



El Mundo Financiero como lo quieres aprender

UDD
Universidad del Desarrollo
Universidad de Excelencia

EL MERCURIO



CLASE 4 DE 12
PYMES

Este es un Programa de Educación Financiera Multicanal para personas y emprendedores desarrollado por Bci y El Mercurio, con el apoyo de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo. Próxima clase: Inversiones.

ENVÍANOS TUS PREGUNTAS A RRSS@BCI.CL. MÁS INFORMACIÓN EN WWW.CONLETRAGRANDE.CL

MÉRCOLES 26 DE AGOSTO DE 2015

Lo que deben saber las pymes para importar y exportar

Las pymes (por "pequeña" y "mediana") son empresas compuestas por un número reducido de trabajadores y con un moderado volumen de facturación. Por lo general, predominan en el mercado del comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias.

La importancia de las pymes para Chile es que emplea alrededor del 80% de la fuerza laboral. La "pequeña" empresa reporta ventas anuales entre 2.400 y 25.000 UF, mientras que la "mediana" empresa vende entre 25.000 y 100.000 UF. En promedio, la "pequeña" empresa tiene una nómina de 10 a 49 empleados, y la "mediana" de 50 a 199.

Las pymes, casi siempre, parten como microempresa, y al crecer tienen más necesidades de financiamiento. En una entrevista de la Revista Dinero, Juan Pablo Stefanelli, gerente Banca Empresarios del Bci afirma que para satisfacer las necesidades de corto plazo, las pymes disponen de diferentes mecanismos de financiamiento como factoring, líneas de sobregiro y crédito a corto plazo. Por su parte, dado que el financiamiento a largo plazo es estructural, destinado a gastos como maquinaria o infraestructura, las facilidades de financiamiento abarcan desde productos como leasing o créditos a mediano y largo plazo.



ANTONIO LECUNA,
investigador Facultad
de Economía
y Negocios,
Universidad del
Desarrollo



No te puedes perder nuestra
TERCERA TEMPORADA
Cerca de dos millones de personas
ya nos han visto.

Descarga aquí la APP
Con Letra Grande



Con Letra Grande

CON
LETRA
GRANDE
.CL

T Banc

BciNova

Por un mundo empresarial más transparente



Infórmese sobre la garantía estatal de los depósitos en su banco o en www.sbif.cl

SEIS FACTORES QUE CONSIDERAR A LA HORA DE EXPORTAR:

1. ¿QUIÉN PUEDE EXPORTAR?

Toda pyme que tenga RUT e iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (SII) puede exportar.

2. ¿DÓNDE EXPORTAR?

Antes incluso de pensar en qué exportar es imprescindible verificar en las oficinas de ProChile (<http://www.prochile.cl>) los países en el extranjero que ofrezcan mayores beneficios arancelarios para comercializar el producto. Una gran ventaja para exportar es que Chile mantiene excelentes relaciones comerciales con la mayoría de las naciones. De hecho, Chile es uno de los países con más tratados de libre comercio bilateral.

3. ¿CÓMO COMPETIR?

Dada la relativa desventaja en términos de precio para el producto chileno, lo idóneo es competir basándose en la excelencia de la calidad. Aunque sean productos

primarios o de bajo coste, se tiene que tener en consideración que se competirá contra los productos y servicios originarios del país de destino, así como los importados desde otras naciones. Obviamente, es mejor competir en un mercado donde la competencia interna sea débil o inexistente.

4. ¿A QUIÉN VENDER?

Luego de definir el destino del producto (mejor si la competencia interna es débil y si la competencia externa ofrece un producto de menor calidad), el siguiente paso es contactar con los compradores/importadores en el extranjero. Es fundamental "vender" el producto. Una buena gestión de venta conlleva una estrategia específica de marketing que dependerá de cada caso en particular.

5. BUROCRACIA DOMÉSTICA

Se debe contactar con un agente de aduana, quién está licenciado y habilitado para prestar servicios a terceros en el despacho de mercancías. El agente de

aduana realiza todos los trámites de documentación presentados ante el Servicio de Aduanas. El costo, aunque esté bastante estandarizado, suele variar dependiendo de ciertos factores tales como el volumen. Es más económico, por ejemplo, contratar un container completo que medio, o utilizar flete marítimo en lugar de aéreo. En casos de que el valor FOB (Free on board) de las mercancías sean de hasta US\$ 2.000 o su equivalente en otras monedas, se debe considerar la posibilidad de hacer los envíos vía courier o postal.

