



**PROGRAMA:  
REDES DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS  
ENCUENTRO EMPRESARIAL  
CALAMA - 2015**



**MA. SOLEDAD SARRIA V.**  
Administrador Industrial  
Magister en Administración y Dirección de Empresas  
Diplomada en Estudios Avanzados  
Dra. en Gestión de Negocios Internacionales (c)  
[maria.sarria.vivallo@gmail.com](mailto:maria.sarria.vivallo@gmail.com)



## OBJETIVO GENERAL

UNIR E INTERCAMBIAR EXPERIENCIAS, CONOCIMIENTOS Y/O VÍNCULOS COMERCIALES ENTRE LOS ASISTENTES, Y APOYAR A MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS/AS DE CALAMA PARA GENERAR REDES DE TRABAJO EMPRESARIAL Y NUEVOS CONTACTOS ENTRE LOS PARTICIPANTES.



## PROGRAMA

**Lunes 06 de Julio de 2015:**

**TENDENCIAS ACTUALES EN LA GESTIÓN DE EMPRESAS  
LIGADAS A LA MINERÍA**

**Miércoles 08 de Julio de 2015:**

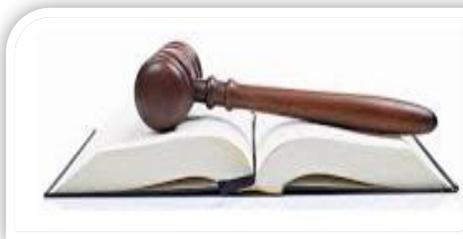
**MARCO LEGAL Y PREVENCIÓN DE RIESGOS**

**Viernes 10 de Julio de 2015:**

**ESTRATEGIAS Y FINANZAS PARA NEGOCIOS  
CERTIFICADOS**

**OBJETIVO:**

Identificar elementos centrales del marco legal que rodea a las MIPES, así como las normas mínimas de prevención de riesgos en los emprendimientos




## ¿POR QUÉ COMENZAR UN NEGOCIO PROPIO?

Las razones que motivan y mueven para llevar a cabo esta misión pueden ser varias y responden a distintas necesidades, por ejemplo:

- Independencia Financiera
- Para ser el jefe de uno mismo
- Para tener libertad creativa
- Para utilizar todas nuestras habilidades
- Por satisfacción personal
- Por necesidad o sobrevivencia..





O porque simplemente, no le gusta su trabajo.....



## TEMARIO

1. Marco Legal de las MIPES ligadas a la minería





TENER EN CUENTA QUE LAS EMPRESAS SIEMPRE DEBEN SER PROFESIONALES Y ENTREGAR UN SERVICIO CON ESTÁNDARES DE CALIDAD Y RESPETANDO LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES.

LAS EMPRESAS DEBEN RESPONDER CON LOS ESTÁNDARES DE PROFESIONALISMO QUE LA LEY LES EXIGE, Y A SU VEZ ÉSTAS DEBEN INFORMAR VERAZ Y OPORTUNAMENTE A LOS CONSUMIDORES SOBRE EL SERVICIO OFRECIDO Y CUMPLIR CON LAS CONDICIONES OFRECIDAS EN LOS CONTRATOS.



## GUÍA JURÍDICA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

### TIPOS DE EMPRESA

Existen distintos tipos de empresa según su tamaño o según su estructura de propiedad.

#### SEGÚN TAMAÑO

La categoría más usada hoy en Chile para diferenciar el tamaño de las empresas es según el valor de las ventas anuales. Así:

- **Microempresas:** Ventas anuales de hasta 2.400 UF.
- **Pequeñas empresas:** Ventas anuales entre 2.400 y 25.000 UF.
- **Medianas empresas:** Ventas entre 25.000 y 100.000 UF al año.
- **Grandes empresas:** Ventas superiores a 100.000 UF al año.



## GUÍA JURÍDICA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

### TIPOS DE EMPRESA

También se clasifican por tamaño según la cantidad de trabajadores, esta es una forma no tan extendida de clasificar a las empresas en Chile.

Según esto:

- **Microempresas:** Hasta 9 empleados.
- **Pequeñas empresas:** Entre 10 y 49 empleados.
- **Medianas empresas:** Entre 50 y 199 empleados.
- **Gran empresa:** 200 trabajadores o más.



## TEMARIO

### 2. Constitución legal de una MIPE

- Tu empresa en un día

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

- Crear una Microempresa Familia (MEF)
- [presentaciones\DECLARACION JURADA MICROEMPRESA FAMILIAR \(1\).pdf](#)
- [presentaciones\Requisitos-para-formalización-del-emprendimiento-alimentario.pdf](#)

**TU EMPRESA EN UN DIA.CL**  
Registro Empresas

**Acceso de usuarios**

RUT:

Contraseña:

¿Olvidó su Contraseña? [Registrarse](#)

**Continuar con la tramitación**

N° de Atención:

**Solicitar certificado de**

RUT de la Sociedad:

**ANOTAR** **MIGRAR**

**Julio 2015:**  
Tres Nuevas Sociedades

INICIO ACERCA DEL REGISTRO REQUISITOS TARIFAS NOTARIAS CONTACTENOS

**CONSTITUIR**

**MODIFICAR**

**TRANSFORMAR**

**FUSIONAR**

**DIVIDIR**

**DISOLVER**

**RECTIFICAR**

**SANEAR**

**Buscar sociedades registradas** Avanzada

Por RUT:

Por CVE:

Por Razón Social:

Por Fecha:

**TU EMPRESA EN UN DIA.CL**  
Registro Empresas

**Constituir**

Esta actuación le permite Constituir una Persona Jurídica (Empresa) y obtener Rut, en sólo 4 Pasos:

**Paso 1** Ingreso de datos de la Sociedad  
**Paso 2** Ingreso de datos de los Socios  
**Paso 3** Adjuntar documentos  
**Paso 4** Firmar electrónicamente

**Requisitos** **Instrucciones**

a. Registrarse previamente en el sitio. Si aún no lo ha hecho, Regístrese [aquí](#)

b. Los Socios deben contar con Firma Electrónica Avanzada (FEA) para firmar los formularios, o bien en caso de no tenerla, pueden firmar con su firma manuscrita en una Notaría.

