTOS VARIABLES ANUALES			
C. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN (A-B)			
D. COSTOS FIJOS ANUALES			
E. GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTA			
F. DEPRECIACIÓN			
G. RESULTADOS OPERACIONALES ANTES DE IMPUESTO (C-D-E-F)			
H. IMPUESTOS (20%)			
I. RESULTADO NETO (G-H)			
J. INVERSIÓN			
K. UTILIDAD NETA (I+F)			
L. UTILIDAD ACUMULADA			

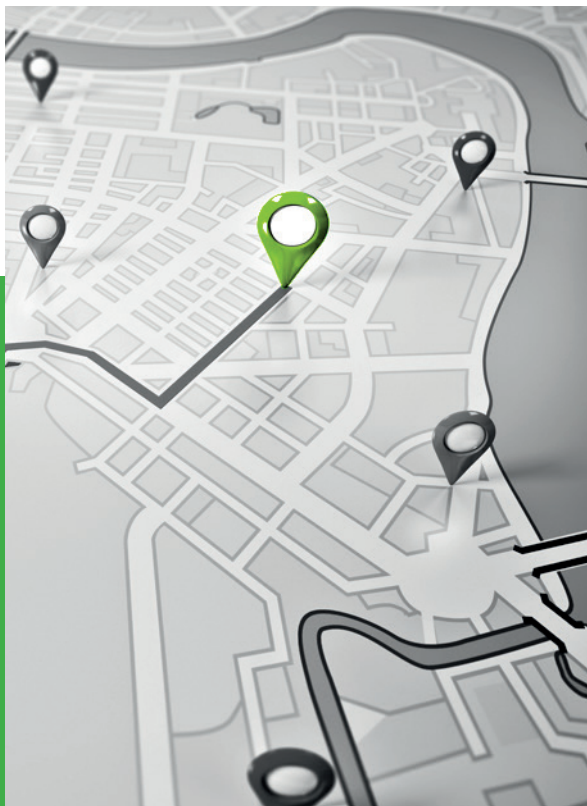
Muestra simplificada de un flujo de caja básico.

Estado de resultados

Para posibilitar la gestión de un negocio, es necesario que al término de cada año se desarrolle un presupuesto de ganancias o pérdidas, donde se indiquen los ingresos y gastos, de tal forma de obtener las ganancias y determinar la rentabilidad del negocio. Este estado de ganancias o pérdidas deberá incluir los siguientes ítemes:

SUPUESTOS BASICOS DE TRABAJO	
(1) Unidades vendidas	
(2) Precio unitario	
(3) Costo unitario (materia prima)	
(4) Unidades producidas por persona de fábrica	
(5) Unidades vendidas por persona de ventas	
(6) Salario+Cargas Sociales personal de fábrica (mensual)	
(7) Salario+Cargas Sociales personal de ventas (mensual)	
(8) Total personal de fábrica (1/4)	
(9) Total personal de ventas (1/5)	
(A) Ingresos por Ventas (1x2)	
Gastos Directos	
Materia prima(1x3)	
Gastos de fabricación	
Mano de obra(6x8)	
(B) Total Gastos Directos	

(C) Margen Bruto(A-B)	
Gastos Fijos	
Sueldos + Cargas Sociales personal de ventas (7x9)	
Sueldos + Cargas Sociales de administración y gerencia	
Depreciación de Equipos	
Arriendo	
Contribuciones	
Expensas comunes	
Luz	
Gas	
Agua	
Comunicaciones (telefonía e internet)	
Promoción y Publicidad	
Viáticos	
Correspondencia	
Gastos Bancarios (comisiones y gastos)	
Pago de Intereses (bancarios y no bancarios)	
Impuestos Varios (Municipales y similares)	
Compra de Suministros de Oficina	
Otros Gastos	
(D) Total Gastos Fijos	
(E) Utilidad Imponible	
(F) Impuesto a la Utilidad	
(G) Utilidad Neta (E-F)	



Dónde establecer la Empresa

El emplazamiento del emprendimiento, es decir, el lugar físico donde se desarrollará el negocio debe ser elegido de acuerdo con las características del modelo de negocio. Así, si el modelo requiere el desarrollo de las actividades, en el mercado de destino (plaza), o en el lugar de origen de las materias primas, es necesario que se considere el establecimiento físico cerca de los clientes o proveedores, respectivamente, ya que ello puede conducir a obtener ventajas comparativas. Por otro lado, existen modelos de negocio en que el lugar físico donde se desarrolle la actividad no influye en los costos de materias primas ni el posicionamiento en el mercado, por lo que en este caso debe considerarse como lugar de emplazamiento aquel que permita contar con la infraestructura física y tecnológica, y los recursos humanos e intelectuales que se requiera, al menor costo posible.

Cómo formalizar la Empresa

La idea de negocio y la propuesta de valor que se elabora en torno a ésta es el corazón del emprendimiento; no obstante, los aspectos legales y administrativos ligados a la puesta en marcha y funcionamiento de una empresa, pueden convertirse en una importante barrera para un emprendimiento. Por ello, contar con la información necesaria al respecto, antes de iniciar la empresa, permite que el emprendedor esté preparado y logre formalizarse en forma expedita.

Dichos aspectos corresponden entre otros, a la organización legal que tendrá la empresa; a los procesos como la obtención del rol único tributario e iniciación de actividades; las obligaciones tributarias de las que tendrá que hacerse responsable la empresa cuando comience a funcionar; y los permisos de funcionamiento con los que se debe contar antes de comenzar con el emprendimiento.



I. Lo que debes saber antes de construir y formalizar tu empresa

1.1 CONOCER Y ESCOGER UNA FIGURA LEGAL PARA LA EMPRESA

Para constituir legalmente tu negocio, deberás conocer cuál es la figura legal que más te conviene, y esto dependerá en gran parte de si vas a emprender tú solo o en asociación con otras personas. En Chile existen diferentes opciones para constituir una empresa, cada una con trámites y permisos exclusivos según el tipo de emprendimiento que desees implementar. Es importante que conozcas las figuras legales disponibles en Chile para tomar la mejor decisión respecto al tipo de empresa que necesitas constituir según sus objetivos y características. Así, podrás constituir tu empresa como persona natural o bien como persona jurídica. Razones para elegir una u otra

forma jurídica pueden ser varias, pero la fundamental radica en que al constituir tu empresa con personalidad jurídica, lo que haces, es separar tu patrimonio personal como casas, autos, terrenos etc., del patrimonio que irá adquiriendo tu empresa.

PERSONA NATURAL

Es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. La persona natural, asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la empresa. Eso implica que la persona es responsable por las deudas u obligaciones que puede tener la empresa.

Los tipos de empresa que se pueden constituir como persona natural, corresponden a:

a) Empresa unipersonal o unilateral: El empresario opera con su RUT personal y responde ilimitadamente sobre los compromisos adquiridos por el negocio, es decir, incluso con sus bienes personales. Corresponde a la forma más simple de constitución de una MIPYME.

b) Microempresa Familiar: Es una empresa que pertenece a una o más personas naturales que realizan sus actividades empresariales de prestación de servicios o producción de bienes, en la casa habitación en que residen. Las labores pueden comprender servicios profesionales, oficios, comercio, pequeñas industrias o talleres, artesanía u otro tipo de actividades, excluyéndose aquellas actividades que la ley considere como peligrosas, contaminantes y molestas.

Para formar una Microempresa familiar se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Que la actividad económica que constituye su giro se ejerza en la casa habitación
- Quien desarrolle la actividad sea legítima(o) ocupante de la casa habitación familiar (casa propia, arrendada, cedida)
- Que en ella no trabajen más de cinco trabajadores extraños a la familia.
- Que sus activos productivos (capital inicial efectivo) - - Sin considerar el valor del inmueble en que funciona - No excedan las 1.000 UF.
- Son más fáciles de constituir, porque sólo requieren una declaración jurada simple que afirme que se cumple con los requisitos para poder obtener una patente municipal.

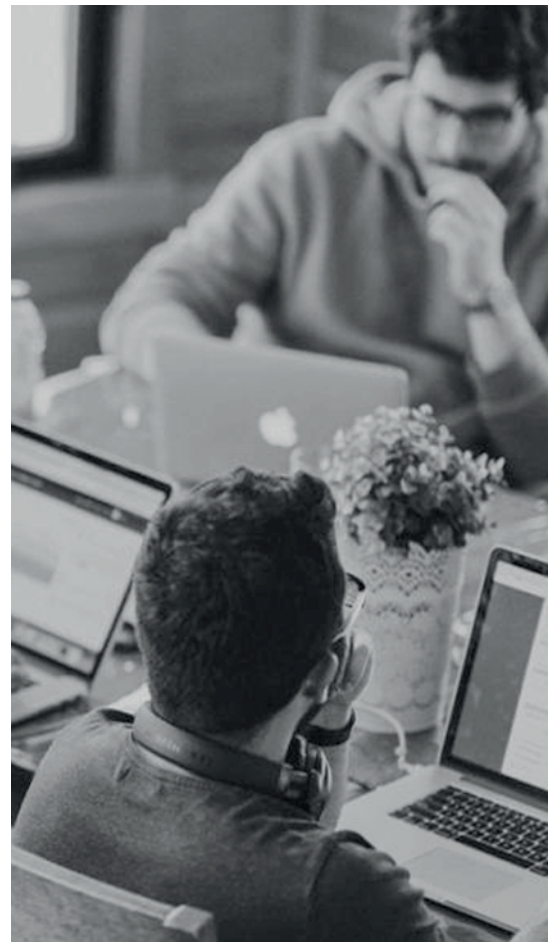
PERSONA JURÍDICA

Permite que la empresa, y no el dueño, asuma los derechos y obligaciones. Puede estar conformada por una o más personas que en general, no ponen en riesgo su patrimonio, es decir, es la empresa y no el dueño quien asume todos los derechos y las obligaciones de la empresa. Dentro de los tipos de empresa que se pueden constituir como persona jurídica, se encuentran las siguientes:

a) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)

Es la forma más utilizada por empresarios que buscan iniciar un negocio y tomar todas las decisiones individualmente. Está constituida por una sola persona natural, que adquiere la calidad de persona jurídica, la cual tendrá un patrimonio propio distinto del titular y con carácter comercial.

Se diferencia de tener una empresa como persona natural, porque opera con un RUT distinto al del dueño, y por lo tanto, en el caso de que a tu negocio no le vaya bien, presente deudas y no sea capaz de solventarlas, si bien la empresa deberá responder mediante la liquidación de todos sus bienes, el propietario sólo responderá con sus bienes personales de manera limitada, es decir sólo hasta el aporte de capital inicial que aportó a la empresa.



b) Sociedades

Es una asociación de personas naturales o jurídicas dedicadas a una actividad comercial de la que se persigue una ganancia que se reparte entre sus socios, de acuerdo a la proporción de sus aportes y al tipo de sociedad que se haya establecido. Existen diversos tipos de sociedades, entre las que se destacan:

• Sociedad de Responsabilidad Limitada

Constituida por al menos dos socios y máximo cincuenta. Por lo general la conforman socios de confianza que no buscan tanta formalidad en su administración, lo que implica que todas las decisiones deben ser tomadas en común acuerdo por todos sus miembros. Lo normal, no obstante, es que se designe a un Representante Legal quien administre la sociedad.

• Sociedad por Acciones

Constituida por uno o más socios. Es más utilizada por emprendedores que buscan levantar capital. Los socios pueden ceder libremente sus acciones y la responsabilidad está restringida al capital aportado. Sin embargo, pese a que tiene la ventaja de poder constituirse por un único dueño, tiene como contra, el ser demasiado complejo para la mayoría de los emprendimientos, lo cual la hace recomendable sólo para casos muy puntuales.

• Sociedad en Comandita

Constituida por dos o más socios. En este tipo de sociedad hay tanto socios gestores, que responden ilimitadamente por las deudas sociales y participan en la administración de la sociedad, como socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al capital aportado. Si el capital aportado por estos últimos está representado en acciones, la sociedad adquirirá la figura legal de Sociedad en Comandita por Acciones.

• Sociedad Colectiva Comercial

La constituyen dos o más socios, que la administran en conjunto y responden personal e ilimitadamente por las deudas y obligaciones de la sociedad, es decir, las personas que la conforman deberán responder, incluso con sus bienes personales, sobre los compromisos adquiridos.

• Sociedades Anónimas Abiertas

Este tipo de sociedad es más utilizada para administrar negocios de alto capital. Son aquellas donde se hace oferta pública de las acciones y se transan en la Bolsa, lo que permite una relativa facilidad para la entrada y salida de las inversiones. Este tipo de sociedades deben inscribirse en el Registro Nacional de Valores y están sometidas a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros. Además, deben tener quinientos o más accionistas, o bien, el 10% del capital suscrito debe estar en manos de a lo menos, cien accionistas. Los socios en este tipo de sociedades tienen una responsabilidad limitada al monto de sus acciones.

• **Sociedades Anónimas Cerradas:** Son aquellas sociedades anónimas que no deben cumplir con los requisitos de las sociedades anónimas abiertas explicitados anteriormente y que, por tanto, no hacen oferta pública de sus acciones, salvo que voluntariamente decidan someterse a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros. Además, este tipo de sociedades la constituyen por lo general, negocios familiares pequeños y medianos, con un número reducido de socios y relativamente manejable.

1.2 CONOCER LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS ANTES DE EMPEZAR



Elección del Régimen Tributario

Las empresas deben cumplir con el régimen general de tributación y dependiendo de su tipo, tendrán distintos regímenes de tributación con sus respectivas obligaciones.

Para facilitar la tributación de pequeños contribuyentes, existe el Régimen de Tributación Simplificada, que busca facilitar la tributación mediante el pago anual de un impuesto único, que libera parcialmente de la contabilidad completa a través de la deducción inmediata de gastos de las inversiones e inventarios, entre otros.



Inicio de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos

Permite que la empresa pueda dar comienzo legalmente a su actividad económica.

Se debe declarar el inicio de actividades dentro de los dos meses posteriores a la iniciación efectiva de actividades económicas de la empresa.



Timbraje de documentos

Es un trámite que permite que los contribuyentes legalicen una serie de documentos tales como facturas, guías de despacho, notas de débito, entre otros documentos necesarios para la realización de las operaciones comerciales de la empresa.

Al igual que el Inicio de Actividades, este trámite debe ser realizado ante el Servicio de Impuestos Internos.

Podrás acceder a este régimen si eres empresario individual o si has decidido llevar adelante una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) que califique como contribuyente en primera categoría.

1.3 CONOCER LOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y FACTIBILIDAD TERRITORIAL

Para poder funcionar como empresa dentro de un territorio, en específico dentro de una comuna, necesitarás una Patente Municipal, que te dará la autorización definitiva para realizar diversos tipos de actividades económicas. Dependiendo del tipo de actividad económica a la que se dedique una empresa, la Patente Municipal puede ser de carácter Comercial, Industrial, Profesional o de Alcoholes.

Es necesario recalcar, que cualquiera sea el caso, este trámite debes realizarlo antes de poner en marcha tu negocio y no después, no importando si la empresa actúa como persona jurídica o natural.

Muchos emprendedores desconocen que Patentes como la Comercial, por ejemplo, deben obtenerse antes de la instalación de su negocio, enterándose posteriormente de iniciada su actividad comercial que el Plano Regulador de su comuna, no contempla el funcionamiento de un giro comercial en una determinada zona. El Municipio en estos casos, tiene la absoluta facultad, de ordenar el cierre de tu local. He ahí la importancia de que realices estos trámites con antelación, para evitar este tipo de inconvenientes para tu negocio.

