

CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL

Región de Coquimbo



Editoras

KARLA SORIA BARRETO Y GIANNI ROMANÍ CHOCCE



CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL
Región de Coquimbo

CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL
Región de Coquimbo

Editoras
Karla Soria Barreto y Gianni Romaní Chocce

© Inscripción N° 244.694
ISBN N° 978-956-287-362-8

Primera edición
Septiembre 2014

Diseño interior, portada e impresión
Andros Impresores



CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL

Región de Coquimbo

Editoras

KARLA SORIA BARRETO  Y GIANNI ROMANÍ CHOCCE 



Proyecto apoyado por
CORFO



Carmen de Andacollo

Teck

Índice

Agradecimientos	9
Prólogo	11
Introducción	13
Lily Paz: Pasta de emprendedora <i>Andrés Araya Rosales, Edgardo Cortés Caroca y Roberto Pizarro Díaz</i>	19
Buzines: Ropa deportiva y de trabajo para el norte del país, desde la Región de Coquimbo <i>Alejandro Abarca Muñoz, Flavio Sáez Fuentes y Héctor Muñoz Hernández</i>	29
Caso Pisco Waqar –tradición e innovación dirigido al segmento <i>premium</i> de <i>spirits</i> a nivel mundial– Empresa Pisquera Tulahuén Ltda. <i>Breezy Vallejos Valenzuela</i>	43
Sybilla Bozzolo: La señora de las flores. Parque Ecológico “La Gallardina” <i>Karen Vargas Santander, Sebastián Vega Espejo y Cristina Zepeda Alcota</i>	59
Wilug: Extinguiendo dificultades para alcanzar el éxito <i>Fernando Torres González y José Bakit San Martín</i>	69
Paulina Gálvez: una mujer que emprende desde la pasión <i>Neivi Molina de Rojas, Maritzaida Rojas Astudillo y Claudia Villalobos Huerta</i>	77
Raimundo Rencoret Ríos: Construyendo desde el esfuerzo <i>Andrés Álvarez Cortés, Carlos Varas Madrid y Mauricio Alfaro Castillo</i>	85
Roberta Zandonai: Innovación entre telas... <i>Carolina Araya Cordes y Carolina González Rivera</i>	95
Sergio Pino: Siempre un emprendedor	

Margarita Pastén Olivares, Karen Quinteros Maturana y Javier Tapia Piñones101

Nueces del Choapa: creación de oportunidades en la agricultura
Viviana Arias Araya, Mauro Barahona Morales y Ximena Fernández Salgado107

Fabiola Rojas Rojas: Red de Hospedaje de Andacollo: el sueño de mujeres hecho realidad
Evelyn Masman Godoy y Loreto Urbina Maluenda115

El futuro sobre flores. Caso Gabriel Martínez, floricultor de Pan de Azúcar
Bárbara Veloso González y Pablo Sepúlveda Polgatti123

Auspiciadores.....127

Nueces del Choapa: creación de oportunidades en la agricultura¹

Viviana Arias Araya, Mauro Barahona Morales  y Ximena Fernández Salgado

Introducción

Hace una década, diez microempresarios agrícolas de la Provincia del Choapa, en la Región de Coquimbo, dedicaban sus labores a la cosecha de diversos árboles frutales, además de una incipiente producción de nueces gracias a experiencias de organismos estatales que habían incorporado ejemplares para el desarrollo en la zona. Si bien la producción de nogales era un negocio atractivo para los productores del sector, se desconocía las capacidades productivas reales del cultivo, los manejos agronómicos, los parámetros de calidad para la comercialización y los mercados a los cuales pudiesen acceder con ese producto.

En el año 2004, estos diez microempresarios deciden asociarse con el fin de obtener mejores rentabilidades de sus cosechas y constituirse en un grupo asociativo que les permitiera exportar sus producciones en forma directa y así contar con un volumen acorde a los requerimientos de los mercados a los cuales deseaban acceder y con calidad de fruta preestablecidas que regía para cada cultivo de cada uno de los microempresarios. Es así como se constituye la Sociedad Agrícola Nueces del Choapa, una empresa de Responsabilidad Limitada, que actualmente cuenta con un directorio formado por tres personas, además de un presidente y un gerente general.



¹ Este caso fue preparado por Viviana Arias Araya, Mauro Barahona Morales y Ximena Fernández Salgado bajo la dirección de la profesora Gianni Romaní Chocce. ©Copyright 2013 Universidad Católica del Norte. Todos los derechos reservados. Financiado por Corfo Innova.