**Julio 2015:**  
Tres Nuevas Sociedades

INICIO ACERCA DEL REGISTRO REQUISITOS TARIFAS NOTARIAS CONTACTENOS

Seleccione el tipo de Empresa que desea Constituir:

**LTDA** **SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

Entre 2 y 50 socios. La administran los socios o un tercero. Responsabilidad de los socios está restringida a su aporte de capital. Entrada o salida de un socio debe aprobarse por todos ellos.

**EIRL** **EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

Un socio que debe ser persona natural. Responsabilidad se limita al capital aportado. Administrado por el constituyente o un tercero. Dura hasta la muerte del constituyente.

**SPA** **SOCIEDAD POR ACCIONES**

Uno o más socios. Socios pueden ceder libremente sus acciones. Responsabilidad restringida al capital aportado. Administrada según determinen los socios. Regla general duración indefinida.

**SCC** **SOCIEDAD COLECTIVA COMERCIAL**

Dos y más socios. La administran los socios o un tercero. Responsabilidad de los socios es limitada. Entrada o salida de un socio debe aprobarse por todos ellos.

## 3. Tramites ante el SII

<http://home.sii.cl/>




**GUÍA DEL EMPRENDEDOR**  
*Hágalo simple y fácil desde un principio*

- Datos para comenzar como emprendedor
- Trámite, costo, plazos y lugar
- Formalización de inicio de actividad ante el SII
- Declaración de impuestos
- Resumen ciclo de vida tributario
- Beneficios tributarios
- Ayudas

Descargar Guía ◀ Introducción

*Hágalo simple y fácil desde un principio*

En este portal le entregamos algunos datos que debe tener en cuenta y que le servirán para comenzar su camino como emprendedor: nociones básicas que debe considerar al momento de formar su propia empresa.

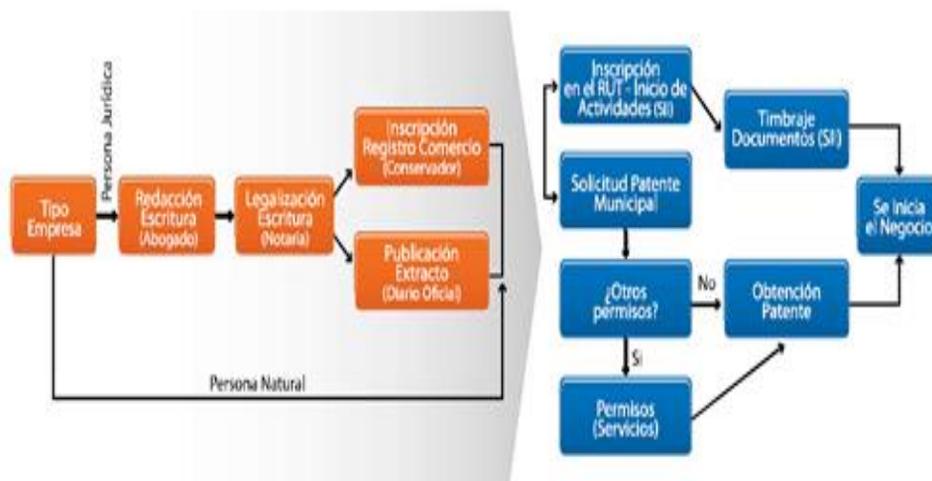
Lo importante es tener claridad en los diversos pasos que debe seguir para poder formalizar su emprendimiento.

¿Qué es ser un emprendedor?  
Es importante entender qué es ser emprendedor, definición que tiene múltiples explicaciones, pero que en general se refiere a una persona que decide comenzar un negocio propio. El emprendedor es una persona que ve en su negocio una oportunidad, y por lo tanto, tiene confianza en su capacidad para salir adelante.

[HagaloSimple.pdf](#)



EN EL SIGUIENTE DIAGRAMA RESUMEN, PODRÁ VER LOS PRINCIPALES TRÁMITES ASOCIADOS A LA FORMACIÓN DE UNA EMPRESA, ASÍ COMO SUS COSTOS, LOS PLAZOS LEGALES Y EL LUGAR DONDE DEBE REALIZARLO.



TRÁMITE	COSTO	PLAZO	LUGAR
Escritura pública y protocolización	Costo variable dependiendo del tipo de sociedad y honorarios asociados	No tiene plazo	Notaría
Inscripción registro Comercio del Conservador de Bienes Raíces	Valor Base de \$5.500 aumentado en 2% del capital (\$50.000 a \$70.000 aprox.)	60 días desde la fecha de la Escritura Pública	Conservador de Bienes Raíces respectiva comuna
Publicación Diario Oficial	1 UTM o cero para empresas cuyo capital es inferior a UF 5.000	60 días desde la fecha de la Escritura Pública	Diario Oficial
Trámites SII	Cero	Inicio de Actividades: Dentro de los 2 meses siguientes a aquél en que comiencen sus actividades	SII - Unidad correspondiente su domicilio



## Registro de Empresas y Sociedades (RES)

El Registro de Empresas y Sociedades es un registro electrónico creado por la ley 20.659, a través del cual se instaura un Régimen Simplificado que permite, con mayor simplicidad y sin costo, constituir, modificar, transformar, dividir, fusionar, y disolver personas jurídicas (empresas).

El Registro es único, rige en todo el territorio de la República, es público, gratuito, reside en el sitio ([www.registroempresas.cl](http://www.registroempresas.cl)) y es administrado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.



## Registro de Empresas y Sociedades (RES)

En este Régimen Simplificado es posible constituir formalmente una empresa, debe ingresar los datos de la Sociedad y de los Socios, en un formulario electrónico dispuesto para ello. Luego de ingresado los datos, se debe firmar este formulario.