1.4**VERIFICAR
DISPONIBILIDAD DE
NOMBRE DE DOMINIOS,
RAZONES SOCIALES Y
MARCAS COMERCIALES
EN CHILE**

Para poder funcionar como empresa dentro de un territorio, en específico dentro de una comuna, necesitarás una Patente Municipal, que te dará la autorización definitiva para realizar diversos tipos de actividades económicas. Dependiendo del tipo de actividad económica a la que se dedique una empresa, la Patente Municipal puede ser de carácter Comercial, Industrial, Profesional o de Alcoholes.

Registro de Empresas

En Chile, no existe un registro para inscribir el nombre de su empresa, a diferencia de ciertos países como Alemania. Por lo tanto, si tú quieres asignar a tu empresa un nombre específico, sólo podrías tener problemas con otra empresa que tuviera el mismo nombre, si se tratara de sociedades anónimas, ya que para el caso de estas últimas, la ley establece que si se constituye una sociedad anónima con un nombre que otra sociedad anónima estima confundible con el suyo y considera que puede producirle problemas (incluso si son empresas de otros rubros), puede demandar en juicio sumario para que cambie el nombre y en ese caso el juez decide.

Registro de Dominio

Un dominio de Internet es nombre único y exclusivo que se le asigna a tu sitio web en Internet. Su importancia para tu emprendimiento radica a que gracias al dominio que has vinculado a tu página web, los usuarios que te busquen en Internet podrán encontrar tu negocio fácilmente en la red y podrán acceder a tu contenido. Por otra parte, el dominio permitirá que puedas implementar servicios indispensables para tu emprendimiento, tales como un correo electrónico, almacenamiento y transferencia de archivos o comercio electrónico, por ejemplo.

En general, el registro de dominios no está sometido a ningún tipo de comprobación previa y se asignan por prioridad en pedir una determinada dirección, por lo tanto, el hecho de que poseas una marca comercial registrada no genera ningún tipo de prioridad ante el NIC Chile.

Registro de Marcas

Una marca comercial registrada permite diferenciar tus productos o servicios de los de la competencia, evitando que, sin tu autorización, otros utilicen el nombre distintivo de tu negocio en el mercado. La coexistencia de marcas corresponde a una situación en la que dos empresas diferentes usan una marca igual o similar para comercializar algún producto o servicio y aunque ello no necesariamente interfiere en los negocios de la otra, podría en ciertos casos ser perjudicial para tu emprendimiento.

Por lo mismo, registrar tu marca resulta fundamental. El registro debe realizarse en el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual, y actualmente es un trámite que puedes realizar completamente online en el sitio www.inapi.cl, sección "Marcas". Del mismo modo, este sitio pone a tu disposición de manera completamente gratuita, un buscador, que incluye una

The screenshot displays the website of the Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INAPI) of Chile. At the top, there is a navigation bar with the INAPI logo, social media icons, and a search bar. Below the navigation bar, a main banner features the text "TE QUEREMOS AYUDAR A UTILIZAR LA PROPIEDAD INDUSTRIAL". This banner contains two primary search tools: "Patentes" with a "BUSCADOR DE PATENTES Q" button and "Marcas" with a "BUSCADOR DE MARCAS Q" button. Each tool includes links for "Cómo registrar una patente/marca" and "Ingresar tu solicitud". A secondary navigation bar below the search tools lists "Todos los trámites", "Estadísticas", "Notificaciones diarias", and "Cursos / Talleres".

Below the banner is a section titled "RECURSOS PARA INNOVADORES". This section features three illustrated cards: "PATENTES INTERNACIONALES" showing two men shaking hands, "TECNOLOGÍAS DE DOMINIO PÚBLICO" showing a woman with a megaphone and a man with a laptop, and "OPEN DATA DE PATENTES Y MARCAS" showing a man with a laptop and a woman with a magnifying glass over a large screen.

base de datos actualizada, con todas las marcas registradas en nuestro país y aquellas en proceso de registro. De esta manera podrás consultar acerca de la

disponibilidad de utilizar un determinado nombre de marca para tus productos o emprendimiento, evitando futuras controversias con otras empresas.

II. Constitución de tu empresa

Ya conoces los aspectos legales más importantes para la constitución de tu empresa, por lo que ahora es momento de dar los primeros pasos.

Antes de registrar una empresa, es importante que previamente hayas decidido de manera informada, y como recomendación, con el apoyo de un abogado especialista en la materia, qué tipo de empresa desde el punto de vista legal, es más conveniente para tu negocio. Una vez decidido este aspecto, podrás continuar con los pasos siguientes. Recuerda que la constitución de tu empresa es el primer paso para lograr su formalización y de esta manera poder realizar actividades económicas de manera legal.

Actualmente en Chile, la constitución de empresas puede realizarse bajo dos metodologías: a través del sistema nacional de escritura pública, que es el método tradicional presencial, o bien, haciendo uso de la tecnología mediante el uso de formularios en línea, que actualmente se encuentran disponibles en la web: www.empresaenundia.cl



2.1 A TRAVÉS DEL SISTEMA NACIONAL DE ESCRITURA PÚBLICA

a) Personas Jurídicas

Para la Constitución de Empresas bajo la calidad de persona jurídica, los trámites, procesos a seguir, documentos y otros aspectos relevantes, se pueden resumir en la siguiente tabla:

TRÁMITE	REDACCIÓN DE ESCRITURA Y EXTRACTO	LEGALIZACIÓN DE LA ESCRITURA PÚBLICA Y SU EXTRACTO	INSCRIPCIÓN DEL EXTRACTO	PUBLICACIÓN DEL EXTRACTO	PROTOCOLIZACIÓN
DESCRIPCIÓN	Escrito donde se especifican los estatutos de la nueva empresa; nombre y tipo de empresa, propietarios, tipo de actividad, etc.	Legalización de documentos de constitución. Los socios deben portar sus cédulas de identidad.	Inscripción de la nueva empresa en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces. Deben presentarse 2 copias notariadas del Extracto de la Escritura de Constitución y el Formulario N° 2 (este último se solicita en la misma oficina).	Publicación del Extracto en el Diario Oficial	Es un trámite no obligatorio, pero recomendable. Consiste en llevar todos los documentos obtenidos a la notaría para ser incorporados en el Registro del Notario
QUIÉN	Abogado	Todos los socios	Socios o representante legal	Socios o representante legal	Socios o representante legal
DÓNDE	--	Notaría	Conservador de Bienes Raíces	Oficinas del Diario Oficial	Misma notaría de los trámites anteriores
CUÁNDO	Lo antes posible	Lo antes posible	Antes de 60 días corridos desde la fecha registrada en la Escritura. Este trámite demora entre 3 y 7 días hábiles.	Antes de 60 días corridos desde la fecha registrada en la Escritura. Puede hacerse en forma simultánea a la Inscripción.	Lo antes posible, una vez inscrito y publicado
PRODUCTO	Escritura y Extracto	Escritura y Extracto legalizados	Certificado de inscripción	Publicación	Copias de la protocolización del Extracto, Diario Oficial e Inscripción.



b) Personas Naturales

Para la Constitución de Empresas como Persona Natural, debes contar con lo siguiente:

- Cédula de identidad.
- Si se es menor de edad, se requiere de un representante.

Para la Modalidad de Microempresa familiar deberás, además, ajustarte a los requisitos mencionados anteriormente, tales como:

- La actividad debe realizarse en el domicilio de la persona.
- Debe ser legítimo ocupante de la casa (propia, arrendada o cedida).
- Que en la empresa no trabajen más de 5 personas extrañas a la familia.
- Que el capital inicial efectivo (sin considerar la casa), no exceda las UF 1.000.

c) Trámites

A diferencia de la persona jurídica, no requiere de trámites de constitución. Basta con las obligaciones tributarias para lograr la formalización.

2.2 REGISTRO A TRAVÉS DEL PORTAL WEB “TU EMPRESA EN UN DÍA”

El portal “Tu Empresa en un Día” (www.empresaenundia.cl) reúne y facilita los principales trámites que deben realizar los emprendedores en Chile, para crear, registrar y dar los primeros pasos para formar un negocio. A través de este sitio, podrás constituir tu empresa en línea, mediante sencillos pasos que se detallan a continuación:

The screenshot shows the homepage of the 'TU EMPRESA EN UN DÍA' portal. At the top, there is a navigation bar with 'Servicios', 'Ayuda', 'Contáctanos', and 'Iniciar sesión' buttons. Below this, a banner indicates '¡Ya disponible! Nueva firma electrónica avanzada en línea' and 'Instituto de seguridad laboral (ISL)'. The main heading is '¿Qué necesitas?' with options for 'Modificar', 'Disolver', and 'Crear tu empresa'. The 'Crear tu empresa' section is highlighted, showing a 'Constituir' button and a description: 'Comienza ahora los primeros pasos para la constitución de tu empresa o sociedad. Si tienes un trámite en proceso, búscalo aquí.' Below this, there are five boxes for different company types, each with a 'Crear empresa' button:

- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)**
 - Una persona natural, sin socios.
 - Un solo giro.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (Ltda.)**
 - Entre 2 y 50 socios.
 - Vínculo de amistad o familiar entre los socios.
 - Uno o varios giros.
- Sociedad por Acciones (SpA)**
 - Uno o más accionistas, o que piensan incorporar nuevos socios más adelante.
 - Uno o más giros.
 - Administración libre.
- Sociedad Anónima Cerrada (S.A.)**
 - Dos o más accionistas.
 - Piensan incorporar nuevos socios a futuro.
 - Uno o más giros.
 - Regulación estricta.
- Sociedad Anónima de Garantía Recíproca (S.A.G.R)**
 - Dos o más accionistas.
 - Capital mínimo de 10.000 U.F.
 - Giro exclusivo para otorgar garantías a los acreedores de sus beneficiarios.

At the bottom, there is a section for 'Trámites y Actuaciones Pendientes' with a 'Ver detalle' button.

The screenshot shows the 'Regístrate' registration form. The title is 'Formulario de Registro'. The fields are:

- RUT usuario:** Ej: 12.345.678-9
- Nombre completo:** Ej: Juan Carlos Pérez González
- Email:** Ej: nombre@email.com
- Confirmar email:** Ej: nombre@email.com
- Contraseña:** [password field]
- Confirmar contraseña:** [password field]

At the bottom, there is a checkbox for 'No soy un robot' with a CAPTCHA icon and a 'Regístrate' button.

PASO 1


Para crear tu empresa, lo primero que debes hacer al ingresar a esta web, es registrarte como usuario. Para ello, deberás hacer clic en el botón Registrarse, ubicado en la página principal del portal, y a continuación deberás completar tus datos tales como RUT, Nombres y Apellidos, Contraseña y e-mail, en la ventana de Registro de Usuarios. Cuando termines con tus datos, debes hacer clic en el botón Regístrate.

PASO 2

Una vez realizado el paso anterior, se enviará un correo a la dirección de e-mail que señalaste, con un link para activar tu cuenta. Haciendo clic sobre este link, quedarás con tu cuenta habilitada. Recuerda que, si no activas tu cuenta, no podrás continuar con los pasos siguientes.

PASO 3

Los procedimientos anteriores permiten crear tu cuenta de usuario. Ahora, deberás entrar al portal nuevamente, y esta vez, en la página principal del sitio, ingresarás a tu cuenta haciendo clic en el botón Iniciar sesión, con tu RUT y la contraseña que asignaste a tu cuenta al momento de registrarte. Sabrás que ingresaste de manera correcta ya que el portal te redirigirá automáticamente a su página de inicio en cuya esquina superior derecha, aparecerá un nombre con el cual te registraste.



[Servicios](#) | [Ayuda](#) | [Contáctanos](#)


[Iniciar sesión](#)

Iniciar Sesión

Tienes dos opciones para ingresar al Registro de Empresas y Sociedades, con tu usuario del RES ó con tu Clave Única


RUT usuario
Ej: 12.345.678-9

Contraseña


No soy un robot 
reCAPTCHA
Privacidad - Condiciones

Ingresar

[Olvidé mi contraseña](#) ¿Aún no estás registrado? [Regístrate](#)

Ingresar con tu  ClaveÚnica

[¿Cómo obtengo ClaveÚnica?](#)



Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Gobierno de Chile.
Av. Libertador Bernardo O'Higgins N° 1449, Santiago
Downtown, Torre II, piso 1.
Teléfono: +56 2 2473 3686

[Preguntas frecuentes](#)
[Formatos tipo](#)
[Notarías](#)

[Normativa](#)
[Términos y condiciones de uso](#)
[Informes de constitución](#)

III. Formalización de tu empresa

Ya tenemos constituida legalmente nuestra empresa. Pero aún no estamos listos para ejercer actividades económicas ya que es necesario formalizarla.

Anteriormente hablamos sobre la necesidad de que conocieras las obligaciones tributarias y permisos de funcionamiento que necesita cumplir tu empresa para lograr su formalización definitiva. Por lo mismo, ahora te detallamos qué es lo que debes realizar respecto a estas obligaciones.

3.1 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS PARA LA FORMALIZACIÓN

TRÁMITE	INSCRIPCIÓN EN EL ROL ÚNICO TRIBUTARIO Y DECLARACIÓN DE INICIO DE ACTIVIDADES	TIMBRAJE DE DOCUMENTOS	AUTORIZACIÓN PARA EMITIR FACTURAS ELECTRÓNICAS
DESCRIPCIÓN	<p>Toda persona natural o jurídica, e incluso las entidades o agrupaciones sin personalidad jurídica que causen o puedan causar impuestos, deben inscribirse en el Rol Único Tributario.</p> <p>La Declaración de Inicio de Actividades formaliza el emprendimiento ante el SII y da inicio a las obligaciones de la empresa como contribuyente.</p> <p>Debes presentar el Formulario 4415 (se obtiene en la oficina del SII o en www.sii.cl), Copia de la Escritura de Constitución de la Empresa, Inscripción en el Conservador de Bienes Raíces, Publicación en el Diario Oficial y Cédula de Identidad del Representante Legal.</p>	<p>Corresponde a la legalización de los documentos tributarios de tu empresa y debe hacerse para los documentos en formato físico (papel).</p> <p>Para el primer timbraje de documentos, se debe solicitar al SII la verificación de actividad.</p> <p>Además de los documentos tributarios físicos (impresos y ordenados), debes presentar el Formulario 3230 en duplicado (se obtiene en la oficina del SII correspondiente al domicilio de la empresa o en www.sii.cl), Cédula RUT del contribuyente (empresa), Cédula de Identidad de quien realiza el trámite, poder notarial para realizar el trámite (en el caso en que no lo realice el representante legal).</p>	<p>Las facturas electrónicas reemplazan las facturas físicas y, al igual que éstas, respaldan las operaciones comerciales realizadas entre contribuyentes. Para que las facturas electrónicas tengan validez, deben ser autorizadas por el SII. Debe escogerse un software para generar este tipo de documentos, en el caso de las MIPYMES, el SII cuenta con un sistema de facturación electrónica.</p>
QUIÉN	El representante legal	Representante legal o quien éste designe a través de un poder notarial	El representante legal
DÓNDE	Oficinas del Servicio de Impuestos Internos correspondiente al domicilio de la empresa	Oficinas del Servicio de Impuestos Internos correspondiente al domicilio de la empresa o en www.sii.cl	www.sii.cl
CUÁNDO	Una vez formalizada la empresa	Una vez obtenido el RUT provisorio y haber dado aviso de Inicio de Actividades con verificación positiva	Una vez obtenido el RUT provisorio y haber dado aviso de Inicio de Actividades con verificación positiva
PRODUCTO	RUT provisorio (vigencia de 60 días)	Documentos timbrados	Acreditación para emitir facturas electrónicas

1 Facturas

Comprobante tributario que contiene la información detallada de una operación de compraventa. Debe contar con cuatro ejemplares: original (cliente, se entrega al comprador), duplicado (SII, queda en poder del vendedor), triplicado (control tributario, se entrega al comprador) y cuadruplicado (cobro ejecutivo cedible (queda en poder del vendedor y se entrega al comprador una vez concretado el pago). Las dimensiones mínimas son 21,5 cm de ancho y 15 cm de alto. Existen diferentes tipos: Factura electrónica, Factura de venta, Factura de compra (la emite el comprador cuando el vendedor es un particular (en este caso no se afecta a IVA) o cuando el vendedor no tiene facturas de ventas o no tiene calidad de habitual quien enajena), Factura exenta de IVA, Factura de exportación y Factura "venta exenta a zona franca primaria".