Uno de sus principales problemas y barreras a flanquear en sus inicios fue el acceso a financiamiento por entidades financieras, dado que eran una empresa nueva y que no contaba con antecedentes productivos y de solvencia necesaria para que pudiesen obtener los créditos necesarios para acompañar el desarrollo técnico, administrativo y comercial necesario para la empresa.

Fue en ese momento que la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), mediante un Proyecto asociativo de fomento (PROFO), les permitió tener el financiamiento requerido para establecer la directiva y dar un giro comercial a su empresa. Este apoyo consistió en cofinanciar un plan de instalación de capacidades en el área técnica, administrativa y comercial para poner en marcha la empresa. Dado que los programas PROFO requieren a un gerente general para su operación, se contrata a Leonardo Pastén, ingeniero en alimentos de la Universidad de Antofagasta, quien será el promotor de esta sociedad y articulador para concretar y aunar criterios que llevarían a un beneficio en proporción a la rentabilidad por hectárea del cultivo y de la calidad de la fruta a futuro.

En ese tiempo la empresa contaba con 130 hectáreas plantadas, de las que solo el 30% eran productivas, no superando los 60 mil kilos por hectárea. En ese tiempo la comercialización estuvo dirigida al mercado nacional, generando bajos ingresos y donde los estándares de calidad eran casi inexistentes.

Ya que no tenían un lugar habilitado para realizar las labores necesarias para la obtención de nueces sin cáscaras, habilitaron una bodega construida de barro de una de las socias en la localidad de Chuchiñi. Comenzaron con 30 mujeres para la producción de 20 a 30 kilos diarios. Es así como comenzaron las primeras experiencias de partiduría de nueces, mostrando un impacto positivo no solo para sus socios, sino también a futuro para todo el sector productor de nueces de la zona.

Creciendo a pasos agigantados

La empresa para el año 2006 no exportaba, pero sí comenzaron las primeras ventas a exportadoras en el país, sin

vender con marca propia, sino con intermediarios como ASI y Finefood. En el 2008, por medio de la agencia de promoción y atracción de inversiones de CORFO cofinancian el estudio de factibilidad técnica y económica de instalar una planta procesadora de nueces en la provincia del Choapa. En este punto la empresa haciendo un nuevo esfuerzo con recursos propios comienza a construir una planta de proceso, con altos estándares de calidad en el sector del Tambo, ubicado a 10 kilómetros de la ciudad de Salamanca, cuyo objetivo era procesar nueces para llegar al mercado internacional con una marca propia y realizando una venta directa.

Luego de arduo trabajo, la empresa en 2009 comienza su crecimiento sostenido tanto en producción como en ventas, lo que provocó que apoyados por CORFO mejorarán sus procesos de gestión en su unidad de negocio. Es así como en la actualidad la empresa maneja un total de 130 hectáreas destinadas a la plantación de nogales, de las cuales 80 hectáreas se encuentran en distintas etapas de producción. La producción obtenida durante la temporada 2013 fue de 200.000 kg de nueces, esperando aumentarla a 500.000 kg para el 2017. Si bien el proyecto se centra en la exportación de nueces, también existe producción de vides y damascos. En el caso de las vides se cuenta con una superficie de 118 hectáreas y 32 hectáreas con plantación de damascos. Además, proyecta realizar inversiones para la mecanización de los procesos, lo que tendrá un impacto positivo en la comunidad, creando empleo y demandando servicios de terceros.

El fruto del emprendimiento colectivo

El producto que comercializa Sociedad Agrícola Nueces del Choapa es la nuez de variedad Serr con cáscara y sin cáscara, y de un calibre sobre los 32 (medida con anillo metálico). El mercado europeo es el principal objetivo de comercialización de la empresa. Esto sustentado principalmente en la relación comercial ya existente con este bloque de países y el tratado de libre comercio que representa ventajas para Chile. Además, Europa es el principal consumidor de nueces y países como

Alemania y España se encuentran entre los principales importadores de este producto a nivel mundial. La renta per cápita es elevada, lo que permite llegar a un amplio segmento de la población con capacidad de consumo de nueces.

Al hacer un análisis global de cada una de las áreas funcionales encontramos que la empresa tiene fortalezas en cuanto al producto y sus atributos. Cuenta con la seguridad fitosanitaria necesaria debido a las condiciones del medio, aunque se deben tener en consideración los análisis que permitan reconocer a tiempo efectos que pudiesen afectar a la producción por causa de la actividad minera creciente en el sector.