Existen 2 formas para firmar el formulario:

1. Si todos los socios poseen Firma Electrónica Avanzada (FEA), podrán firmar directamente el formulario y la empresa quedará inmediatamente constituida y con Rut asignado en ese mismo acto.
2. Si los socios no cuentan con FEA, pueden ir a una notaría con un Número de Atención que les asignará el sitio web y podrán suscribir con sus firmas manuscritas ante el notario, luego de lo cual éste procederá a firmar electrónicamente con su FEA el formulario electrónico. En este último caso la sociedad también quedará constituida y con Rut asignado.



## Registro de Empresas y Sociedades (RES)

El Régimen Simplificado coexiste con el Régimen Tradicional (que se basa en Escrituras en Notaría, Registro de Comercio, Diario Oficial y solicitud de Rut en el SII), pudiendo además las empresas migrar de un sistema al otro.

Los tipos de empresas que se pueden acoger a este Régimen Simplificado son los siguientes, en las fechas que se indican:



TIPO DE SOCIEDAD	CONSTITUIR (*)	MIGRAR (*)
Sociedad de Responsabilidad Limitada	Mayo de 2013	Octubre de 2013
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	Octubre de 2013	Octubre de 2013
Sociedad por Acciones	Junio de 2014	Junio de 2014
Sociedad Colectiva Comercial	Junio de 2015	Junio de 2015
Sociedad en Comandita Simple	Junio de 2015	Junio de 2015
Sociedad en Comandita por Acciones	Junio de 2015	Junio de 2015
Sociedad Anónima Cerrada	Junio de 2016	Junio de 2016
Sociedad Anónima de Garantía Recíproca	Junio de 2016	Junio de 2016

\* Primer día hábil de cada mes.



Posteriormente, una vez terminado el trámite en el RES, se debe dar el Aviso de Inicio de Actividades ante el Servicio de impuestos Internos, desde el sitio web [www.sii.cl](http://www.sii.cl), menú Registro de Contribuyentes, opción Inicio de actividades y consultas de contribuyentes acogidos al registro de empresas y sociedades (RES).



## TEMARIO

### 4. Registro de marcas

<http://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-channel.html>





## ¿CÓMO REGISTRAR UNA MARCA?

Para presentar una solicitud de marca comercial, Ud. puede hacerlo de dos formas:

a) **Por vía presencial:** esto es ingresando el formulario respectivo en nuestras oficinas (Av. Libertador Bernardo O'Higgins 194, Piso 1, de 9:00 a 14:00 hrs. Lunes a viernes). Tenga en consideración que el formulario debe ingresarse con letra mecanografiada y debe pagarse un derecho inicial, en la cuenta única fiscal, mediante el Formulario N° 10 sobre Ingresos Fiscales (se sugiere ver Cuál es el costo de una solicitud de marca comercial?) y este pago debe efectuarse en un Banco o Institución recaudadora de impuestos, por lo que se sugiere llegar temprano a fin de que alcance a enterar el impuesto.



## ¿CÓMO REGISTRAR UNA MARCA?

b) **Presentación en Línea:** esto es ingresando una solicitud en línea nuestro sitio Web ([www.inapi.cl](http://www.inapi.cl).) En este caso, el derecho inicial debe pagarse mediante una transacción electrónica, es decir, con cargo a cuenta corriente, tarjeta de crédito, de débito, etc. Para el ingreso de solicitudes en línea, es necesario que usted se registre previamente como usuario, y así obtener la identificación de usuario y su clave, de lo contrario el sistema NO permitirá el acceso a sus ambientes seguros de navegación.



## ¿CUÁNTO CUESTA REGISTRAR UNA MARCA?

El pago de derechos por el registro de una marca es de 3 UTM (Unidad Tributaria Mensual), de los cuales 1 UTM, se paga al presentarse la solicitud y las otras 2 UTM al momento de su aceptación.

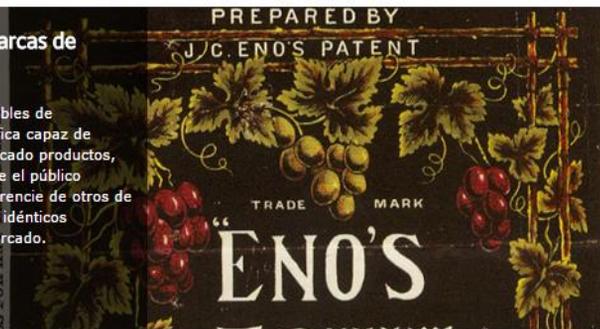
1 UTM = \$43.848  
 2 UTM = \$87.696  
 3 UTM = \$131.544



### Marcas de productos

**¿Qué son las marcas de productos?**

Son signos susceptibles de representación gráfica capaz de distinguir en el mercado productos, con el objeto de que el público consumidor los diferencie de otros de la misma especie o idénticos existentes en el mercado.



PREPARED BY  
 J.C. ENO'S PATENT

TRADE MARK

ENO'S

fonctions du C&S. Elle empêche le diabète et purge.  
 Tous ceux qui voudraient profiter d'un changement de  
 première, un sentiment d'aise, est, au contrain  
 x cuillerées à café dans un verre d'eau tiède, ou répéta  
 sera boire aussitôt après le thé chaud. Cette prep  
 on la première, avec beaucoup d'avantage, dès la p  
 être répétée. On peut é en servir, à l'insu que



## ¿Qué son las marcas de servicios?

Una marca de servicio es un signo susceptible de representación gráfica capaz de distinguir en el mercado servicios, con el objeto que el público consumidor los diferencie de otro de la misma especie o idénticos que existan en el mercado. Es decir son signos que indican que un servicio es suministrado por una empresa determinada.



## ¿Qué son las marcas de establecimientos industriales?

Son expresiones que pretenden proteger el nombre de una determinada empresa que produce ciertos bienes. A diferencia de los otros tipos de marcas, apuntan a proteger la actividad de producir, más que el nombre de los productos mismos que producen.