2 Boleta de compraventa

Comprobante tributario que acredita la venta de un producto o servicio al consumidor final. Deben presentar dos ejemplares: original vendedor y copia compradora.

3 Guía de despacho

Documento entregado por el vendedor en el momento de la entrega real o simbólica de las especies, indicando la fecha correspondiente al envío de las especies al comprador o del retiro por éste, nombre, dirección y número de RUT del comprador y vendedor, detalle y precio unitario de las especies. Debe extenderse en cuadruplicado.

4 Libros contables y tributarios

Corresponde a los libros de contabilidad principal (Libro caja, diario y mayor, Libro de honorarios y Libro de inventarios y balances), Libros de control (libro de registro de renta líquida imponible de 1º categoría y FUT, libro de control de informes Z) y Libros de contabilidad auxiliares (Libro de compras y ventas, Libro de remuneraciones, Libro auxiliar de registro y control de impuestos de timbres y estampillas, Libro de retenciones). Estos libros pueden ser adquiridos en librerías y ser legalizados en el SII mediante su timbraje. También es posible llevarlos en forma electrónica.

5 Nota de crédito y débito

Documentos emitidos por los vendedores por aumento en los impuestos facturados (débito) o por descuentos o bonificaciones otorgados con posterioridad a la facturación, devoluciones de mercaderías o resciliaciones de contratos (crédito).

3.2 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Esta etapa de creación de una empresa contempla aspectos tan importantes como el lugar físico donde se va a operar y el cumplimiento de las condiciones estructurales, sanitarias y ambientales necesarias para ejercer el giro. La obtención de estos

permisos es necesaria para obtener la Patente Comercial. Para poner en marcha tu negocio de manera legítima y segura, debes poner atención a los permisos que tu empresa pueda requerir, que dependerán de la actividad que realice tu empresa.

PERMISO	CERTIFICADO DE INFORMACIONES PREVIAS	CERTIFICADO DE CALIFICACIÓN TÉCNICA	INFORME SANITARIO	CERTIFICADO MUNICIPAL DE ZONIFICACIÓN	AUTORIZACIÓN SANITARIA
DESCRIPCIÓN	Certifica que el domicilio de la empresa es compatible con el uso comercial según las normas urbanísticas que rigen a la propiedad.	Califica aspectos técnicos de la actividad a desarrollar e indicará los posibles riesgos que pudiese generar a sus trabajadores, entorno, etc.	Permite establecer si una determinada actividad industrial o comercial reúne todas las condiciones técnicas para controlar los riesgos asociados a esta actividad.	Especifica los antecedentes de uso de suelo y exigencias para construir en una determinada zona de acuerdo al Instrumento de Planificación Territorial que rija a esta última.	Tiene por objeto proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de productos sanos e inocuos.
TIPO DE EMPRESAS	Todo tipo de empresas, excepto la Microempresa Familiar. Sin embargo, si esta última pertenece a un condominio, deberá contar con la autorización del comité respectivo.	Toda empresa de carácter industrial, bodega o taller.	Todas. Si en la microempresa Familiar se expendiera alimentos deberá presentar informe Sanitario de la Autoridad Sanitaria.	Todas, exceptuando la Microempresa Familiar.	Empresas que deseen producir, elaborar, preservar, envasar, almacenar o distribuir alimentos o aditivos alimentarios.
DÓNDE	Dirección de Obras Municipales. En algunas comunas es posible realizar el trámite a través de su página web.	SEREMI de Salud o a través de Internet.	Seremi de Salud o Servicio de Salud.	Seremi de Salud. Dirección de Obras Municipales.	Servicio de Salud correspondiente o a través de Internet en www.tramiteenlinea.cl .
CÓMO	Solicitar Formulario de Solicitud de Certificado de Informaciones Previas. Completa los datos y presentarlo en la Dirección de Obras Municipales.	Solicitar formulario de certificado y el instructivo respectivo	Completar Solicitud de Informe Sanitario	Presentación de Informe Sanitario a la Dirección de Obras Municipales. La autoridad sanitaria visitará las instalaciones y evaluará las condiciones.	Completar Formulario de Autorización Sanitaria. Una vez que el local esté completamente habilitado. En las semanas posteriores personal de la SEREMI de Salud visitará el local para verificar

PERMISO	TRÁMITE CERO	PERMISO DE EDIFICACIÓN	PERMISO DE OBRA MENOR	CAMBIO DE DESTINO	RECEPCIÓN DEFINITIVA DE OBRA
DESCRIPCIÓN	Para el caso de empresas con bajo riesgo ambiental o sanitario, la Autorización Sanitaria se enmarca bajo el Trámite Cero, el cual se compromete a entregar la autorización en un plazo no mayor a una hora.	Autoriza la petición de un usuario para construir en el espacio de una comuna. Sin éste no podrá iniciarse ninguna obra o construcción	Autoriza la ejecución de obras que no alteren la estructura del inmueble, tales como remodelaciones interiores, modificación de muros no estructurales, ampliaciones menores a 100m ² .	Mediante este trámite se solicita a la Dirección de Obras Municipales revisar los antecedentes de una edificación con el objeto de cambiar su destino definido por el Plan Regulador	Luego de la construcción o modificación de un inmueble es necesario solicitar a la Dirección de Obras Municipales la autorización para habitarlo o utilizarlo de acuerdo a los fines previamente acordados.
TIPO DE EMPRESAS	Empresas como talleres, bazares, librerías, ferreterías y comercio que expendan alimentos no perecibles o bien que no requieran de la manipulación de químicos y sustancias peligrosas, etc.	Aquellas empresas que deban construir edificios para su actividad.	Todas las que lo requieran.	Debe ser llevado a cabo si la actividad económica a realizar no está en concordancia con el destino del predio establecido en el Plan Regulador Comunal.	
DÓNDE	Seremi de Salud.	Dirección de Obras Municipales.	Dirección de Obras Municipales.	Dirección de Obras Municipales.	Dirección de Obras Municipales.
CÓMO	Completar formularios de "Declaración de Cumplimiento de Requisitos Sanitarios" y "Trámite Cero".	Interesado deberá contratar servicios de un arquitecto	Interesado deberá contratar servicios de un arquitecto	Solicitud de Cambio de Destino. Consultar en cada Municipio los documentos necesarios, que dependerán de cada entidad y del nuevo destino que se requiere para el predio.	Trámite gestionado por arquitecto, quien deberá presentar Solicitud de Recepción Definitiva junto a antecedentes del proyecto construido.



3.3 OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL

Los permisos mencionados en la tabla anterior, así como los procedimientos para obtenerlos, sólo constituyen una referencia, y será necesario consultar por todos aquellos requisitos que debas cumplir para llevar a cabo tu negocio, a través de tu municipalidad correspondiente.

De cualquier forma, una vez que obtengas todos los permisos necesarios para la actividad que deseas realizar, recién podrás solicitar la Patente Municipal, que corresponde al impuesto municipal al que están sujetas todas las actividades económicas y que autoriza el funcionamiento de tu emprendimiento.

Para obtenerla, es necesario contar con la fotocopia del RUT de la empresa, fotocopia legalizada de la escritura de constitución y sus modificaciones, copia de la inscripción en el Conservador de Bienes Raíces, copia de la publicación en el diario oficial, nombramiento del representante legal, copia de declaración de inicio de actividades, copia de certificado de dominio vigente, contrato de arriendo o similar, declaración simple de capital inicial, croquis o plano de la distribución interna del local u oficina, resolución de la Autoridad Sanitaria o aprobación del programa del ambiente del Servicio de Salud respectivo y permisos correspondientes

IV. Obligaciones y recomendaciones para la empresa formalizada

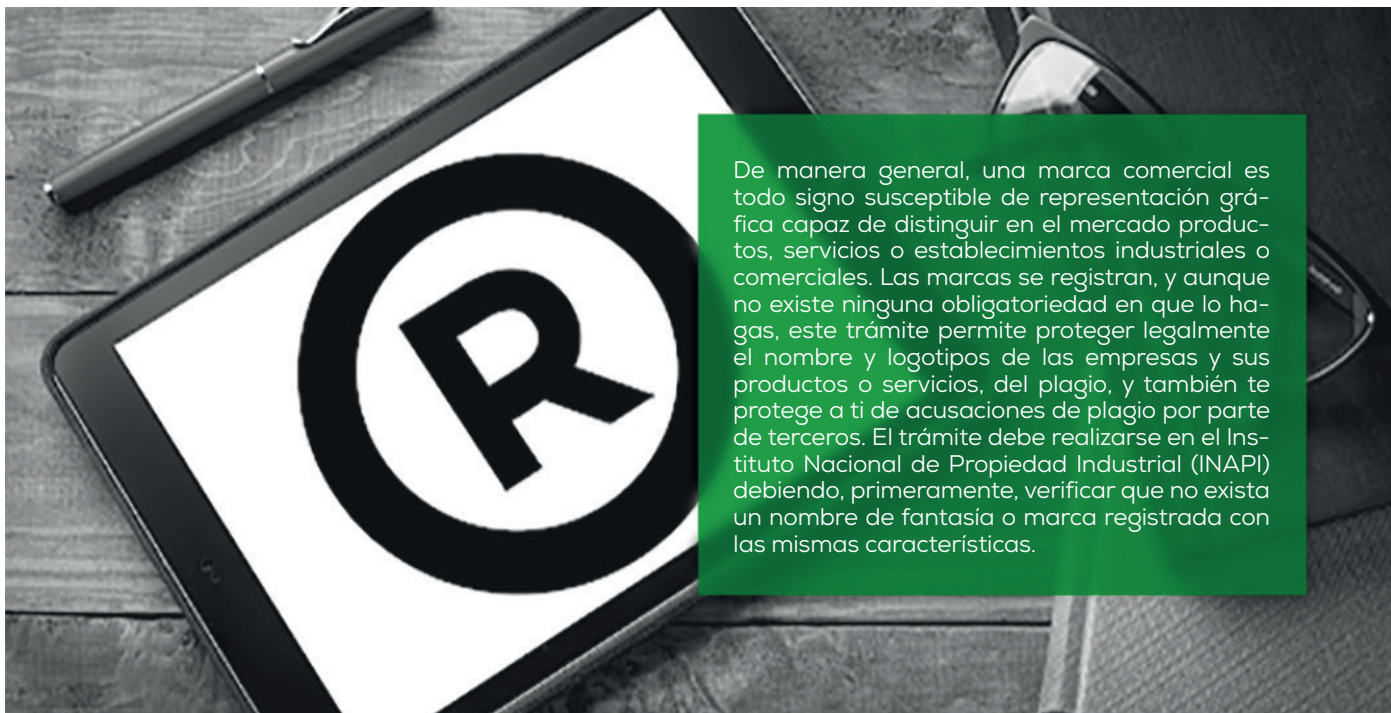
4.1

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS POSTERIORES

Las obligaciones tributarias de tu emprendimiento no terminan con la inscripción en el Rol Único Tributario, Inicio de Actividades o Timbraje de Documentos, sino que será un proceso constante en la vida de un negocio. En el siguiente cuadro, destacamos aquellas obligaciones tributarias más importantes a considerar.

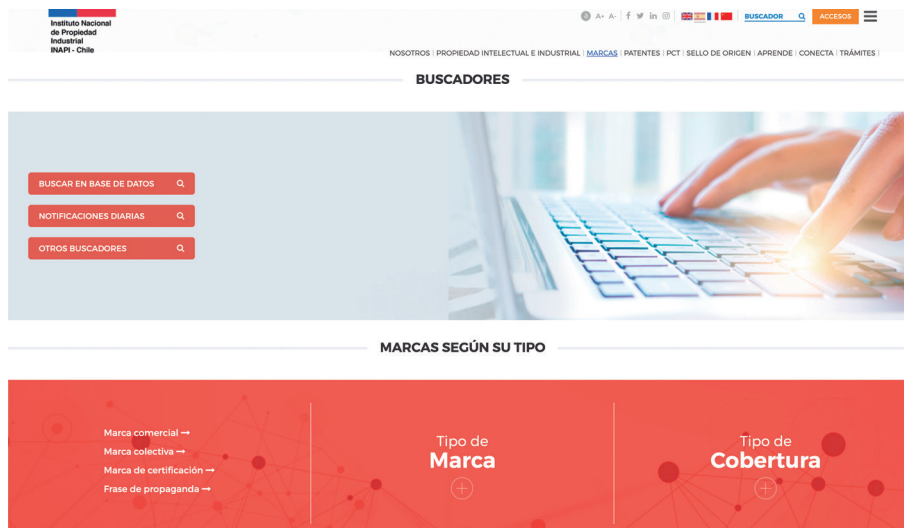
TRÁMITE	TIMBRAJE DE DOCUMENTOS	IMPUESTOS MENSUALES DECLARACIONES DE IVA, PPM Y RETENCIONES	IMPUESTOS ANUALES DECLARACIÓN DE RENTAS ANUALES
DESCRIPCIÓN	<p>La legalización de los documentos tributarios de tu empresa debe realizarse no sólo al inicio de actividades de ésta, sino que continuamente a medida que se vayan necesitando.</p> <p>Además de los documentos tributarios físicos (impresos y ordenados), debes presentar el Formulario 3230 en duplicado (se obtiene en la oficina del SII correspondiente al domicilio de la empresa o en www.sii.cl), Formulario 3230 anterior, Cédula RUT del contribuyente (empresa), Cédula de Identidad de quien realiza el trámite, poder notarial para realizar el trámite (en el caso en que no lo realice el representante legal) y la última Declaración Mensual y Pago Simultáneo de Impuestos Formulario 29.</p>	<p>IVA: El Impuesto al Valor Agregado, es el principal impuesto al consumo que existe en Chile y grava con una tasa de 19% las ventas de bienes corporales muebles e inmuebles, así como los servicios que se presten.</p> <p>PPM: Los Pagos Provisionales Mensuales son un adelanto que las empresas realizan a cuenta de los impuestos a la renta anual que corresponde declarar en el mes de abril de cada año. Para un grupo de contribuyentes este PPM es obligatorio.</p> <p>Retenciones: Corresponde al pago del 10% que se les retiene a los/as trabajadores a honorarios, que se les devuelve en mayo de cada año.</p> <p>Para todos estos trámites, se debe el Formulario 29 (puede comprarse en kioscos, solicitarse gratuitamente en oficinas del SII) y el RUT del declarante. Esta declaración también puede hacerse en forma electrónica a través de www.sii.cl. Lo importante es que el plazo máximo es hasta el día 12 del mes siguiente.</p>	<p>Deben presentar la declaración de impuesto anual a la renta todas las empresas que hayan obtenido rentas de cualquier origen, salvo aquellas que:</p> <p>Se trate de personas naturales cuyas rentas netas globales sean menores o iguales a 13,5 Unidades Tributarias Anuales (UTA); comerciantes ambulantes, suplementeros o mineros artesanales; su obligación tributaria la han cumplido mensualmente o por encontrarse en cualquiera otra situación excepcional, no se encuentran obligadas a presentar una Declaración de Impuesto a la Renta.</p> <p>Para este trámite, debe obtenerse el Formulario 22, el cual puede ser completado en línea a través del sitio del SII, o bien, de manera personal en las oficinas del SII.</p>
QUIÉN	Representante legal o quien éste designe a través de un poder notarial.	El representante legal o quién éste designe.	El empresario o quien designe, quien deberá llevar el F22 completo y Cédula de Identidad o de RUT del titular de la declaración.
DÓNDE	Oficinas del Servicio de Impuestos Internos correspondiente al domicilio de la empresa o en www.sii.cl	Instituciones financieras autorizada, oficinas del SII o en www.sii.cl	Instituciones financieras autorizada, oficinas del SII o en www.sii.cl
CUÁNDO	Una vez obtenido el RUT provisorio y haber dado aviso de Inicio de Actividades con verificación positiva	Normalmente se realiza hasta el día 12 del mes siguiente al período tributario a declarar	Debe ser presentada por las empresas durante el mes de abril de cada año.
PRODUCTO	Documentos timbrados	Certificado de Declaración	Certificado de Declaración.