Otra fortaleza es la capacidad de incidir de manera directa en la producción de modo tal de poder atender algunos requerimientos de clientes con los cuales se desarrolle una estrategia de fidelización. No obstante, se debe mantener un monitoreo constante de la calidad del producto, ya que si bien existe una compra activa de producción de otros productores de la zona, estos deben ser asesorados y capacitados para mantener los parámetros de calidad establecidos por la empresa.

Otro factor destacable es la capacidad de gestión de los procesos y de los recursos humanos de la empresa. Existe gran interés y compromiso por optimizar los recursos y capacidades, por buscar la eficiencia en los procesos y se cuenta con la motivación y compromiso de los productores para emprender y mejorar su gestión.

Respecto de los principales competidores de la Sociedad Agrícola Nueces del Choapa, estos se encuentran agrupados en cuatro nombres: Anakena, de Humberto Bendetti y Javier Lira, que opera desde 1991 y es el principal exportador en volumen; Huertos del Valle, de los empresarios ex Enersis, Marcos Zylberberg, Marcelo Brito y Julio Martínez; Valbifrut, que entre sus socios cuenta a Edmundo Valderrama y Alejandro Herane; y Pacific Nut, de Juan Sutil, que en años anteriores fue el principal exportador.

Buscando la diferencia

Las fortalezas que posee la empresa en su conjunto permiten lograr una diferenciación sostenible en el tiempo. Este proceso

de diferenciación será el resultado de acciones coordinadas de tipo comercial y de *marketing* desarrolladas en el tiempo y cuyo objetivo es crear la ventaja competitiva, es decir, aquella ventaja que otorga diferencias sobre competidores y que en su conjunto sean difíciles de replicar y permitan obtener un mayor ingreso.

Una de las estrategias que definen su diferenciación es: “producir con calidad, eficiencia y cerca del consumidor”.

Esta empresa de Sociedad de Responsabilidad Limitada y que cuenta con una oficina en la ciudad de Salamanca, Región de Coquimbo, con una producción propia de 200.000 kilos y que actualmente adquiere productos de terceros en la zona, mantiene un estricto control de la calidad de la materia prima, gracias a que asiste técnicamente a cada agricultor para el mejoramiento de los manejos agronómicos incidiendo de manera directa en la calidad final.

Los asociados y sus perfiles

En general todos los productores que forman parte de esta sociedad contaban con una larga experiencia en el rubro agrícola, dedicándose a cultivos como la uva, el damasco y el ají, complementando sus ingresos con otros negocios como el transporte. Cada microempresario era un representante fiel del espíritu emprendedor de los agricultores chilenos, debido a las dificultades del sector y los ajustes que deben realizar cada vez que quieran entrar a nuevos mercados. Cada uno de ellos se caracteriza por un marcado espíritu de emprendimiento, perseverancia, tenacidad y trabajo en equipo.

Dentro de los asociados destaca María Aurora Cereijo Aguad, quien es una empresaria de la zona perteneciente al rubro agrícola y que cuenta con plantaciones de nogal y uva pisquera, además de pertenecer a una empresa del rubro de la construcción. Otro de los socios que da impulso a esta sociedad es José Blas Gálvez Merino, empresario de la zona dedicado al rubro agrícola como así también a actividades de transportes, aseo y estación de servicios, y que cuenta con

plantaciones de nogal y uva pisquera. Y finalmente don Jorge Ode Chahuán Aguad, empresario agrícola productor de nueces, damascos y uva pisquera, que tiene negocios relacionados con el sector transporte.

Las calidades de nueces chilenas: crecimiento y producción

Chile mantiene producción de nueces desde la Región de Coquimbo a la Región de La Araucanía. Se estima que en 2011 existían 14.000 hectáreas de nogal, la mayor parte de ellas concentradas en las regiones Metropolitana, de Valparaíso y de O'Higgins. Para ese año, el país producía 30 mil toneladas (ver Anexos - Tabla 1). Tanto sus volúmenes de producción, como los de exportación han tenido un enorme crecimiento en los últimos años. Entre 2001, cuando Chile exportaba 9.700 toneladas al año, y 2011 los envíos de este producto aumentaron un 312%.