## ¿Qué son las marcas de establecimientos comerciales?

Son expresiones que pretenden proteger el nombre de una determinada empresa que transa ciertos productos. Estas marcas protegen más bien la actividad de transar que el nombre de los productos mismos que transan.



## ¿Qué son las frases de propaganda?

Son expresiones que acompañan a una marca comercial registrada. En principio apuntan a promocionar un bien exaltando cualidades o atribuyendo sentimientos positivos. Se presentan sólo como denominaciones y no se incluyen en una etiqueta.



## ¿Cómo representar marcas no tradicionales?

Hay sonidos no representables en un pentagrama, como los que emiten animales o motores. Cuando sea posible, pueden representarse gráficamente por medio de una onomatopeya y una descripción o bien una descripción detallada.

## ¿Qué son las marcas sonoras?



## ¿Qué son las marcas colectivas?

Son signos distintivos susceptibles de representación gráfica que pueden servir para distinguir la procedencia, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y/o servicios producidos y/o prestados por los miembros de una asociación.

» Siga leyendo





## ¿Qué son las marcas de certificación?

Signos distintivos que indican que el producto o servicio cumple con un conjunto de normas y han sido certificados por una autoridad de certificación.



## SERCOTEC ¿QUÉ ES UNA MARCA?

**Las marcas comerciales son signos que nos permiten distinguir productos, servicios, establecimientos industriales y comerciales en el mercado.**



## **SERCOTEC ¿QUÉ ES UNA MARCA?**

La principal característica de una marca es su carácter distintivo, esto es, debe ser capaz de distinguirse de otras que existan en el mercado, a fin de que el consumidor diferencie un producto y/o servicio de otro de la misma especie o idénticos que existan en el mercado.



## **SERCOTEC ¿QUÉ ES UNA MARCA?**

Los consumidores satisfechos con un determinado producto son más propensos a comprar nuevamente o a volver a usar ese producto. Para ello, es necesario que puedan distinguirlo de otros productos idénticos o similares.



## ¿QUÉ ES UNA MARCA?

Las marcas comerciales pueden ser palabras, letras, números, fotos y formas así como toda combinación de los mismos:

Una palabra o palabras con o sin significado idiomático, combinación de letras, y/o número: marcas denominativas.



## ¿QUÉ ES UNA MARCA?

Etiquetas con figuras, imágenes, símbolos, dibujos, marcas figurativas.

En etiquetas con palabra, palabras, con o sin significado idiomático, combinación de letras, y/o número, en combinación con figuras, imágenes, símbolos y dibujos: marcas mixtas.



## SERCOTEC ¿QUÉ ES UNA MARCA?

Estas son las marcas más comunes, pero también puede ser cualquier signo distintivo capaz de representación; por ejemplo, un sonido: marcas sonoras.



## SERCOTEC ¿QUÉ ES UNA MARCA?

La protección que concede la marca es territorial, es decir, sólo a nivel nacional; y temporal, **por 10 años** contados desde su registro, pero a diferencia de los otros títulos de protección las marcas son renovables indefinidamente por periodos iguales, previo pago de la tasa correspondiente.



## Atributos del producto

### MARCA

- 🌐 Garantiza un determinado nivel de calidad del producto.
- 🌐 Permite reconocer el producto fácilmente.

### FACTORES DE DESARROLLO DE UNA MARCA

- 🌐 Sencillez v/s Complejidad.
- 🌐 Marcas descriptivas v/s Abstractas.



## MARCAS



Un Nombre, un término, un letrero, un símbolo o un diseño, o una combinación de ellos, cuyo propósito es identificar los bienes o servicios de un vendedor o de un grupo de vendedores y diferenciarlos de los de sus competidores.



### VALOR DE MARCA:

Basado en el grado de lealtad a la marca, conciencia del nombre, calidad percibida, poderosas asociaciones de la marca y otras ventajas, como patentes, marcas registradas.


**SELECCIÓN DEL NOMBRE DE MARCA**

1. Debe sugerir algo acerca de los beneficios y las cualidades del producto.
2. Debe ser fácil de pronunciar, reconocer y recordar.  
COCA-COLA, BMW
3. El nombre de la marca debe ser distintivo  
TOYOTA, FRITO-LAY.
4. El Nombre debe traducirse fácilmente a idiomas extranjeros.  
SONY, FORD, DISNEY.
5. Se debe poder registrar y ofrecer protección legal.  
LEVI'S, PEPSI-COLA.