4.2 REGISTRO DE MARCA Y DOMINIOS



De manera general, una marca comercial es todo signo susceptible de representación gráfica capaz de distinguir en el mercado productos, servicios o establecimientos industriales o comerciales. Las marcas se registran, y aunque no existe ninguna obligatoriedad en que lo hagas, este trámite permite proteger legalmente el nombre y logotipos de las empresas y sus productos o servicios, del plagio, y también te protege a ti de acusaciones de plagio por parte de terceros. El trámite debe realizarse en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) debiendo, primeramente, verificar que no exista un nombre de fantasía o marca registrada con las mismas características.

INAPI, dispone de bases de datos web, de uso completamente gratuito (www.inapi.cl). Una vez seleccionado un nombre para tu marca y verificada su efectiva disponibilidad, podrás ingresar tu solicitud de registro de marca de manera presencial o a través del sitio web del INAPI, proceso que normalmente tiene una duración aproximada de seis meses.



Un dominio, es la dirección de Internet que los usuarios escriben en el explorador para acceder a un sitio web. Por ejemplo, www.tuempredimiento.cl.

La adquisición de un dominio para crear un sitio web, es un trámite que tampoco es obligatorio para tu empresa, pero debes considerar que hoy en día muchos clientes buscan productos y servicios a través de motores de búsqueda de Internet. Por lo tanto, es bastante importante que las empresas tengan una página web en la que puedan presentar su negocio y los productos o servicios que ofrezcan.

En Chile, el registro de dominios se hace a través de Nic Chile, y al igual que en el caso de marcas y patentes, para adquirir este dominio, se debe verificar la disponibilidad del nombre, para corroborar que no esté siendo utilizado por otra organización.

Una vez inscrito el nombre de dominio y diseñada tu página web, deberás ponerla en un servidor de Internet, para que pueda ser vista desde cualquier parte del mundo. Este servicio, lo entregan las empresas de hosting o alojamiento de sitios web, cuya selección deberás basarla en base a su fiabilidad, ofrecimiento de servicios tales como el poder crear cuentas de correo propias, límite de transferencia de datos mensuales, espacio en disco, soporte técnico, precio, entre otras.

4.3 APERTURA DE CUENTA CORRIENTE

La legislación y las normas tributarias chilenas no permiten a una empresa usar una cuenta corriente de uso personal para fondos obtenidos de su actividad comercial. Por lo tanto, el paso siguiente para tu emprendimiento ya formalizado, será el abrirle una cuenta corriente para facilitar todo el manejo de los flujos de dinero y de la contabilidad financiera.



4.4 ASPECTOS LABORALES

1.- CONTRATACIÓN

Para la contratación del personal que trabajará en tu empresa, existen algunas consideraciones importantes, que tendrás que tomar en cuenta:

a) No discriminación

La selección de los trabajadores debe basarse en su calificación y capacidades, obviando aspectos tales como sexo, estado civil, sindicación, raza, religión, nacionalidad, condición socioeconómica o similares.

b) Edad

Las personas que trabajen en tu empresa deben ser mayores de 18 años. Puedes contratar personas entre 15 y 18 años, siempre que realicen trabajos ligeros que no

perjudiquen su salud y desarrollo y que cuenten con autorización expresa del tutor legal (padre, madre, abuelos, guardadores o institución a cargo del menor).

c) Nacionalidad

Para empresas con más de 25 empleados, a lo menos el 85% de los empleados de tu empresa deben ser chilenos. Los empleados extranjeros deben contar con una visa sujeta a contrato, visa temporaria o un permiso especial de trabajo para turistas.

2.- CONTRATO DE TRABAJO

Corresponde a una convención entre un trabajador que se compromete a prestar servicios bajo la subordinación de un empleador, a cambio de una remuneración. Sólo puede

existir si ambas partes están de acuerdo en las obligaciones y los derechos que dan origen a la relación laboral.

Si el contrato no consta por escrito, pero en la práctica existe el vínculo de dependencia y subordinación, se define como una Relación laboral.

El Contrato de Trabajo debe contener al menos, los siguientes antecedentes:

3.- DECLARACIÓN Y PAGO DE COTIZACIONES

a) Cotizaciones previsionales

Cada trabajador debe afiliarse a una Administradora de Fondos Previsionales (AFP). Este trámite lo realiza el trabajador, quien debe informar al empleador la institución a la que se encuentra afiliado. El empleador es el encargado de realizar el pago de las cotizaciones previsionales. El monto oscila alrededor del 12,61% del sueldo bruto.

b) Cotizaciones de salud

Cada trabajador debe afiliarse al Fondo Nacional de Salud (FONASA) o a un Instituto de Salud Previsional (ISAPRE). Este trámite lo realiza el trabajador, quien debe informar al empleador la institución a la que se encuentra afiliado. El empleador es el encargado de realizar el pago de las cotizaciones de salud. El monto obligatorio es un 7% del sueldo bruto, pero puede ser superior si el plan de salud contratado por el empleado excede este valor.

c) Seguro de la Ley de Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales

corresponde a un 0,95% de la remuneración imponible de cada trabajador. El empleador es el encargado de realizar el pago.





d) Seguro de desempleo

Se paga en forma conjunta, entre el trabajador (0,6% del sueldo mensual) y el empleador (2,4% del sueldo mensual). El empleador es el encargado de realizar el pago.

Todos los pagos anteriormente mencionados puedes hacerlos vía internet a través del portal www.previred.com

4.- LAS CONDICIONES DE TRABAJO

El Código del Trabajo define las condiciones de trabajo que, por ley, el empleador está obligado a entregar a sus trabajadores. Entre ellos, considera aspectos como los siguientes:

a) Jornada de trabajo, debe ser de no más de 45 horas semanales como máximo, no estando permitido trabajar más de 10 horas ordinarias al día.

b) Permisos y feriados anuales. Todo trabajador con más de un año de servicio tiene derecho a un feriado de 15 días hábiles anuales. En caso de nacimiento o muerte de un hijo o cónyuge, el trabajador tendrá un día de permiso pagado.

c) Protección a la maternidad: Considera a lo menos, los derechos de:

1) Fuero Maternal, es decir, que toda mujer que se encuentra protegida por los beneficios de maternidad, no pueda ser despedida por su empleador, por el periodo en que está embarazada hasta un año después del parto, sin una autorización judicial previa.

2) Permisos y descansos: corresponden al descanso prenatal (6 semanas antes del parto) y postnatal (12 semanas después del parto), permiso por la enfermedad de un hijo menor de un año, permiso por un hijo menor de seis meses y permiso para dar alimento a los hijos.

3) Subsidios: consiste en el pago de las remuneraciones o rentas imponibles que la mujer percibía antes de los descansos y permisos de maternidad. El monto equivale al 100% de dicha remuneración y el periodo en que es entregado coincide con el tiempo que dura el descanso pre y post natal.

d) Derecho a licencia médica: Todo trabajador puede ausentarse o reducir su jornada laboral, según indicación profesional certificada por un médico.

V. Requisitos para las empresas de alimentos

I

INSTITUCIONALIDAD DEL CONTROL DE ALIMENTOS EN CHILE

De acuerdo a lo establecido por el Codex Alimentarius es la garantía de que un alimento no causará daño al consumidor cuando el mismo sea preparado o ingerido de acuerdo con el uso a que se destine. Los países alrededor del mundo han desarrollado variados sistemas de control y vigilancia para asegurar que el abastecimiento de alimentos sea seguro para su población.

En el caso de nuestro país, el sistema encargado de velar por la inocuidad y calidad de los alimentos se compone principalmente de tres instituciones: Ministerio de Salud, Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) y Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura (SERNAPESCA).

1.1- MINISTERIO DE SALUD (MINSAL)

El MINSAL es la **Autoridad Sanitaria en Inocuidad de Alimentos en Chile**, encargándose de:

- Proteger la salud pública reduciendo el riesgo de enfermedades transmitidas por los alimentos.
- Proteger a los consumidores de alimentos insalubres, indebidamente etiquetados o adulterados.
- Contribuir al desarrollo económico manteniendo la confianza de los consumidores en el sistema alimentario y estableciendo una base normativa sólida para el comercio nacional e internacional de alimentos.

Las Secretarías Regionales Ministeriales (SEREMIs) de Salud, son los organismos representativos y desconcentrados del MINSAL, y se encuentran en cada una de las regiones del país, su función es la fiscalización de las disposiciones contenidas en las normativas en materias tales como higiene y seguridad del ambiente y de los lugares de trabajo, productos alimenticios, inhumaciones, exhumaciones y traslado de cadáveres, laboratorios y farmacias.

La legislación que les otorga las atribuciones mencionadas al MINSAL y a las SEREMIS de Salud es el **Código Sanitario (Decreto con Fuerza de Ley 725 del 11 de diciembre de 1967)**, decreto que rige todos los aspectos relativos a salud pública en nuestro país, responsabilizando al MINSAL y a las SEREMIS de Salud de la eliminación y control de los peligros y factores de riesgo medioambientales que puedan afectar la salud de la

población. El Código Sanitario establece, además, que algunas materias específicas se regularán por medio de reglamentos. Debido a lo anterior, en el año 1996 se publicó el **Reglamento Sanitario de los Alimentos - RSA (Decreto 977/96)** el cual establece las condiciones que debe ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución, venta y publicidad de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de productos sanos e inocuos. Se aplica igualmente a todas las personas, naturales o jurídicas, que se relacionen o intervengan en los procesos aludidos anteriormente, así como a los establecimientos, medios de transporte y distribución destinados a dichos fines. Es decir, en el RSA se establecen los requisitos que deben cumplir las instalaciones y los alimentos con el fin de garantizar productos inocuos para el consumo humano.

1.2.- SERVICIO AGRÍCOLA Y GANADERO (SAG)

El SAG, institución perteneciente al Ministerio de Agricultura, es la autoridad encargada de aplicar y fiscalizar el cumplimiento de las normas legales y reglamentarias sobre producción y comercio de semillas, plaguicidas, fertilizantes, alimentos para animales, alcoholes etílicos, bebidas alcohólicas y vinagres; exposiciones y ferias de animales, nomenclatura de sus cortes y otras materias que la ley establezca, como también realizar los análisis bacteriológicos y bromatológicos y otros que fueran pertinentes y **certificar la aptitud para el consumo humano de productos agropecuarios primarios destinados a la exportación**. En otras palabras, el Servicio, es la institución encargada

de certificar la inocuidad de los alimentos de origen agropecuario sin procesar o mínimamente procesado (por ejemplo, fruta fresca, carne de cerdo refrigerada, etc.) cuando éstos son exportados.

Adicionalmente, debido a convenios de delegación de funciones entre la Subsecretaría de Salud Pública del MINSAL y el SAG, el Servicio tiene funciones de inspección médico-veterinaria de reses de abasto, aves de corral y sus carnes en la totalidad de los establecimientos faenadores (para consumo nacional y de exportación) y a algunos centros de faena para autoconsumo (CFA). Estos convenios hacen responsable al SAG de asegurar que todas las carnes y subproductos frescos procedentes de estos establecimientos se ajusten a los parámetros sanitarios fijados en las normativas del MINSAL.

1.3.- SERVICIO NACIONAL DE PESCA Y ACUICULTURA (SERNAPESCA)

El SERNAPESCA es una entidad dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y es la autoridad competente en el **control de la inocuidad de los productos pesqueros y acuícolas de exportación** (según se estipula en el artículo 122 letra r) del **Decreto Supremo N°430, de 1991, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo**). A diferencia de lo que ocurre con SAG, SERNAPESCA si es competente en productos pesqueros y acuícolas congelados (por ejemplo, mariscos en conserva, filetes de pescado apanados, etc.)

II

REQUISITOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y PARA ALIMENTOS EN CHILE

Como ya se mencionó anteriormente, los países han desarrollado diversos sistemas y estándares para asegurar un suministro inocuo de alimentos para su población. Por lo tanto, cuando se tiene interés en emprender en el rubro alimentario, hay que conocer los requisitos y exigencias que se deben cumplir que nos permitirán funcionar dentro del marco legal, además de garantizar a nuestros clientes productos seguros. En el caso de nuestro país, estos requisitos obligatorios, en su mayoría están establecidos en el RSA y en algunas otras resoluciones que lo complementan. Además, si se está interesado en exportar, se deben considerar los requerimientos de los países de destino, tomando en cuenta las regulaciones de las autoridades competentes nacionales involucradas en este proceso (SAG y SERNAPESCA).

2.1.- REQUISITOS PARA ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS

En el RSA, las disposiciones referentes a instalaciones y su higiene, se establecen desde requisitos generales de construcción e higiene de los establecimientos a requerimientos más específicos como requisitos de higiene en el expendio, pasando por transporte y e higiene del personal involucrado en estas actividades.

A continuación, se mencionarán algunos requisitos relacionados a construcción e higiene de los establecimientos. Estos no corresponden a la totalidad de las obligaciones a cumplir, y solo representan algunos ejemplos de las disposiciones contenidas en el reglamento.

A. REQUISITOS DE CONSTRUCCIÓN

- **Artículo 22.** Los establecimientos deberán estar situados en zonas alejadas de focos de insalubridad, olores objetables, humo, polvo y otros contaminantes y no expuestos a inundaciones.
- **Artículo 25.** En las zonas de preparación de alimentos:
 - a) Los pisos, se construirán de materiales impermeables, no absorbentes, lavables, antideslizantes y atóxicos; no tendrán grietas y serán fáciles de limpiar.
 - b) Las paredes, se construirán de materiales impermeables, no absorbentes, lavables y atóxicos y serán de color claro. Hasta una altura apropiada para las operaciones, como mínimo 1,80 m, deberán ser lisas y sin grietas, fáciles de limpiar y desinfectar.
 - c) Los cielos rasos, deberán construirse de manera que se impida la acumulación de suciedad y se reduzca al mínimo la condensación de vapor de agua y la formación de mohos y deberán ser fáciles de limpiar.
 - d) Las ventanas y otras aberturas deberán construirse de manera que se evite la acumulación de suciedad, y las que se abran deberán estar provistas de protecciones contra vectores. Las protecciones deberán ser removibles para facilitar su limpieza y buena conservación.
 - e) Las escaleras, montacargas y estructuras auxiliares, como plataformas, escaleras de mano y rampas, deberán estar situadas y construidas de manera que no sean causa

de contaminación de los alimentos. Las rampas deberán construirse con rejillas de inspección y deberán ser fácilmente desmontables para su limpieza y buena conservación.