6. BUROCRACIA EXTERNA

Los productos que se exportan deben cumplir con ciertos documentos requeridos por los países importadores. Según la naturaleza del producto, estos requisitos incluyen las certificaciones emitidas por instituciones fiscalizadoras, tales como SAG, ISP, Seremi de Salud, y Sernapesca. La página web del Portal de Comercio Exterior (<http://www.portalcomercioexterior.cl>) ofrece una guía práctica de los requisitos exigidos en los países de destino.

CONSEJOS PARA IMPORTAR



A. ¿QUIÉNES PUEDEN IMPORTAR?

Según el Portal de Comercio Exterior, las pymes que tengan RUT e iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos (SII) pueden importar todo aquel producto manufacturado o materia prima producido por una instalación o fábrica debidamente registrada y controlada por la institución o autoridad competente del país de origen.

B. ¿QUÉ IMPORTAR?

La lógica del comercio guiará a la pyme importadora a comprar los productos que generen la mayor ganancia posible. Para ello, es necesario efectuar un estudio del mercado chileno, a fin de definir si es competitivo importar mercancías desde el extranjero en la eventualidad que los mismos productos sean fabricados a nivel nacional. También se debe tener presente que algunos rubros tienen representantes o distribuidores en Chile, por lo que se debería iniciar el contacto a este nivel.

C. CONSEJOS PRÁCTICOS

En Chile existen oportunidades interesantes en términos de precio. Un factor que se debe considerar es analizar la corrupción presente en los países de donde importar. Existen varias mediciones válidas sobre los diferentes grados de corrupción de los países, tales como el índice de Percepción de la Corrupción de Transparencia Internacional o el indicador de Control de Corrupción del Instituto de Investigación y Desarrollo del Banco

Mundial. Otro consejo es nunca importar ninguna mercancía sin garantizar su venta con por lo menos el 50% del "down payment" depositado en efectivo. Ser un intermediario en la cadena comercial genera algunas inquietudes éticas, pero sin lugar a dudas es el eslabón de menor riesgo, y en la mayoría de los casos, el más rentable.

D. ¿CÓMO COMPETIR?

En líneas generales, competir en Chile no es fácil. La apertura de las fronteras económicas ha generado una invasión de productos y servicios de bajo coste, provenientes de todas partes del mundo. Es una de las consecuencias de los tratados de libre comercio, en donde exportar ofrece un mundo de maravillas, pero importar afecta el desempleo doméstico. Esto sumado a una creciente y eficiente industria nacional hace que competir en el mercado chileno sea toda una osadía. Chile ocupa el lugar número 33 de 144 países como la economía más competitiva según el Índice 2014/15 de Competitividad Global del Foro Económico Mundial.

E. FACTURA PRO FORMA

Antes de efectuar la primera compra, se debe solicitar una Factura Pro Forma. El objetivo de dicha factura es calcular un valor aproximado del pedido, se indican los valores de la mercancía, el valor del flete (terrestre, marítimo, o aéreo), y el seguro. Estas cifras pueden sufrir variaciones una vez se defina el pedido.

CLAVES PARA IMPORTAR DESDE CHINA POR INTERNET

La Cámara de Comercio Asia Pacifico recomienda tres claves al momento de comprar por internet a China.

• Ser lo más específico posible

Los fabricantes y proveedores se manejan con volúmenes considerables. Por lo tanto, el importador debe detallar con precisión las características de su pedido. Esto se debe al riesgo de que el proveedor priorice el ahorro, antes que las exigencias.

• Ser cuidadoso al seleccionar el proveedor

El proveedor debe ser lo más confiable posible. En algunas páginas de internet se pueden rastrear datos importantes, como la iniciación de actividades y el capital de la empresa.

• Priorizar calidad

Muchos comerciantes chinos suelen ofrecer artículos a muy bajo coste, pero de pésima calidad. Particularmente, en los materiales empleados. Por ello, es recomendable comprar artículos de la mejor calidad posible, pese al aumento relativo de precio.