**EL LENGUAJE OCULTO DE LAS MARCAS**

SENTIDO METAFÓRICO	ANIMALES EMBLEMÁTICOS	OBVIO... SI LO CONOCES
 <b>APPLE</b> La manzana representa a Newton; y al mundo, el afán de descubrir y crear.	 <b>LINUX</b> El creador del software libre tomó y adoptó una foto de un pingüino de internet.	 <b>BMW</b> BMW-Fábrica de Motores de Baviera- empezó en la aviación; de ahí la hélice.
 <b>DOVE</b> Esta marca cosmética es de origen militar. De ahí la paz (dove, en inglés).	 <b>FERRARI</b> El caballo rampante era el escudo de un piloto italiano, héroe en la guerra.	 <b>BIC</b> El niño BIC fue creado por el diseñador Savignac para atraer a los escolares.
 <b>RALPH LAUREN</b> Su león es un jugador de polo, deporte exclusivo para la gente elegante.	 <b>LACOSTE</b> El tenista René Lacoste, creador de la marca, eligió por emblema un cocodrilo.	 <b>TÍO PEPE</b> José Ángel de la Peña, el Tío Pepe, era el tío del fundador de González Byass.
 <b>CRUZCAMPO</b> El personaje alegre y optimista aparece sonriendo y en actitud de celebración.	 <b>CLESA</b> ¿Qué mejor que una vaca para representar una compañía lechera?	 <b>PEUGEOT</b> El león es el escudo del Franco Condado, región original de la fábrica gala.
 <b>CORONEL TAPIOCCA</b> El coronel Tapiocca es un personaje de Tintín, símbolo de aventuras y viajes.	 <b>PUMA</b> El logo del calzado deportivo se inspiró en la agilidad y velocidad de este felino.	 <b>MSN</b> La mariposa del portal de servicios de internet MSN refleja libertad y apertura.
 <b>PLAYBOY</b> Para su creador Hugh Hefner, el conejo tiene otras connotaciones sexuales.	 <b>OSBORNE</b> El toro de esta marca de brandy de Jerez es un icono nacional en España.	 <b>FRIGO</b> Armoniza la forma de un corazón con la textura cremosa de un helado.
 <b>PORSCHE</b> Una los emblema de Baden-Württemberg -astas de ciervo- y Stuttgart -caballo-.	 <b>NESTLÉ</b> Línea al apellido (nido, en alemán) y el escudo del creador de la marca de lácteos.	 <b>GOODYEAR</b> Ch. Goodyear patentó la vulcanización del caucho y creó el logo del pie alado.
 <b>KELME</b> Una garrá representa la marca de ropa deportiva con sede en Elche (Alicante).	 <b>RED BULL</b> La lucha de los toros rojos refleja la fuerza de esta bebida energética.	 <b>JAVA</b> Cup of java en argot es taza de café. Los creadores de la marca subieron muchas.
 <b>TIMBERLAND</b> El árbol simboliza la dureza de este calzado de aventura. En inglés, timber es madera.	 <b>RACARDI</b> Los murciélagos que habita en las caves donde envejecía el ron son su emblema.	 <b>AGIP</b> Los seis patas del perro suman las cuatro del coche y las dos de la moto.
 <b>MICHELIN</b> El muñeco Bibendum es tan reconocible como los productos de la empresa.	 <b>JAGUAR</b> El sonido de su motor es tan comparable al rugido del veloz y ágil felino.	 <b>FABER-CASTELL</b> Fuerza, precisión y tradición, como los dos caballeros combatientes.

INICIALES	(EXPLÍCITAS O NO)	FORMAS QUE HABLAN	DETALLES CLAVES	DISEÑO IMAGINATIVO	
	<b>ROLLS ROYCE</b> Iniciales de Henry Royce y Charles S. Rolls, los fundadores de la empresa.		<b>SHELL</b> El fundador M. Samuel comenzaba primero con conchas (shell, en inglés).		<b>AUDI</b> 4 anillos: Audi, DKW, Horch y Wanderer, las empresas que se fundieron en una.
	<b>TEXACO</b> La T y la estrella de Texas, el estado de la estrella solitaria ( Lone Star State).		<b>PARKER</b> Una P rematada por una flecha describe el trazo de las plumas de la marca.		<b>HSBC</b> Triángulos blancos sobre una H roja, signo de expansión bancaria.
	<b>MOTOROLA</b> Inicial de la compañía -originariamente hacía radios para automóviles-.		<b>VARIG</b> La rosa de los vientos evoca el paso de los aviones por todo el mundo.		<b>MONTBLANC</b> La estrella blanca evoca la nieve de la cumbre del Montblanc, techo europeo.
	<b>CHANEL</b> Representa las dos ces enlazadas de Coco Chanel, creadora de la firma.		<b>MERCEDES-BENZ</b> La estrella de tres puntas en un círculo equivale a tierra, mar y aire.		<b>STARBUCKS</b> El primer café de la firma estaba en el puerto de Seattle. De ahí la sirena.
	<b>VOLKSWAGEN</b> La V de Volk sobre la W de Wagon. Volkswagen significa coche del pueblo.		<b>WINDOWS</b> Una ventana con 4 colores representa el sistema operativo de Microsoft.		<b>YAMAHA</b> Son tres diapasones cruzados -primero fabricaba instrumentos musicales-.
	<b>LG</b> Las letras en un círculo simbolizan el mundo, el futuro y la tecnología.		<b>LA CAIXA</b> Obra de Miró. Un hombre -miróle aquí- mira dinero amarillo en una lucha roja.		<b>HYUNDAI</b> La H con esta forma pretende representar un apretón de manos.
	<b>TOYOTA</b> Una T estilizada y un globo como signo de capacidad de expansión.		<b>MCDONALD'S</b> Dos arcos de oro -McDonald's es la mina- que forman la letra M.		<b>CARREFOUR</b> Una C semicircular y los tres colores de la bandera francesa.
	<b>HEWLETT-PACKARD</b> Iniciales de Hewlett y Packard, colegas en Stanford y fundadores de la firma.		<b>MARLBORO</b> La M abstracta roja es herencia de cuando el filtro era de ese color.		<b>CHEVROLET</b> Su diseñador lo copio del papel pintado de la pared de un hotel de París.
	<b>GENERAL ELECTRIC</b> La marca de electrodomésticos conserva la caligrafía clásica del inicio.		<b>CORREOS</b> La cometa recuerda cuando los carteros la hacían sonar al llegar.		<b>ADIDAS</b> Las 3 líneas están desde los años 40. El triángulo, signo global, llegó en los 70.
	<b>ELECTROLUX</b> Representa una E sobre un aso, diseño de Carlo Vivarelli en 1952.		<b>TARRADELLAS</b> Una masa para indicar el carácter casero de sus embudos y productos.		<b>SANTANDER</b> Una llama como representación de fuerza, estabilidad y liderazgo.
					<b>UOI</b> Describe un universo y en su interior varias órbitas de astros que se cruzan.
					<b>SONY ERICSSON</b> Echando mucha imaginación llegan a verse una ese y una e minúscula.