- f) Todas las estructuras y accesorios elevados deberán instalarse de manera que se evite la contaminación directa o indirecta de alimentos y de la materia prima por condensación de vapor de agua y goteo y no se entorpezcan las operaciones de limpieza.
 - g) Los materiales de revestimiento aplicados a las superficies de trabajo y a los equipos que puedan entrar en contacto directo con los alimentos, no deberán ceder sustancias tóxicas o contaminantes a los alimentos, modificando los caracteres organolépticos y de inocuidad.
- **Artículo 26.** La zona de preparación de alimentos deberá estar separada de los recintos destinados a alojamientos, servicios higiénicos, vestuarios y acopio de desechos.
 - **Artículo 32.** Todos los establecimientos de producción, elaboración y transformación de alimentos deberán disponer de vestuarios y servicios higiénicos convenientemente situados y en número conforme a lo dispuesto por el Reglamento Sobre Condiciones Sanitarias y Ambientales Básicas en los Lugares de Trabajo. Los servicios higiénicos deberán estar bien iluminados y ventilados y no tendrán comunicación directa con la zona donde se manipulen los alimentos. Los lavamanos contarán con grifos para el agua fría y caliente, provistos de jabón para lavarse las manos y medios higiénicos para secárselas, tales como toallas de papel, aire caliente u otros. Deberá ponerse rótulos en los que se indique al personal la obligación de lavarse las manos después de usar los servicios. Las ventanas y otras aberturas deberán estar provistas de mallas protectoras contra vectores.

B. REQUISITOS DE HIGIENE EN LOS ESTABLECIMIENTOS

- **Artículo 38.** Los establecimientos, sus equipos, utensilios y demás instalaciones, incluidos los desagües, deberán mantenerse en buen estado, limpios y ordenados.
- **Artículo 39.** Los desechos deberán retirarse de las zonas de manipulación y otras zonas de trabajo, cuantas veces sea necesario y por lo menos una vez al día.
- **Artículo 40.** Se deberá impedir el acceso de las plagas a los desechos. Inmediatamente después de su evacuación, los receptáculos utilizados para el almacenamiento y todo el equipo que haya entrado en contacto con los desechos deberán limpiarse. La zona de almacenamiento de desechos deberá, asimismo, mantenerse limpia.
- **Artículo 50.** Se prohíbe la mantención de plaguicidas u otras sustancias tóxicas que puedan representar un riesgo para la salud, en las zonas de producción, elaboración, transformación, envase y almacenamiento de alimentos.

C. REQUISITOS DE HIGIENE DEL PERSONAL

- **Artículo 52.** La dirección del establecimiento será responsable de que todas las personas que manipulen alimentos reciban una instrucción adecuada y continua en materia de manipulación higiénica de los mismos e higiene personal.
- **Artículo 54.** El personal que manipule alimentos no deberá atender pagos del público, sea recibiendo o entregando dinero, no deberá realizar tareas que puedan contaminar sus manos y ropas de trabajo.
- **Artículo 55.** El personal que manipula alimentos deberá lavarse siempre las manos cuando su nivel de limpieza pueda afectar la inocuidad de los alimentos, antes de iniciar el trabajo,

inmediatamente después de haber hecho uso de los servicios higiénicos, después de manipular material contaminado y todas las veces que sea necesario.

- **Artículo 57.** En las zonas en que se manipulen alimentos deberá prohibirse todo acto que pueda contaminar los alimentos, como: comer, fumar, masticar chicle, o realizar otras prácticas antihigiénicas, tales como escupir.
- **Artículo 58.** Si para manipular los alimentos se emplean guantes, éstos se mantendrán en perfectas condiciones de limpieza e higiene. El uso de guantes no eximirá al operario de la obligación de lavarse las manos cuidadosamente.

D. REQUISITOS DE HIGIENE EN LA ELABORACIÓN DE ALIMENTOS

Artículo 61. En la elaboración sólo deberán utilizarse materias primas e ingredientes en buen estado de conservación, debidamente identificados, exentos de microorganismos o sustancias tóxicas en cantidades superiores a las aceptadas en el RSA u otras materias extrañas.

Artículo 65. En la manipulación de los alimentos sólo deberá utilizarse agua de calidad potable.

Artículo 67. Los productos terminados deberán almacenarse y transportarse en condiciones adecuadas de temperatura y humedad que garantice su aptitud para el consumo humano.

E. REQUISITOS DE HIGIENE EN EL EXPENDIO

En el RSA, los requisitos para la venta o expendio de alimentos son diferentes dependiendo si son locales de expendio de alimentos que requieren refrigeración o congelación o si son locales de expendio de alimentos con consumo o consumo al

paso. De acuerdo con esto, el reglamento va estableciendo más o menos requisitos para los establecimientos si es que los alimentos vendidos lo requieren. Algunos ejemplos de los anterior son los siguientes:

Artículo 71. En los establecimientos donde se expendan alimentos que necesitan conservarse a baja temperatura, se deberá contar con sistemas de frío que aseguren las características propias del producto, los que deberán mantenerse de acuerdo con las recomendaciones técnicas de los fabricantes.



Artículo 73. Los locales donde se expenden alimentos para su consumo en el mismo establecimiento deberán contar además de lo dispuesto en el artículo 32 de este reglamento, con servicios higiénicos gratuitos para uso del público, separados para cada sexo, los que deberán mantenerse en todo momento en perfectas condiciones de higiene, limpieza y ventilación.

Artículo 74. Los puestos emplazados en ferias libres, como también los quioscos, casetas y carros que carezcan de conexiones a las redes de agua potable, alcantarillado y los vendedores ambulantes, sólo podrán expender: (acá va una lista muy larga de los alimentos que pueden vender y de los requisitos que tienen que cumplir para hacerlo).

F. AUTORIZACIÓN SANITARIA

En el RSA se establece que para instalar una empresa de alimentos es obligatorio obtener una Autorización Sanitaria, comúnmente llamada "Resolución Sanitaria", que es un permiso otorgado por las SEREMIs de Salud y permite el funcionamiento de todas las instalaciones que producen, elaboran, preservan, envasan, almacenan, distribuyen y/o venden alimentos o aditivos alimentarios en nuestro país. Esta autorización es válida por tres años y es renovable (desde artículo 6).

El trámite para la obtención de la autorización se realiza en el sitio <https://seremienlinea.minsal.cl>, creando un registro o por medio de la clave única.

Los documentos y antecedentes necesarios que deben ser subidos a la plataforma para la correcta emisión de la autorización varían de acuerdo al tipo de instalación de alimentos, por ejemplo:

Local de expendio de alimentos: venta de alimentos que requieren y no requieren refrigeración para su mantención y los que requieren congelación. Todos los alimentos que se expenden deben provenir de una instalación autorizada.

Antecedentes requeridos:

- Plano o croquis de planta e instalaciones sanitarias a escala.
- Comprobante de pago de sistema de alcantarillado público o resolución de la obra de alcantarillado particular.
- Comprobante de pago de agua potable de red pública o resolución de la obra de agua potable particular.
- Autorización municipal de acuerdo al plano regulador.
- Croquis o memoria técnica de los sistemas de eliminación de calor, olor, vapor y sistema de frío, según corresponda.
- Sistema de control de calidad sanitaria con que contara.
- Sistema de eliminación de desechos, pagar arancel.

Local de elaboración de alimentos: Instalaciones destinadas a elaborar alimentos para después distribuirlos a instalaciones que los comercializarán, se les conoce como fábricas de alimentos.

Antecedentes requeridos:

- Plano o croquis de planta e instalaciones sanitarias a escala.
- Comprobante de pago de sistema de alcantarillado público o resolución de la obra de alcantarillado particular.
- Comprobante de pago de agua potable de red pública o resolución de la obra de agua potable particular.
- Autorización municipal de acuerdo al plano regulador.

- Croquis o memoria técnica de los sistemas de eliminación de calor, olor, vapor y sistema de frío, según corresponda.
- Sistema de control de calidad sanitaria con que contara.
- Sistema de eliminación de desechos.
- Descripción general de los procesos de elaboración.
- Listado de materias primas que empleará.
- Listado de tipo/s de alimento/s que elaborará.

En este proceso, la SEREMI puede realizar inspecciones, con el objeto de evaluar el cumplimiento con los requisitos exigidos en el RSA.

G. SISTEMA DE ANÁLISIS DE PELIGROS Y CONTROL DE PUNTOS CRÍTICOS (HACCP)

Respecto a la obligatoriedad de que las empresas de alimentos cuenten con sistemas de aseguramiento de calidad, el RSA indica que los establecimientos de producción, elaboración, preservación y envase de alimentos deberán cumplir con las Buenas Prácticas de Fabricación (BPF) mencionadas en este reglamento, en forma sistematizada y auditable. Es decir, deben cumplir con los requisitos establecidos, pero que además deben contar con algún sistema que permita la fiscalización de la Autoridad Sanitaria (Artículo 69).

Adicionalmente, en el RSA se indica que los establecimientos que la autoridad sanitaria determine, según los criterios establecidos por resolución del Ministerio de Salud, deberán implementar las metodologías de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), en toda su línea de producción, conforme lo establecido en la Norma Técnica que, para tales

efectos, dicte ese mismo Ministerio. Esto quiere decir, que serán las SEREMIs de Salud las que decidirán que establecimientos deberán implementar el sistema HACCP. Pero, ¿cómo sé si mi empresa debe implementar HACCP?. En el momento de comenzar con el trámite de obtención de la Autorización Sanitaria, se entregará un listado de varios requerimientos que se deben cumplir, entre ellos, si se deberá implementar o no HACCP. Sin embargo, actualmente, la mayoría de los establecimientos de alimentos deben contar con el sistema HACCP implementado, con excepción de los establecimientos de expendio con consumo de alimentos.

El sistema HACCP es un proceso sistemático, preventivo basado en fundamentos científicos para garantizar la inocuidad de los alimentos, de forma lógica y objetiva en los establecimientos de alimentos. El MINSAL, en conjunto con el SAG, SERNAPESCA y la Agencia Chilena para la Calidad e Inocuidad de los Alimentos (ACHIPIA), desarrollaron la Norma Técnica N° 158 Requisitos para la aplicación del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP) en establecimientos de alimentos, en

donde se establecen los objetivos, alcances, prerequisites, principios y pasos para una adecuada implementación del sistema HACCP.

Es importante mencionar que la Autoridad Sanitaria no exige una certificación externa o privada de la implementación del sistema en el establecimiento. Solo se requiere que se implemente de acuerdo a lo indicado en la norma técnica y que sea adecuado para cumplir con los objetivos establecidos en el plan HACCP de la empresa para garantizar la inocuidad de los alimentos que producen.



III

REQUISITOS PARA ALIMENTOS

3.1.- REQUISITOS DE INOCUIDAD Y CALIDAD

Como ya se mencionó, el RSA además de requerimientos de higiene de infraestructura y personal, también establece requisitos de inocuidad y calidad para los propios alimentos. De esta manera se puede encontrar la definición de alimento alterado, contaminado, adulterado o falsificado y se establece la prohibición de fabricación, importación, tenencia, distribución, comercialización o transferencia a cualquier título de este tipo de producto.

Alimento contaminado se define como aquel que contiene:

- a) Microorganismos, virus y/o parásitos, sustancias extrañas o deletéreas de origen mineral, orgánico o biológico, sustancias radioactivas y/o sustancias tóxicas en cantidades superiores a las permitidas por las normas vigentes, o que se presuman nocivas para la salud;
- b) Cualquier tipo de suciedad, restos, excrementos;
- c) Aditivos no autorizados por las normas vigentes o en cantidades superiores a las permitidas (Artículo 101).

Dentro de los **requisitos particulares a inocuidad** podemos encontrar: criterios microbiológicos (desde artículo 171), límites para contaminantes y residuos (desde artículo 160), disposiciones para aditivos alimentarios (lista de aditivos permitidos, desde artículo 130) y disposiciones para la irradiación de alimentos (desde artículo 175). En resoluciones complementarias al RSA podemos encontrar disposiciones y **Límites Máximos de Residuos (LMR)** de plaguicidas y LMR de medicamentos de uso veterinarios.

Es importante mencionar que un peligro (que pueda estar presente en los alimentos y que represente un riesgo para la población) no se encuentre normado en el RSA u otra regulación complementaria, no quiere decir que los productores o responsables no deban tomar todas las medidas necesarias para su control, ya que la definición de alimento contaminado incluye agentes que se presuman nocivos para la salud y la fabricación, importación, tenencia, distribución, comercialización o transferencia a cualquier título de alimentos contaminados está prohibida.

También podemos encontrar en el RSA requerimientos de calidad para algunos alimentos específicos, como, por ejemplo: leche y productos lácteos, carnes, huevos, alimentos para regímenes especiales, entre otros. En estas disposiciones se pueden ver materias como porcentaje de grasa permitidos para leche, especificaciones nutricionales en las fórmulas para lactantes, las características físico-químicas de la miel, entre otros requerimientos.



3.2.- REQUISITOS DE ETIQUETADO Y PUBLICIDAD DE ALIMENTOS

En el RSA existen apartados particulares referentes a rotulación y publicidad de alimentos (desde artículo 106). En estas disposiciones se indican los requisitos que deben cumplir las etiquetas de los alimentos con el objeto de informar en forma adecuada al consumidor respecto de las características o atributos propios del producto.

Uno de los requisitos más importantes establecidos en el RSA, es que la información entregada en la etiqueta no debe ser falsa o inducir a error al consumidor o atribuirse efectos curativos. De acuerdo al Manual de etiquetado nutricional de alimentos del MINSAL, en términos generales, todos los aspectos de etiquetado establecidos en el RSA y en algunas resoluciones complementarias pueden clasificarse en dos grupos: Etiquetado general y etiquetado nutricional.

A. - Etiquetado general

Corresponde a información propia del alimento, como nombre del producto, identificación del productor y algunas condiciones de elaboración del producto.

Según el RSA todos los alimentos envasados deben etiquetar la siguiente información:

a) Nombre del alimento: Debe indicar la verdadera naturaleza del alimento en forma específica.

b) Contenido neto: No considera el peso del material de envase o empaque.

c) Nombre o razón social y domicilio del fabricante, elaborador, procesador, envasador o distribuidor, según sea el caso: para alimentos nacionales.

d) País de origen: se debe indicar en los productos nacionales e importados.

e) Número y fecha de la resolución y el nombre de la SEREMI de Salud que autoriza el establecimiento que elabora o envasa el producto o que autoriza su internación.

f) Número de lote de producción: El RSA define lote como cantidad determinada de un alimento producido en condiciones esencialmente iguales.

g) Fecha de elaboración o fecha de envasado del producto: La normativa da opciones sobre el formato dependiendo de la duración del producto. Además, se indica que se puede usar la fecha de elaboración como clave correspondiente al lote de producción.

h) Fecha de vencimiento o plazo de duración del producto: La normativa da opciones sobre el formato dependiendo de la duración del producto.

i) Ingredientes y aditivos: Se debe indicar un listado de todos los ingredientes y aditivos que componen el producto, con sus nombres específicos, en orden decreciente de proporciones. Si uno de los ingredientes es conocido por causar hipersensibilidad (alérgenos alimentarios), se debe señalar en la misma lista de ingredientes o bajo el título "Contiene...". Si el producto alimenticio tiene riesgo de contaminarse con estos alérgenos, en cualquier punto de la cadena de producción, se debe incluir después de la lista de ingredientes, cualquiera de las siguientes frases: "Puede contener...", "Contiene pequeñas cantidades de ...",

“Contienen trazas de ...” o “Elaborado en líneas que también procesan...”; indicando el alérgeno de que se trate. Los ingredientes conocidos por causar hipersensibilidad están establecidos en la Resolución 427/2013 del MINSAL y son los siguientes:

- > Cereales que contienen gluten: Trigo, avena, cebada y centeno, espelta o sus cepas híbridas, y productos de éstos.
- > Crustáceos y sus productos.
- > Huevos y sus productos.
- > Pescados y productos pesqueros.
- > Maní, soya y sus productos.
- > Leche y productos lácteos (incluida lactosa).
- > Nueces y productos derivados.
- > Sulfito en concentraciones de 10 mg/Kg. o más.

j) Instrucciones para el almacenamiento: Se deben indicar las condiciones especiales que se requieran para conservar un alimento, si de esto depende la validez de la fecha de vencimiento. Si una vez abierto el envase, el producto necesite de refrigeración u otro ambiente especial, también se debe indicar en la etiqueta.

k) Instrucciones para su uso: Debe contener las instrucciones necesarias sobre el modo de empleo.

l) Nombre y domicilio del importador: Para el caso de productos importados.

Es importante mencionar que existe el Reglamento de rotulación de productos alimenticios envasados (Decreto 297/1992, Ministerio de Economía) el que establece básicamente los mismos requisitos de etiquetado para alimentos que el RSA, sin embargo, existen algunas estipulaciones de formato que se complementan, por lo que es importante conocerlo.

B. - Etiquetado nutricional

Se refiere a la información relacionada a las características nutricionales de un alimento. El reglamento tiene disposiciones sobre información nutricional que pueden clasificarse en elementos obligatorios y opcionales.

B.1. Elementos obligatorios

Los elementos obligatorios consideran la declaración de nutrientes y la declaración de los sellos “ALTO EN”. Mientras que los elementos opcionales consideran las declaraciones de propiedades nutricionales y las declaraciones de propiedades saludables.

B.1.a) Declaración de nutrientes:

El RSA lo define como la relación o enumeración normalizada del contenido de nutrientes de un alimento. En otras palabras, es la información sobre la cantidad de nutrientes presentes en el producto. En los alimentos generalmente se muestra en forma de tabla. El reglamento establece que nutrientes deben informarse, en qué condiciones y recomienda el formato. Los nutrientes que obligatoriamente todos los alimentos envasados deben etiquetar son:

- > Valor energético o energía, expresado en calorías (Kcal)
- > Proteínas (gramos)
- > Carbohidratos disponibles (gramos)
- > Azúcares totales (gramos)
- > Sodio (miligramos)
- > Grasas totales (gramos): si el contenido total de grasa total es igual o mayor a 3 gramos por porción de consumo habitual, además de la grasa total, se deben declarar los ácidos grasos saturados, monoinsaturados, poliinsaturados y ácidos grasos trans, en gramos y el colesterol en miligramos.

Todos estos valores deben expresarse por 100 g o 100 ml y por porción de consumo habitual del alimento.

B.1.b) Declaración de sellos “ALTOS EN”

En el año 2012 se publicó la Ley 20.606, sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad, cuyos objetivos son la protección de niños y niñas, favorecer selección informada de alimentos y disminuir consumo de alimentos con alto contenido de calorías, grasas saturadas, azúcares, y sodio por parte de la población. Para esto, la ley estableció tres ejes: Prohibición de Publicidad dirigida a menores de 14 años, etiquetado frontal de advertencia en alimentos, prohibición de venta de alimentos no saludables en escuelas. Los requisitos específicos para dar cumplimiento a estos ejes se encuentran en el RSA y entraron en vigencia el 26 de junio de 2016. Los nuevos requisitos indican que cuando a un alimento se le haya adicionado sodio, azúcares o grasas saturadas y su contenido superen los límites establecidos en el mismo reglamento (artículo 120 Bis), se debe rotular el o los sellos “ALTO EN” correspondientes de acuerdo a las disposiciones indicadas. Además, se establece que los alimentos que superen los límites antes mencionados no pueden realizar publicidad dirigida a menores de 14 años (aunque estén exceptuados de rotular sellos “ALTOS EN”), entre otras disposiciones de publicidad.

radadas, azúcares, y sodio por parte de la población. Para esto, la ley estableció tres ejes: Prohibición de Publicidad dirigida a menores de 14 años, etiquetado frontal de advertencia en alimentos, prohibición de venta de alimentos no saludables en escuelas. Los requisitos específicos para dar cumplimiento a estos ejes se encuentran en el RSA y entraron en vigencia el 26 de junio de 2016.

Los nuevos requisitos indican que cuando a un alimento se le haya adicionado sodio, azúcares o grasas saturadas y su contenido superen los límites establecidos en el mismo reglamento (artículo 120 Bis), se debe rotular el o los sellos “ALTO EN” correspondientes de acuerdo a las disposiciones indicadas. Además, se establece que los alimentos que superen los límites antes mencionados no pueden realizar publicidad dirigida a menores de 14 años (aunque estén exceptuados de rotular sellos “ALTOS EN”), entre otras disposiciones de publicidad.

En la Tabla 1, se muestran los límites de contenido de energía, azúcares totales y grasas saturadas en alimentos sólidos y líquidos.

Tabla N°1: Límites de contenidos de energía, sodio, azúcares totales y grasas saturadas en alimentos.

	Energía (kcal/100 g)	Sodio (mg/100g)	Azúcares totales (g/100g)	Grasas saturadas (g/ 100g)
Límites en alimentos sólidos. Valores mayores a:	275	400	10	4
Límites en alimentos líquidos. Valores mayores a:	70	100	5	3

Es importante mencionar que las microempresas de alimentos no están obligadas a etiquetar los Sellos "ALTOS EN". Sin embargo, a partir de 26 de junio de 2022, esto se convertirá en una obligación.

El reglamento establece especificaciones de forma, color y proporción de los sellos. Además de sus tamaños y ubicación dependiendo del tamaño de las etiquetas y del número de sellos a poner (artículo 120 Bis). También se indican algunos alimentos que se encuentran exentos de este requisito.

C. - Elementos opcionales

1) Declaración de mensajes nutricionales

Son mensajes opcionales, permitidos por el RSA, en que se destaca el contenido de nutrientes como proteínas, grasas, hidratos de carbono, colesterol, azúcares, sodio,

vitaminas, fibra dietética o minerales y a aporte de energía, ya sea por mayor o menor contenido. Solo pueden utilizarse los mensajes que se encuentran descritos en el RSA (artículo 120) siempre y cuando se cumplan con todas las condiciones establecidas para tales efectos. Ejemplo, Libre de calorías: La porción de consumo habitual del alimento tiene menos de 5 kcal.

2) Declaración de mensajes saludables

Son mensajes opcionales permitidos por el RSA en que relacionan los alimentos, nutrientes u otro componente de los alimentos con una condición relacionada con la salud. Estos mensajes son aprobados por el MINSAL y deben ser científicamente reconocidas o consensuadas internacionalmente. Actualmente, existen 18 declaraciones aprobadas.

>> <https://www.minsal.cl/>

>> <https://dipol.minsal.cl/departamentos-2/nutricion-y-alimentos/reglamento-sanitario-de-los-alimentos/>

>> Código Sanitario: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=5595>

>> Reglamento Sanitario de los alimentos: https://dipol.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/06/DECRETO_977_96_2019-2.pdf

>> <http://www.sag.cl/>

>> <http://www.sernapesca.cl/>

VI. Instituciones y Programas de Apoyo



6.1 CORFO

Corporación de Fomento de la Producción

La Corporación de Fomento de la Producción dispone de varios fondos concursables de apoyo al emprendimiento y la innovación, entre los cuales, algunos pueden subsidiar hasta el 80% del total de tu proyecto. Por lo mismo, dada la gran disponibilidad de fondos, debes evaluar cuál es aquél que más se ajusta a tus ideas, tus proyecciones de crecimiento y el impacto que planeas generar.

La mayoría de los fondos concursables de CORFO están abiertos durante todo el año. A continuación, te presentamos aquellos más relevantes:

- Semilla Corfo
- Subsidio Semilla de Asignación Flexible para Escalamiento
- Subsidio Semilla de Asignación Flexible para Desafíos
- Start-Up Chile
- Redes de Mentores
- Programa Nacional de Incubadoras de Negocios
- Programa Apoyo al Entorno para el Emprendimiento y la Innovación
- Súmate a Innovar
- Súmate a Innovar con foco en ecodiseño
- Crea y valida
- Innova Región
- Innova Alta Tecnología
- Consolida y Expande Innovación
- Fortalece Pyme

www.corfo.cl

6.2 SERCOTEC

Servicio de Cooperación Técnica

Corporación de derecho privado, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, dedicada a apoyar a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores del país, para que se desarrollen y sean fuente de crecimiento para Chile. Atiende a pequeños empresarios y empresarias que enfrentan el desafío de actuar con éxito en los mercados, así como a los emprendedores y emprendedoras que buscan concretar sus proyectos de negocio.

- Capital Semilla Emprende
- Capital Abeja Emprende
- Formación Empresarial
- Promoción y Canales de Comercialización
- Crece, Fondo de Desarrollo de Negocios
- Mejora negocios

www.sercotec.cl

6.3 PROCHILE

Dirección de Promoción de Exportaciones

ProChile es la institución del Ministerio de Relaciones Exteriores encargada de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos, y de contribuir al desarrollo del país, mediante la internacionalización de las empresas chilenas, la promoción de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo, a través de una red nacional e internacional de personas especializadas y comprometidas.

Información y capacitación:

- Asistencia al Exportador
- Formación Exportadora

Promoción de productos y servicios en el extranjero:

- Ferias Internacionales
- Marcas Sectoriales
- Exporta Fácil
- Agricultura Familiar Campesina

Fondos Concursables:

- Silvoagropecuario
- Industrias
- Industrias Creativas
- Servicios

www.prochile.gob.cl

6.4 FUNDACIÓN CHILE CHILEGLOBAL VENTURES

El programa ChileGlobal Ventures busca atraer, apoyar, seleccionar y acompañar a emprendedores con soluciones innovadoras y de alto impacto para desarrollar nuevos negocios en las industrias relevantes en Chile y el mundo, articulando una comunidad de clase mundial en torno al capital de riesgo.

El programa tiene por objetivo potenciar mediante un modelo a las mejores startups del ecosistema, generando atracción por parte de los diferentes actores económicos de Chile y Latinoamérica hacia la industria de capital de riesgo, para impulsar soluciones innovadoras de impacto global.

chileglobalventures.cl

6.5 SOCIALAB

Socialab es una plataforma de emprendimiento referente en América Latina, que busca solucionar los problemas más grandes del mundo. Dentro de sus objetivos, vela por el impacto y la eficiencia de la estrategia de sostenibilidad, innovación y comunicaciones de las organizaciones públicas y privadas, identificando los problemas que más les preocupan, apoyando ideas de emprendimiento sostenibles y escalables que los resuelvan y posicionando estos procesos en la agenda pública.

El apoyo corresponde a subsidios, entrega de metodologías, mentorías virtuales y presenciales, talleres, asesorías, redes, acceso inversionistas y apoyo comunicacional.

socialab.com

6.6 JUMP CHILE

El programa Jump Chile es una academia de aceleración que ayuda a los estudiantes de pre y postgrado de todas las instituciones de educación superior del país y de Latinoamérica, a identificar problemas y oportunidades para desarrollar modelos de negocios y validarlos. Así, esperamos formar una nueva generación de emprendedores, que sean agentes de cambios y transformen problemas locales en oportunidades de impacto global.

Desde 2012 Jump Chile se ha posicionado como el mayor programa nacional de emprendimiento universitario del país, organizado por la Universidad Católica de Chile, a través del Centro de Innovación UC, y SURA.

www.jumpchile.com

6.7 YOUNG LEADERS OF THE AMERICAS INITIATIVE (YLAI)

Professional Fellows Program

La iniciativa tiene por objetivo empoderar a emprendedores para fortalecer su capacidad para lanzar y avanzar sus ideas empresariales y contribuir de manera efectiva al desarrollo social y económico en sus comunidades. Desde el lanzamiento en 2015, más de 750 becarios profesionales de YLAI de América Latina y el Caribe han ampliado su liderazgo y experiencia empresarial a través de becas en empresas y organizaciones de los Estados Unidos. A través del YLAI Entrepreneurship Institute, los YLAI Fellows han acelerado el éxito de sus empresas comerciales y sociales y desarrollados planes de acción específicos para llevar a cabo al regresar a sus países de origen.

El programa incluye una beca de cuatro semanas en Estados Unidos, plan de estudios de liderazgo empresarial, orientación de EE. UU., y un compromiso sostenido posterior a la beca.

<https://ylai.state.gov/fellowship/>

6.8 REDEMPRENDIA

RedEmprendia es una red de universidades que desarrolla programas internacionales para apoyar la creación de empresas basadas en el talento y el conocimiento generado en la universidad.

RedEmprendia convoca a las universidades iberoamericanas que forman parte de la red a través del portal Santander X a participar en los programas de emprendimiento como Santander X, apuesta del Banco Santander por el emprendimiento universitario de alto impacto a nivel local y global. Su objetivo es acompañar al emprendedor en cada una de las etapas de su viaje con una oferta específica y conectar a emprendedores con los tres recursos más valiosos para ellos: talento, clientes y financiación.

www.redemprendia.org

6.9 ALTO IMPACTO

Alto Impacto busca identificar y potenciar emprendimientos de innovación social para convertirlos en empresas con propósito. Tiene como objetivo generar y fomentar capacidades tanto personales, como de equipo, para llevar a cabo un emprendimiento sostenible y escalable en un mediano plazo.

La iniciativa impulsada por el Laboratorio de Innovación Social, CoLab UC, en colaboración con el Centro de Innovación UC Anacleto Angelini, apoya a los emprendimientos sociales entregando financiamiento de hasta \$15.000.000 de pesos por emprendimiento, apoyo en metodologías para planificar y medir el impacto, mentorías, talleres de fortalecimiento, acceso a redes y comunidad.

<http://colab.uc.cl/altoimpacto>

VII. Centro de Emprendimiento e Innovación abierta en la industria alimentaria

El Hub Alimentos, es un espacio colaborativo de trabajo altamente especializado enfocado en el emprendimiento y la innovación abierta en la cadena de valor de los alimentos. Es una iniciativa apoyada por Corfo y ejecutada por la Universidad de Talca, Fundación Innova y el Centro de Estudios de Alimentos Procesados (CEAP).

El Centro busca facilitar e impulsar innovaciones y emprendimientos en la Industria Alimentaria en los diferentes eslabones de su cadena productiva, abordando desafíos de alto impacto no resueltos, desarrollando proyectos capaces de proponer mejoras sustantivas, nuevos productos y tecnologías, y escalarlos en los mercados a través de un conjunto de programas y metodologías de innovación abierta que atiendan demandas o desafíos de la industria local, nacional e internacional.

El Hub Alimentos surge en pro del fortalecimiento del ecosistema entre emprendimientos, start-ups, empresas y gremios, para la búsqueda y generación de nuevos negocios, sumando nuevas capacidades y servicios de apoyo que conecten la experimentación, exploración y evaluación, con el fin de acelerar oportunidades y/o problemas de innovación en la macrozona central del país.



NUESTRAS VERTICALES



DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS, INGREDIENTES Y ADITIVOS

Apoyar en el desarrollo de materias primas que posean un alto potencial para ser utilizadas como ingredientes y/o aditivos para la elaboración de alimentos de manera que agreguen valor por sus características diferenciadoras y que cumplan con funciones tecnológicas de interés para la industria alimentaria.



SERVICIOS PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA (modelos de comercialización, logística y operación)

Desarrollar servicios que aporten a la gestión de calidad, inocuidad y trazabilidad, asegurando una correcta ejecución de todos los procesos involucrados en la cadena productiva de los alimentos.



DISEÑO DE ENVASES Y EMBALAJES

Apoyar proyectos de la industria del packaging de alimentos desde la fase de diseño hasta la fase de prototipado de modo que ayuden a mejorar la experiencia de consumo y respondan a las tendencias de sustentabilidad actuales, a través del desarrollo de nuevos formatos que sean prácticos de manipular, transportar y gestionar a la hora de su reciclaje.



VALORIZACIÓN DE RESIDUOS

Valorización de residuos provenientes de la agroindustria con alto potencial para ser aprovechados en diferentes procesos que incluyen elaborar nuevos productos o ingredientes, agregar valor a productos existentes y obtener nuevas fuentes de energía, de modo que disminuyan los niveles de contaminación ambiental y aporten a la economía circular.