# EMPAQUE



Las actividades de diseñar y producir el recipiente o la envoltura de un producto



El empaque incluye:

- El recipiente principal del producto. (Tubo de crema dental)
- Un empaque secundario que se desecha cuando se utiliza el producto. (caja que contiene la crema dental)
- El empaque de envío necesario para almacenar, identificar y enviar el producto. (caja cartón corrugado que contiene seis docenas de tubos de dentífrico)
- El etiquetado. (Información impresa que aparece en o dentro del empaque)



## EMPAQUES CREATIVOS



## ETIQUETA



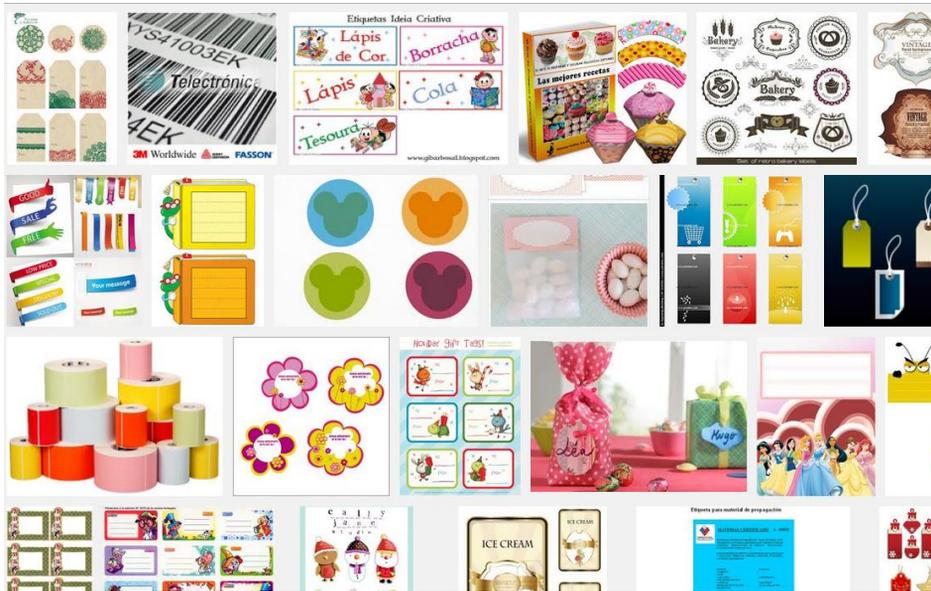
- Clasifica al producto.
- DESEMPEÑA VARIAS FUNCIONES:
- Identifica al producto o la marca.
  - Describe el producto (Fabricante, contenido, cómo utilizarlo, como utilizarlo sin riesgo, precio unitario, fecha de caducidad).
  - Promueve el producto (Gráficas atractivas).



Varían desde muy sencillas, pegadas al producto, hasta complejas gráficas que son parte del envase.



## ETIQUETAS



La Reforma Tributaria, explicada con manzanitas...<http://economiatodos.cl/2014/03/31/la-reforma-tributaria-explicada-con-manzanitas/>





## DECLARACIÓN DE IVA Y OTROS IMPUESTOS

- Mensualmente deben declararse los impuestos como el IVA.
- El IVA se declara a través del formulario 29 que se compra en kioscos o solicita en el S.I.I. o se declara a través de Internet en la pagina del SII.
- Fechas de pago F29:
- <http://www.sii.cl/pagina/iva/Form29.htm>
- [http://www.sii.cl/pagina/valores/iva/calendario\\_pago2013.htm](http://www.sii.cl/pagina/valores/iva/calendario_pago2013.htm)



## ¿QUE ES EL IVA?

- El IVA Impuesto al Valor Agregado (DL 825) es un impuesto indirecto sobre el consumo, es decir financiado por el consumidor final.
- Un impuesto indirecto es el impuesto que no es percibido por el fisco directamente del tributario. El IVA es percibido por el vendedor en el momento de toda transacción comercial (transferencia de bienes o servicios).
- Los vendedores intermediarios tienen el derecho de hacerse reembolsar el IVA que han pagado a otros vendedores que los preceden en la cadena de comercialización (crédito fiscal), deduciéndolo del monto de IVA cobrado a sus clientes (débito fiscal), debiendo entregar la diferencia al fisco.
- Los consumidores finales tienen la obligación de pagar el IVA sin derecho a reembolso, lo que es controlado por el fisco obligando a la empresa a entregar justificantes de venta al consumidor final e integrar copias de éstas a la contabilidad de la empresa



Actualmente en Chile y vigente a contar del 1 de octubre de 2003 la tasa es de un 19% la que se aplica sobre las ventas y servicios, tiene pocas exenciones, siendo la más conocida la que beneficia a las exportaciones.



## SERCOTEC IVA OPERA DE LA SIGUIENTE FORMA:

- El monto a pagar ante el S.I.I. es la diferencia entre el IVA débito fiscal, que es la suma del impuesto recargado en las ventas y servicios efectuados en el período de un mes, y el IVA crédito fiscal, que es el que se recarga en las compras que se realizan durante el mes.
- Si el IVA Crédito Fiscal es mayor al IVA Débito Fiscal el contribuyente no debe pagar al S.I.I., durante ese período tributario, éste excedente llamado remanente se acumulará al período tributario siguiente y así sucesivamente hasta que se acabe.
- La declaración mensual se completa siguiendo las instrucciones del formulario, si resultare ser con pago es decir IVA Débito mayor al IVA Crédito, se debe pagar en las instituciones financieras autorizadas para recibirla, acompañando el RUT del contribuyente. Si la declaración es sin pago, debe ser presentada por Internet o en las oficinas del S.I.I.



[http://www.sii.cl/portales/reforma\\_tributaria/postergacioniva.html](http://www.sii.cl/portales/reforma_tributaria/postergacioniva.html)



Beneficio para Micro, Pequeñas y Medianas Empresas



## TEMARIO

### 5. Instituciones de fomento



## FINANCIAMIENTO



## FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Existen varias fuentes de financiamiento:

- Las llamadas "3 F" que en inglés significan: family, friends and fools (Familia, amigos y tontos).
- El sistema financiero formal.
- El Gobierno.
- Inversores ángeles (Profesionales que dedican parte de su patrimonio para proyectos innovadores de nuevas empresa).
- Concursos para emprendedores.
- Capitales Semilla
- Etc.