Desafíos y oportunidades de producir alimentos



MICHEL LEPORATI NERÓN
Director de HUB Alimentos

Producir alimentos es probablemente una de las actividades más trascendentes y significativas en la evolución y desarrollo de la humanidad. Como dice Felipe Fernández Armesto en su historia de la comida “no existe ni ha existido ninguna actividad humana que preocupe a más gente y por tanto tiempo en sus vidas, como la comida”. Entorno a los alimentos, se desarrollan un conjunto de dimensiones de nuestra existencia, que van desde su esencialidad vital, en sus fundamentos nutricionales y sanitarios, hasta llegar a los de la cocina y la gastronomía, vinculados al placer sensorial y la creatividad artística e intelectual, pasando por dimensiones económicas como objeto de consumo, sociales, como indicador de poder y relaciones cambiantes, y dimensiones éticas y ambientales, en su vinculación con la sustentabilidad de las prácticas productivas.

En nuestro país el sector alimentario, constituye un eje fundamental del desarrollo nacional, con cifras sectoriales que representan el 23% del valor total de las exportaciones; el 20% del valor de las ventas del

comercio; el 31% del número de empresas; el 23% del empleo nacional y el 10-12% del PIB. En las últimas dos décadas, el país ha consolidado su liderazgo internacional como un actor relevante en el comercio de alimentos, con una oferta exportable de más de 1.500 productos presentes en más de 150 países, situándose entre los 10 principales exportadores para cerca de 50 productos a nivel global. Lo anterior da cuenta de una industria profundamente globalizada, que ha sido capaz de ir asimiando las nuevas tendencias de consumo, entregando respuestas con una oferta en volúmenes crecientes y con altos estándares de calidad.

Además, es una actividad productiva cuya cadena de valor se encuentra constituida por una compleja trama de empresa grandes, medianas, pequeñas y una miríada de emprendimientos, abarcando desde la producción primaria a la preparación, profusamente difundidos en los territorios, muchas de ellas gestionadas por mujeres y jóvenes, lo que la constituye en una actividad socialmente y territorialmente inclusi-

va, descentralizadora y con un potente efecto dinamizador de la actividad económico local de por lo menos 13 de las 16 regiones de Chile. Todo lo anterior junto a encontrarse estructurada sobre la transformación y agregación de valor de recursos naturales renovables, le confiere un carácter estratégico en el desarrollo de largo plazo, constituyéndola en el relevo natural de nuestra excesiva dependencia de la explotación de recursos no renovables, como la minería.

En un horizonte de mediano plazo, frente a un escenario global, en la que la demanda por alimentos solo crecerá, y en donde la opción por lo saludable, natural, sofisticado y accesible se masifica, Chile ha hecho una apuesta estratégica de profundización y potenciamiento de su vocación alimentaria a través de la diversificación y sofisticación de la oferta, con foco en los alimentos saludables, proyectando un liderazgo internacional como un proveedor de alimentos seguros, como sello distintivo de su oferta.

Para ello es necesario anticiparse a los crecientes desafíos y tendencias que los nuevos paradigmas globales imponen lo que representan cada vez mayores y más complejas respuestas que deben ser abordadas con

perspectiva de mediano plazo, en materia de desarrollo productivo y comercial, desarrollo científico y tecnológico y del capital humano, de salud pública y de sustentabilidad social y ambiental. Desafíos que tiene que ver con:



En lo ambiental

Los efectos del cambio climático cuya manifestación más evidente es la intensificación de los fenómenos climatológicos, siendo a la fecha el problema más evidente el del déficit hídrico, con consecuencias entre otras cosas en el desplazamiento del mapa agroecológico del país y la modificación de los patrones epidemiológicos de plagas y enfermedades. Ello demanda de respuestas que avancen en la mitigación, la adaptación y la resiliencia en los efectos del cambio climático.



En lo productivo

La transición exitosa de los sistemas de producción físicos y analógicos a sistemas informatizados y digitales, a través de la adopción de tecnologías de software y hardware para la sensorización, automatización y robotización, y la interoperabilidad y analítica de grandes volúmenes de información y su utilización en el desarrollo de nuevos productos, diversificando y sofisticando la oferta, así como de soporte en procesos de gestión logística, administrativa y de servicios conexos, entre otros.



En lo socioeconómico

La mitigación del impacto de la transformación digital de la industria a nivel laboral, a través de la reconversión de las competencias y capacidades de los trabajadores, de la adecuación curricular de la educación escolar, técnica, profesional. El fomento a la innovación y el emprendimiento. La generación de oportunidades e integración en territorios y grupos sociales rezagados.



En lo científico y tecnológico

El impulso de la I+D y la formación de capital humano avanzado, para el desarrollo de soluciones tecnológicas aplicadas y la innovación, en respuesta a las necesidades de la industria con especial foco en la revolución digital en curso.



En lo comercial

La necesidad de adecuación de la oferta a los nuevos patrones y tendencias de consumo de alimentos, teniendo en consideración, la demanda de consumidores crecientemente informados, conectados, conscientes, críticos, desafiantes que recurren a formas no tradicionales para informarse y desconfían de la autoridad, cuyas decisiones de consumo son crecientemente complejas e incluyen aspectos éticos, ambientales, sociales, sanitarios, de indulgencia, económicos, entre otros. La consolidación de mercados ya abordados y la prospección de nuevos mercados



En lo sanitario

La tendencia global a la elevación del nivel de protección adecuado en materia de inocuidad, con efecto en crecientes restricciones en el uso de agroquímicos, medicamentos de uso veterinario, aditivos sintéticos en los procesos productivos y las mayores exigencias en el control de patógenos. La intensificación de las regulaciones en materia de composición nutricional de los alimentos procesados como respuesta a la pandemia de sobrepeso y obesidad y su asociación con la incidencia de enfermedades crónicas no transmisibles en la población, especialmente joven, con foco en la reducción de nutrientes críticos como sodio, azúcares y grasas saturadas.



En lo social

En una sociedad en transición hacia el desarrollo como la nuestra, en el último tiempo hemos asistido al derrumbe de muchas convenciones y costumbres en diversos ámbitos, los que han sido, o están siendo, reemplazados por nuevas miradas siempre de estándares más exigentes en lo ético, político, técnico, social, organizacional, etc. El sector alimentario no ha sido la excepción a ello. En los últimos veinte años hemos asistido a una creciente sensibilidad de la población respecto de los efectos de los alimentos sobre la salud y el bienestar. Así las cosas, hoy en día, la sociedad chilena, desde sus propias percepciones, exige frente a la oferta de alimentos de consumo nacional estándares tan elevados como los que cumple aquella exportable hacia los mercados más exigentes del planeta, presionando a la industria a moverse hacia un otorgamiento de garantías de inocuidad y calidad, siempre por sobre las exigencias regulatorias vigentes.

Finalmente es necesario considerar, a propósito de la situación de emergencia sanitaria que nos encontramos viviendo, que la fulminante irrupción de COVID19 a nivel planetario ha traído consigo, y muy probablemente para quedarse, un complejo escenario de riesgos e incertidumbre en la industria alimentaria, repercutiendo fuertemente en la capacidad productiva y la sustentabilidad de la cadena de suministro.

Sin lugar a dudas, para la industria de alimentos el efecto más alarmante de la explosiva e intensa diseminación del virus y su dramático impacto sobre la salud pública, no tratándose de un problema de inocuidad, ha sido el riesgo de interrupción abrupta



ta de la cadena de suministros, producto del contagio masivo de trabajadores, y/o la falta de personal en los procesos productivos a consecuencia de la necesidad de establecer medidas sanitaria de aislamiento social y reducción de movimientos por parte de la autoridad.

Hasta la irrupción de COVID19, probablemente ninguna empresa de alimentos a nivel global, ni en Chile, contaba con estrategias, pla-

nes y/o programas para anticipar y/o convivir con niveles de riesgo de la entidad que esta pandemia representa. Es claro que, superada la crisis, ni la autoridad, ni las empresas, ni los proveedores de servicios, podrán seguir haciendo lo mismo que venían realizando en materia de gestión de riesgos. No habrá ninguna empresa que pueda proyectar su desarrollo competitivo y sustentable si no tiene en consideración la posibilidad cierta de la repetición de situaciones como ésta (catástrofes naturales, pandemias u otras).

Así en un futuro escenario post contingencia, la vulnerabilidad o sustentabilidad de las empresas del sector dependerá, entre otras cosas, del proceso de adaptación que realicen a esta nueva realidad de riesgos e incertidumbre. Ello demanda en lo inmediato, fortalecer capacidades, competencias y experiencias que permitan en el futuro enfrentar peligros como este u otros de similar entidad, bajo un nuevo paradigma de incertidumbre frente a peligros emergentes que representen riesgos de diversa naturaleza, en forma simultánea (sanidad, inocuidad y sustentabilidad), sacando lecciones de la experiencia vivida respecto la simultaneidad, la inmediatez y la multivariabilidad de los peligros y sus efectos. Junto a ello, prepararse para contingencias futuras supone, ineludiblemente, desarrollar estrategias de resiliencia para enfrentar nuevas emergencias como tarea urgente a la que estamos todos llamados, sector público, privado y sociedad civil, y academia a contribuir.

Por último, todo parece indicar que, pasada la tormenta, el nuevo escenario de interrelaciones sociales, políticas y económicas, exigirá un nuevo orden de relacionamiento entre los actores de la industria con mayor equidad, compromiso y responsabilidad de parte de las grandes corporaciones con sus proveedores, con especial foco en el desarrollo local y territorial. Ello podría constituirse una ventana de oportunidades muy significativa para las MIPYMEs y los emprendedores en los que logren adaptarse al nuevo escenario. Las claves para ello digitalización, gestión integrada de riesgos, cultura de bioseguridad y resiliencia frente a escenarios de incertidumbre.

La importancia de evaluaciones científico-tecnológicas para el desarrollo de productos



ANÍBAL CONCHA MEYER
Profesor Asistente
Facultad de Ciencias Agrarias
Universidad de Talca.

La industria alimentaria, desde las MiPymes a las grandes empresas, depende en gran medida de nuevos productos para rejuvenecer y mantener su negocio y a sus consumidores. El desarrollo de nuevos productos es el elemento vital de cualquier industria para sobrevivir a largo plazo en un mercado competitivo, dinámico y en constante crecimiento. De acuerdo con los datos de Euromonitor en los últimos años el mercado global de alimentos procesados experimenta una tasa de crecimiento de alrededor de 3% anual, en donde la categoría que más ha aumentado es salud y bienestar (Euromonitor International, 2016). Chile no es la excepción y según el Estudio Chile Saludable los consumidores están priorizando cada vez más alimentos que ofrezcan efectos benéficos a su salud y que cumplan con características nutricionales favorables, de acuerdo con lo estipulado en la ley

N° 20.606 de etiquetado de alimentos (Fundación Chile, 2017). Tendencias mundiales de consumo de alimentos como el uso de proteínas de origen vegetal, la ausencia de aditivos sintéticos, productos sustentables y menos contaminantes, 100% naturales, elaborados con procesos atérmicos, bajos en nutrientes críticos y con funcionalidad de salud comprobada, hacen que el desafío de desarrollo de productos adquiera una complejidad importante. El desarrollo de productos alimenticios es un esfuerzo multidimensional que está impulsado principalmente por satisfacer las demandas de los consumidores. Los procesos para el desarrollo de productos involucran estudios organizados y comercialmente adaptados que combinan disciplinas como las ciencias de los alimentos, ciencias sociales y ciencias económicas (Sharif et al., 2018). Básicamente, hay cuatro etapas en este proceso, que incluyen:

- 1 Desarrollo de estrategia de producto
- 2 Diseño, desarrollo y validación de prototipos
- 3 Pilotaje a escala piloto y pre-comercialización del producto
- 4 Lanzamiento de producto y post lanzamiento.

Durante el desarrollo de cualquier nuevo alimento, se deben realizar evaluaciones y análisis para obtener una comprensión más clara del rendimiento del producto, sus características sensoriales u organolépticas, y el cumplimiento nutricional de su etiqueta. Un análisis exhaustivo de los alimentos implica numerosas pruebas sustentadas en evidencia científica que identifican y miden las características pertinentes del producto y si este cumple con los requisitos de calidad y de normativa. Los análisis por realizar incluyen los siguientes parámetros:

- Valores nutricionales (calorías, proteínas, vitaminas, carbohidratos, grasas, vitaminas y minerales) para asegurar una correcta información en el etiquetado y el cumplimiento de normas.
- Calidad del producto para demostrar aceptabilidad de parte de los consumidores en términos de apariencia, textura, aroma y sabor, además del cumplimiento de norma respecto de criterios de inocuidad microbiológica y química (contaminantes como virus, bacterias, micotoxinas, pesticidas, etc.).
- Escalamiento piloto para evaluar la variabilidad en el proceso de fabricación y mejorar la homogeneidad del producto final, así como estimar el rendimiento y costos de producción.
- Vida útil del producto para garantizar la calidad, duración y satisfacción del cliente.

- Cuantificación de compuestos bioactivos y estudios de actividad in vitro y en humanos, en el caso que el producto haga la declaración de contener éstos y/o de proporcionar algún beneficio a la salud del consumidor.

La realización de análisis a los nuevos productos alimenticios es indispensable, ya que permite asegurar el éxito de un desarrollo y garantizar el cumplimiento de las últimas regulaciones de la autoridad sanitaria. Las nuevas tendencias en el desarrollo de alimentos presentan grandes desafíos para asegurar la estabilidad sensorial y microbiológica de los alimentos, así como una duración apropiada de éstos. Por lo anterior es que es fundamental la realización de evaluaciones y análisis experimentales y de laboratorio apropiados que evalúen las propiedades y nos permitan lograr un desarrollo exitoso.

Euromonitor International. (2016). Health and Wellness in Chile. Industry Overview. Disponible en <https://www.euromonitor.com/health-and-wellness-in-chile/report>
 Fundación Chile. (2017). Chile saludable: oportunidades y desafíos de innovación para una alimentación desde lo natural. Volumen 6. Disponible en <https://fch.cl/wp-content/uploads/2019/09/chile-saludable-2017.pdf>

Sharif, M. K., Zahid, A., & Shah, F.-H. (2018). Role of Food Product Development in Increased Food Consumption and Value Addition. Food Processing for Increased Quality and Consumption, 455–479. doi:10.1016/b978-0-12-811447-6.00015-1

VIII. Casos de éxito de emprendedoras y emprendedores



FÜRKÜ

Este emprendimiento con triple impacto, adoptó un compromiso con la nutrición de los chilenos, así como también con el medioambiente.

Ingenieras comerciales egresadas de la Universidad de Talca se dieron cuenta que existían tendencias alimentarias como el veganismo o los intolerantes al gluten, que no tenían muchas alternativas de productos con alto aporte nutritivo y que fuesen ricos a su vez. Bajo ese concepto crearon un mix de algas y legumbres que otorgan muchos de los nutrientes necesarios para el consumo diario de las personas.

Javiera Ríos y Fernanda Rey el año 2018 apostaron por reivindicar el co-chayuyo, dando un valor agregado a este alimento altamente nutritivo con el objetivo de incentivar su consumo a nivel local, por eso se atrevieron a crear esta

superhamburguesa de mix de co-chayuyo y garbanzo sabor betarraga, vegana y sin gluten.

Este emprendimiento con triple impacto adoptó un compromiso con la nutrición de los chilenos, así como también con el medioambiente, generando el menor impacto con sus hamburguesas de co-chayuyo.

Javiera y Fernanda crearon con mucho amor esta receta que ha diferenciado a Fürkü de otras marcas de alimentación. Además, se han preocupado de innovar con nuevas variedades con espinaca y zanahoria curry que son comercializadas en cajas de cuatro unidades a través de diferentes tiendas a lo largo de Chile.

www.furku.cl

BEAR BERRY

Primera bebida energética chilena que se comercializa con éxito en Europa gracias a sus particulares beneficios.