**ESTOS SON LOS FONDOS ESTATALES A LOS QUE PUEDE POSTULAR UN EMPRENDEDOR.**

*«Sólo un 11% de los que inician un proyecto recurre a éstos para conseguir las luquitas necesarias».*

En términos simples, hay tres agencias que concentran la mayor cantidad de apoyos para emprendedores, dependiendo del tamaño del emprendimiento a desarrollar: **FOSIS, SERCOTEC y CORFO.**

**FOSIS** es la agencia que apoya micro-emprendimientos de población vulnerable, es decir, personas que desean emprender para salir de la pobreza extrema.

**SERCOTEC** apoya aquellos emprendimientos más tradicionales, tipo “negocios”. Probablemente SERCOTEC sea el más masivo, pues aquí se concentran los almacenes, empresas de banquetería, cocinerías, etc



**ESTOS SON LOS FONDOS ESTATALES A LOS QUE PUEDE POSTULAR UN EMPRENDEDOR.**

Finalmente está **CORFO**, la agencia que posee más instrumentos y que apuntan a dos grupos objetivos: emprendimientos tradicionales, similares a los de SERCOTEC, y emprendimientos dinámicos o de alto impacto. En el caso de los emprendimientos dinámicos o de alto impacto, existe una cantidad mucho mayor de instrumentos: Desde Start Up Chile, Global Connection y Capitales Semillas para Empresas Innovadoras, hasta Subsidios a la Innovación Tecnológica. Aunque quizás estos instrumentos estén más orientados a empresas para mercados globales, CORFO también posee muchos instrumentos para empresas tradicionales, como el Crédito CORFO PYME, los Programas PEL, entre otros.



## INSTITUCIONES DE APOYO A LAS MIPES

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

<http://www.corfo.cl/inicio>

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



# sinergia

**ASOCIATIVIDAD PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACION CON PEQUEÑOS Y MEDIANOS EMPRESARIOS:**

Se concibe como una unión voluntaria de personas que se articulan para realizar acciones conjuntas en pro de alcanzar objetivos comunes que no podrían lograr individualmente.



## EJEMPLOS EFECTIVOS DE ASOCIATIVIDAD



**PROFOS** (PROGRAMAS ASOCIATIVOS DE FOMENTO DE CORFO) los que apoyan la preparación y el desarrollo de grupos de al menos cinco empresas que comparten una idea de negocio común, lo que les permite compartir información sobre mercados y acceder a recursos competitivos fundamentales en los mercados globalizados.



## TEMARIO

### 6. Normas de prevención mínimas en la micro y pequeña empresa ligada a la minería





## FUENTE

### GUÍA PARA LA GESTIÓN DE LOS RIESGOS LABORALES PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MYPES)

Instituto de Salud Pública de Chile, "Guía para la Gestión de los Riesgos Laborales para la Micro y Pequeña Empresa (MYPES)".

Primera versión 2013. Disponible en:

<http://www.ispch.cl/saludocupacional>, en publicaciones de referencia.

PAG.4.- PAG.7.-

[D004-PR.500.02.001 Guía para la gestión de los riesgos laborales para MYPES.pdf](#)



## TEMARIO



## SEÑALETICA MAS USADA

[presentaciones\Señalética mas usada.docx](#)

[https://www.google.cl/search?q=se%C3%B1aleticas+de+seguridad&espv=2&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=8QGcVai\\_PMmoNr2ngLgF&ved=0CDIQsAQ](https://www.google.cl/search?q=se%C3%B1aleticas+de+seguridad&espv=2&biw=1280&bih=699&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=8QGcVai_PMmoNr2ngLgF&ved=0CDIQsAQ)

<http://www.mutual.cl/serviciospymeyemprendedores/index.aspx>

 SERCOTEC



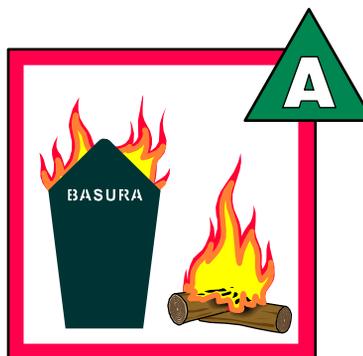


# FUEGO:iii



## CLASIFICACION DE LOS FUEGOS NORMA CHILENA N° 934.

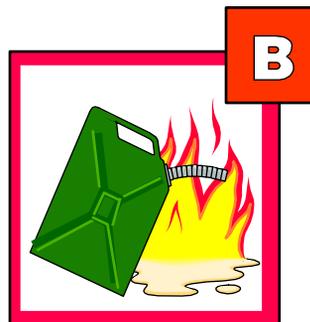
- **FUEGOS CLASE “A”**: Son los que afectan a combustibles sólidos (ordinarios) que dejan cenizas y residuos sólidos (brazas) al quemarse.





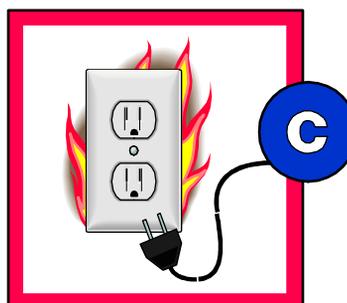
## CLASIFICACION DE LOS FUEGOS NORMA CHILENA N° 934.

- **FUEGOS CLASE “B”:** Son aquellos fuegos en que participan combustibles líquidos y gaseosos, principalmente hidrocarburos, se caracterizan por dejar residuos al quemarse.



## CLASIFICACION DE LOS FUEGOS NORMA CHILENA N° 934.

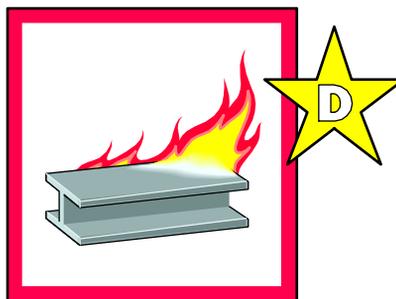
- **FUEGOS CLASE “C”:** Son los que se producen en equipos eléctricos conectados o energizados.