Es una compañía que fabrica y elabora bebidas energéticas, que pertenece al grupo de Empresas Alerce Export Limitada, ubicada en Linares, VII región de Chile, siendo su principal actividad la producción y exportación de arándanos a los mercados de Norteamérica, Asia y Europa.

Bajo este holding operan las empresas Vital Fruit, Fresh Fruit y Alkaberries. En Bearberry trabaja un equipo de profesionales multidisciplinario, que abarca las áreas de producción, industrialización, marketing y ventas, que cuenta con su propia logística de distribución.

Alamiro Garrido, gerente general del Grupo de Empresas Alerce Export, detectó la idea de negocio de crear una

bebida energética funcional a base de arándanos para cubrir un nicho de mercado poco explorado: el agotamiento físico, cansancio y la necesidad de las personas por consumir día a día productos sanos, inocuos y naturales. Arándanos, estevia, cafeína extraída de guaraná y Vitamina B 12, son algunos de los ingredientes cien por ciento naturales que contiene la primera bebida energética chilena que se comercializa con éxito en Europa gracias a sus particulares beneficios.

La empresa linarense continúa trabajando en el diseño e innovación de nuevas variedades de bebidas, con el propósito de ampliar la gama de productos y explorar nuevos mercados.

www.bearberry.cl

DABU HEALTHY FOOD

Desarrollar productos que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas, es la motivación de Daniela Bustos Vega, creadora de Dabú Healthy Food, una marca de alimentación saludable, que comenzó con maqui deshidratado y polvo de maqui en polvo para integrarlos a la dieta diaria de las personas.

El año 2015 al momento de realizar su tesis en la universidad con una investigación sobre el maqui, la ingeniería agrícola inició este emprendimiento en la ciudad de Cauquenes, acercándose al Centro de Desarrollo de Negocios para recibir orientación y emprender. Logró adjudicarse un fondo concursable

Capital Semilla de Sercotec y creó su primera sala de procesos y un local de venta pequeño para comercializar sus productos.

La emprendedora creó pyme de alimentación saludable en Cauquenes que cuenta con más de 160 productos y además comercializa más de 200 productos de otros emprendedores en su tienda establecida, junto a productos online y venta en terreno. A futuro la emprendedora cauquenina quiere abrir sucursales en otras ciudades, aumentar el número de vendedores en terreno, capacitar a los clientes en alimentación saludable con talleres e incorporar productos como, por ejemplo, algas o hongos.

www.dabu.cl

FOOD FOR THE FUTURE

Food for the future se inspira en la naturaleza investigando y desarrollando formas circulares de producir nutrición que asegure la alimentación del futuro.

Desde el 2014 un equipo de chilenos comenzó a trabajar en el cultivo de insectos, criando larvas de mosca soldado negro, una especie famosa en el reino animal por su capacidad para descomponer y asimilar cualquier tipo de materia orgánica. De esta forma, la empresa Food for the future (F4F) se inspiró en la naturaleza para transformar residuos orgánicos en ingredientes de alto valor nutricional para

alimentación animal y adicionalmente fertilizante orgánico.

La innovación de F4F radica en el cultivo de mosca soldado negro, cuyas larvas se alimentan de residuos orgánicos y son capaces de transformar quince toneladas de residuos en una tonelada de larvas, que son transformadas en harina proteica y otros productos con alto nivel nutricional, los cuales pueden utilizados para la alimentación de aves, peces y mamíferos en reemplazo de la harina de soya o pescado, cuyas producciones tienen un impacto ambiental muy alto asociado a deforestación y pesca desmedida.

Cristián Emhart, gerente general y Cofundador de F4F, explicó que se proyecta que al 2050, la población global va a aumentar de 7 mil a 9 mil millones de habitantes y además se proyecta que al año 2030 habrá que aumentar la producción de alimentos en un 70%. Por esta razón, cree fundamental encontrar nuevas fuentes de

alimentación de proteína, ya que estas nuevas fuentes alternativas como son los insectos y otros productos serán valorados y requeridos.

Food for the future se inspira en la naturaleza investigando y desarrollando formas circulares de producir nutrición que asegure la alimentación del futuro. Entre los productos de la línea Tremun destacan dos variedades de harinas proteicas de insecto, un aceite que funciona como suplemento funcional para peces, aves y mamíferos; y por otra parte un mejorador de suelo orgánico sustentable que sirve como biofertilizante agrícola rico en macro y micronutrientes.

La empresa con base en Puerto Montt fue reconocida con el premio Avonni 2018, como uno de los proyectos chilenos más innovadores del año. Además, el criadero de insectos chileno el 2019 fue finalista en Latinoamérica Verde, galardón que busca premiar a los proyectos de mayor impacto ambiental y social de la región.

<https://f4f.cl>

HYPHA

Comenzaron a trabajar para desarrollar un biomaterial de origen fúngico para sustituir el uso de derivados del petróleo en packaging y aislantes.

Es una empresa de la Región del Maule que busca aportar circularidad al mundo de los materiales. Investigando la interacción biológica entre hongos y residuos orgánicos de la industria nacional, para crear packaging que reemplacen opciones de origen petroquímico que actualmente pasan mucho más tiempo perjudicando al medio ambiente, que sirviendo como empaque, envase o embalaje.

La visión empresarial apunta a transformarse en un referente nacional en el desarrollo de biomateriales, con la intención de aportar significativamente en la construcción de una nueva forma de comprender los materiales, que haga que lo existente quede obsoleto. Catalina Mazo, fundadora de Hypha

Spa, explicó que desde el año 2018 comenzaron a trabajar para desarrollar un biomaterial de origen fúngico para sustituir el uso de derivados del petróleo en packaging y aislantes para el sector agroalimentario regional.

Un equipo de profesionales implementó un proceso de investigación aplicada para validar protocolos productivos preliminares y obtener un producto competitivo que consiste en un biomaterial desarrollado a partir de especies nativas del reino fungi y de subproductos agroforestales.

La empresa busca generar impacto desde el packing de los alimentos, asegurando una producción sostenible gracias a un modelo de economía circular.

<https://hypha.cl/>

YUYO SURFBOARDS

Este proyecto innovador une la naturaleza, la tecnología y el diseño para reducir en un alto porcentaje la participación de los componentes de la espuma convencional.

Un grupo de amigos aficionados al surf y amantes de la naturaleza, crearon su propia tabla, reemplazando al plástico y el contaminante polietileno por cocha-yuyo, que además de aportar sustentabilidad, es cinco veces más flexible y alcanza un 88% de biodegradación. El arquitecto Álvaro Morety, percibió el potencial del cocha-yuyo por las propiedades físicas en su relación peso – resistencia y su ductilidad dependiendo

de su estado de hidratación. Además, consideró potente la idea de devolver al mar lo que es del mar. Al poco tiempo de iniciarse en el surf se propuso como desafío construir su propia tabla, pensando que iba a ser algo sencillo con materiales que iba a poder conseguir en la ferretería, fue en la búsqueda de materiales en donde se hizo evidente el conflicto medioambiental de la industria química de las espumas y la paradoja de la disciplina del surf, así comenzó todo, de hecho lo primero que pensó fue en construirme una tabla de madera. Es cierto que podría hacer miles de cosas, pero prefiero usar esta tecnología para lo que más me gusta. Este proyecto de innovación apoyado por Corfo, une la naturaleza, la tecnología y el diseño para reducir en un alto porcentaje la participación de los componentes de la espuma convencional que se utiliza en la producción de tablas de surf.

En el desarrollo de la espuma de cocha-yuyo, los maulinos se dieron cuenta que no solo se puede aplicar en tablas de surf, sino que también en muebles o usarla como aislante térmico o incluso en neveras.

Para liderar el proyecto, Álvaro cuenta con un equipo afiatado, compuesto por Kati Schifferli como Co-Fundadora, Carmen Gloria Gerli como Yuyo Core Shaper, Claudio Pérez como Gerente Comercial, Emilia Carvajal como Analista Comercial, Leónidas Loyola como Líder de Desarrollo de Marca, Raúl Mella en Desarrollo Audiovisual y Pablo Cifuentes como Encargado de Vestuario y Accesorios. También es muy importante mencionar el aporte de nuestro shaper Juan Pablo “Master” Meza que se animó a innovar con nosotros y “shapear” el primer prototipo y el profesor Jorge Contreras, con quien estamos colaborando en intercambio de I+D.

CHAKRA

Agregan valor a las leguminosas creando pastas de legumbres ricas en fibras y en proteína, aprovechando las materias primas recolectadas por las comunidades.

Daniela Gutiérrez dejó de lado la psicología para emprender en la industria alimentaria, creando un nuevo negocio de alto impacto utilizando materias primas de la región del Maule para generar pastas de legumbres, saludables y sustentables.

Chakra comenzó participando a nivel de idea en el Desafío Cranch, Sub-

sidio Semilla de Asignación Flexible, SSAF-D, administrado por Fundación Innova y cofinanciado por Corfo. Este concurso tenía por objetivo incentivar la conexión de nuevos emprendedores con la industria alimentaria y contribuir, fomentar y apoyar la creación y el crecimiento de nuevos negocios de alto impacto que contribuyan a generar soluciones a problemáticas en el sector, orientados en la generación de productos con alto valor agregado y el aumento del valor en productos exportables de la Región del Maule.

Los garbanzos y porotos tórtola son la base de las pastas de legumbres que combinadas con ciboulette, ajo, pimentón, cebolla, tomillo, orégano y merquén funcionan como un alimento con un alto nivel de proteínas y sabor.

Desde Constitución la emprendedora está agregando valor a las leguminosas del mataquito, creando pastas de legumbres ricas en fibras y en proteína aprovechando las materias primas recolectadas por las comunidades, para suplir necesidades de consumo de diferentes personas en el país y en el mundo, con productos sustentables de la Región del Maule al alcance de todos los bolsillos.

Actualmente el equipo está realizando el proceso de validación técnica y comercial para poder salir al mercado masivo y que las personas puedan introducir las pastas de legumbres a su dieta. Además, la emprendedora desea obtener otra fuente de financiamiento que le permita tener una producción más autónoma y a mayor escala.

ZETA HONGOS COMESTIBLES

Posee alto aporte de fibra, proteína, vitaminas y minerales

En Chile hace más de 30 años se cultiva con éxito el Hongo Shiitake, el mismo que comenzaron a cultivar GC Héctor Lillo junto a su padre Eusebio Lillo en la ciudad de Colbún el año 2018. Este hongo y sus principios activos tienen demostradas propiedades antiinflamatorias, antitumorales, antivirales, antibacterianas, antiparasitarias,

reguladoras de la presión sanguínea y el colesterol, antidiabético, inmunomodulador, tónico renal y potenciador sexual. Asimismo, posee alto aporte de fibra, proteína, vitaminas y minerales (cobre, selenio, zinc, manganeso, colina, vitamina B2, B3, B5 y B7).

Los hongos shiitake se suelen utilizar para frenar los efectos de enfermedades como el sida o el cáncer, ya que estimulan el sistema inmune del cuerpo. También son indicados en personas con problemas al corazón, ya que consiguen bajar los niveles de colesterol en sangre; al mismo tiempo es útil en enfermedades como la hepatitis ya que produce un grupo de proteínas naturales llamadas interferón, que consiguen parar el desarrollo de los virus. Los estudios en animales muestran algunas de las propiedades de los hongos shiitake.

Además, el consumo de estos hongos ayuda a cuidarnos de enfermedades cardiovasculares, ya que protege los vasos sanguíneos al ayudar al proceso de unión de las células inmunes en los vasos.

Además, los hongos shiitake contienen los ocho aminoácidos esenciales para nuestro organismo, las vitaminas A, B, B12, C y D, hierro, minerales (zinc, cobre, potasio, manganeso) e incluso tiene un compuesto que absorbe la grasa.

Padre e hijo están cultivando esta variedad de hongo para entregar otra alternativa de alimentación saludable para los veganos y vegetarianos, ya que este alimento se conoce como el "tocino" de los veganos, y además se puede incorporar en ensaladas, en burritos, empanadas, ceviches u otras preparaciones.

ROLLITOS DE SOL

Producto saludable a base de frutas que cosechadas en la comuna de Romeral, en un formato listo para el consumo, a través de cubos y láminas deshidratadas

Lena Bro junto a su madre Manijeh Khomasi formaron el 2017 la empresa Rollitos de Sol, trayendo a la Región del Maule un bocadillo iraní súper popular con un sabor agrio y salado, conocido como “Lavashak”, que está hecho de jugo concentrado de diferentes frutas como ciruelas, kiwi, manzana, entre otras frutas.

El Lavashak casero es uno de los mejores bocadillos que es muy conveniente de preparar. La historia de este producto comenzó desde el momento en que las personas aplastaban diferentes frutas (posiblemente con molinos de piedra) y las mantenían al sol, las secaban y las guardaban para el invierno.

Más tarde, en lugar de piedras, se utilizaron telas de lana gruesas y especialmente lienzo para triturar y exprimir frutas en Irán. Y en años posteriores, el uso

de pulpa de fruta se hizo común en lugar de usar las frutas por completo. De esta manera, la pulpa de la fruta se adelgazó con ternura, se extendió contra el sol para perder su humedad, en forma de una delgada lámina de fruta seca.

Debido a la abundancia de frutas y su diversidad en Irán, especialmente en algunas estaciones, la producción de Lavashak siempre ha sido generalizada en Irán.

Madre e hija desarrollaron un producto saludable con las frutas que cosechan en la comuna de Romeral, en un formato listo para el consumo, a través de cubos y láminas de fruta deshidratada. Peras, manzanas, cerezas, frutillas, duraznos y otras frutas son la materia prima de este emprendimiento femenino que innovó para obtener un alimento nutritivo, saludable y de buen sabor.

YAW FOOD

Gran parte de la materia prima para la producción de este alimento proviene de la agricultura del Maule

Cecilia Rubio, desarrolló un emprendimiento de alimentos saludables a base de quínoa, libre de sellos y gluten, así como fortificados con la presencia de vitaminas por la incorporación de frutas, su emprendimiento -Yaw Food- culminó el prototipo de este cereal.

La preferencia por la quínoa para desarrollar estos alimentos responde a sus potencialidades, ya que cuenta

con todos los aminoácidos esenciales para el cuerpo humano, además de un tremendo valor proteico. La emprendedora resaltó que es un grano ancestral de más de cuatro mil años atrás, siendo el alimento base de muchos pueblos originarios.

La idea nació de la demanda por parte de los consumidores de productos rápidos, para tener acceso a algo rico en el sabor, pero que -además- sea saludables. Además, la inspiración es en la cultura aimara, siendo un rescate de esta cultura, puesto que es más allá de un producto saludable, rescatando las culturas andinas, transformándolo en un producto moderno.

Gran parte de la materia prima para la producción de este alimento proviene de la agricultura del Maule, como es el caso de las frutas, dinamizando a otros sectores del agro mediante la

puesta en marcha de este emprendimiento.

Entre los elementos diferenciadores que caracterizan a esta propuesta alimenticia, se integró la transformación digital y el marketing, buscando una comunicación directa con el cliente, mediante el uso de la realidad aumentada en el envase.

La emprendedora señaló que para aumentar los volúmenes de producción y poder escalar como emprendimiento a otros mercados, necesitan formar alianzas con empresas privadas que le proporcionen estos recursos para seguir adelante con el proyecto.

La quínoa cuenta con todos los aminoácidos esenciales para el cuerpo humano, además de un tremendo valor proteico. Es por esta razón, que lanzó también un snack saludable, de quínoa nachos, especiales para picoteos.



MANUAL DEL EMPRENDEDOR
DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

VICERRECTORÍA DE INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA
UNIVERSIDAD DE TALCA