## CLASIFICACION DE LOS FUEGOS NORMA CHILENA N° 934.

- **FUEGOS CLASE “D”**: Son los que afectan a combustibles metálicos. Generan gran cantidad de calor al estar en ignición.



## EXTINTORES PORTATILES

- Extintores Portátiles: 4-6-10-12 Kilos.
- Carros de Extinción: 50-100 Kilos.

- **Extintores de Presurización Permanente.**



- **Extintores Presurización por Catucho de Gas.**





## AGENTES EXTINTORES POLVO QUIMICOS SECOS.

- Los polvos químicos secos deben reunir una serie de condiciones establecidas en las diferentes normas nacionales sobre agentes extintores.
- Los polvos químicos secos, no deben ser tóxicos, ni corrosivos, no deben aglomerarse, ser resistente a la humedad, tener resistencia eléctrica, ser compatible con uso de espumas.



## AGENTES EXTINTORES TIPOS DE POLVOS QUIMICOS.

### **Polvos Multi-Propósitos**

*CLASE:* A.B.C.

*Compuesto:* Fosfato Monoamonio.  
Sulfato Monoamónio

### **Polvos Convencionales**

*CLASE:* B.C.

*Compuesto:* Bicarbonato de Sodio. Bícarbonato de Potasio,

### **Polvos Especial**

*CLASE :* D.

*Compuesto:* Cloruro de Sodio. Carbonato de Sodio.  
Compuestos de Grafito,



**SERCOTEC** RECOMENDACIONES GENERALES  
SOBRE EXTINTORES

**UBICACION:**

- Los extintores se deben colocar sobre muros o columnas, colgados de sus respectivos soportes en lugares de fácil acceso.
- Los extintores se colocarán a una altura mínima de 20 cm. y a una máxima 1,30 m medidos desde el suelo a la base del extintor.



**SERCOTEC**

RECOMENDACIONES GENERALES SOBRE  
EXTINTORES

**SEÑALIZACION:**

- La ubicación debe señalarse con símbolos que identifiquen el tipo o clase de fuego que combaten.
- En los grandes recinto provistos de estanterías, estos discos se deberán colocar sobre las mismas., convenientemente ubicados para que sean vistos desde la mayor distancia posible.





## RECOMENDACIONES GENERALES SOBRE EXTINTORES

### DISTRIBUCION:

- El número total de extintores dependerá de la densidad de la carga combustible y que en ningún caso será superior a **uno por cada 150 metros cuadrados** o fracción de la superficie a proteger
- Los extintores portátiles de incendio se ubicarán en **sitios de fácil acceso y clara identificación, libres de cualquier obstáculo, y estarán en condiciones de funcionamiento máximo.**
- Deberán estar a una **distancia máxima de 23 metros** del lugar habitual de algún trabajador



## RECOMENDACIONES GENERALES SOBRE EXTINTORES

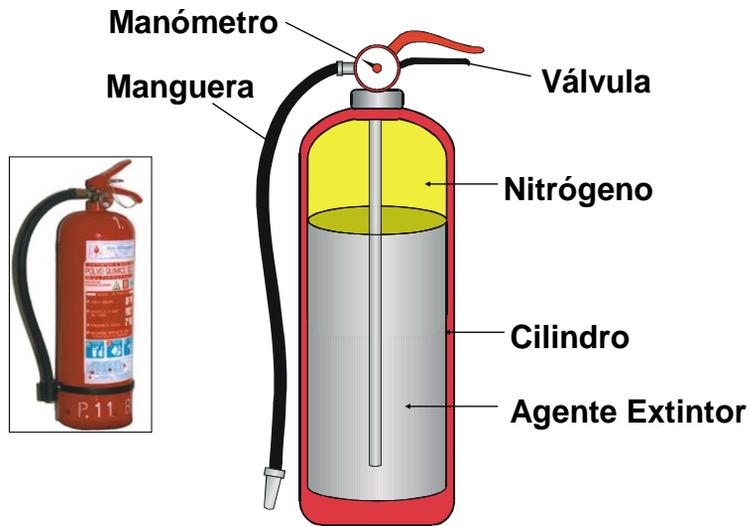
### ROTULACION DE EXTINTORES:

- Naturaleza del agente de extinción.
- Clases de fuego.
- Simbología correspondiente.
- Descripción gráfica y literal de la forma de operar el extintor.
- Recomendaciones.
- Advertencias sobre uso(s) no recomendados.
- Nombre o Razón social del fabricante o importador.

<b>EXTINTOR</b>		POTENCIAL EXTINCION
POLVO QUIMICO SECO A BASE DE BICARBONATO DE SODIO		<b>A</b>
		<b>1 - B</b>
		CAP <b>2</b> KGS.
<b>EXTINTOR FUEGOS CLASE:</b>		
<b>B</b>	<b>C</b>	
LIQUIDOS INFLAMABLES	ELECTRICIDAD	
<b>MODO DE USAR</b>		
1. Uselo en posición vertical, tire el seguro.		
2. Oprima Fuertemente el gatillo.		
3. Dirija la descarga a la base del fuego.		
PAPEL Y GENEROS	LIQUIDOS INFLAMABLES	ELECTRICIDAD



## MANEJO DE EXTINTORES POLVO QUIMICO SECO.



## MANEJO DE EXTINTORES POLVO QUIMICO SECO.

- **Paso 1:** Retire el pasador o seguro de la manilla del extintor.
- **Paso 2:** Diríjase a la zona de fuego.
- **Paso 3:** Accione el gatillo y dirija la descarga (Manguera) a la base del fuego.





## BOMBEROS.

**“Recuerda que los extintores estan diseñadas para apagar FUEGOS INCIPIENTES”**



**“Siempre solicita asistencia a BOMBEROS de tu sector”**