El 54,7% de las exportaciones chilenas con cáscara son absorbidas por Turquía, el 16,6% por los Emiratos Árabes Unidos y el 10,6% por Italia. El resto se distribuye entre otros países, principalmente de Europa y Latinoamérica. En el caso de las nueces sin cáscara, estas tienen como principal destino Brasil, que en 2011 absorbió el 28,5%; Alemania, 15% e Italia, 10,9%. El crecimiento de las exportaciones de nueces chilenas tiene varias fuentes, principalmente la seriedad de los empresarios agrícolas chilenos y la calidad del producto ofrecido.

Gran parte de la producción de nueces sin cáscara en Chile se realiza de manera manual, evitando el daño físico y la oxidación de sus aceites esenciales, entregando una experiencia organoléptica inigualable y de estética única. Este formato de venta es inmensamente apreciado por los clientes y consumidores, especialmente europeos, que utilizan la nuez principalmente en repostería.

Una ventaja importante de la nuez chilena está marcada por la época en la que Chile cosecha sus frutos (desde marzo a abril), periodo que coincide con la mayor demanda de los principales importadores (de mayo a noviembre). Gracias a

esta situación, Chile puede ofrecer nueces recién cosechadas, de mejor sabor y color, y con una duración superior a la de otros competidores.

Considerando el panorama favorable del mercado hacia Chile, la empresa aprovechando las herramientas obtenidas en su alianza con CORFO, logra financiar misiones tecnológicas en Francia, España y Turquía, busca captar tecnología y enfrentar de mejor manera el negocio exportador. Esta se pone en funcionamiento en el año 2009, permitiendo aumentar la producción en planta a 80.000 mil kilos en la primera temporada. Estas giras tecnológicas permitieron abrir nuevos mercados, haciendo que la empresa aumentara sus volúmenes de producción a nivel de planta, siendo necesario pensar en nuevos proveedores de materia prima, debido a esto la empresa nuevamente se apoya en las redes que ya conocen, postulando en el año 2009, a un Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP), apalancando recursos estatales, con la finalidad de entregar asesoría técnica a otros productores (25 en total), permitiendo mejorar sus producciones en cantidad y calidad, para así Nueces del Choapa comprar su fruta.

En la actualidad, la variedad de nuez Serr, en donde los productores tienen una producción de 2.500 kilos por hectárea, se proyecta que a futuro todos los productores de la sociedad y los proveedores externos, alcancen niveles de rendimiento en torno a 3.500 a 4.000 kilos por hectárea.

Por esto, la empresa buscó el apoyo estatal para aplicar un Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP), buscando aumentar las producciones a niveles aceptables, como además inculcar en sus asociados y socios la implementación de buenas prácticas agrícolas en los huertos, así como la implementación del Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o HACCP, por sus siglas en inglés) en la producción de nuez para exportación, logrando así tener un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria de forma lógica y objetiva a nivel de planta.

Al considerar sus volúmenes e incrementando sus producciones, los PDP les permitieron entregar asistencia técnica que sus proveedores necesitaban, y así aseguraban una fruta con estándares de calidad que ellos pedían. En el año 2009

comenzaron con sus primeros tres años de apoyo a proveedores, 25 productores, de Limarí y Choapa, realizaron con ellos asistencia técnica, para que aumentaran volúmenes, mejoraran producciones, la calidad de la fruta, mejoras en el manejo técnico productivo, cosecha y poscosecha. Desarrollaron un programa integral.

Como resultado de sus estrategias productivas, se genera la posibilidad de emprender una nueva gira tecnológica con sus proveedores, esta vez a California Estados Unidos, el objetivo de dicha gira fue mejorar el manejo agronómico del cultivo del nogal.

Con la finalidad de conocer procesos, experiencias y tecnologías innovadoras en el procesamiento de frutos secos y deshidratados que se aplican en países líderes en su producción como España y Turquía, la empresa Sociedad Agrícola Comercial Nueces del Choapa Ltda. junto a sus socios y proveedores realizó una misión tecnológica a España y Turquía. La misión les permitió a los empresarios conocer experiencias exitosas que permitan evaluar alternativas de producción de frutas que se adapten a procesos agroindustriales de deshidratación, para diversificar producciones, aumentar el valor agregado y mejorar las rentabilidades de la producción agrícola en la provincia del Choapa, con énfasis en la producción de frutos secos y deshidratados. La mayoría de los participantes de la misión tecnológica son productores de nueces y actualmente entregan su producción a Nueces del Choapa. La gira fue cofinanciada por CORFO y consideró la visita a distintas ciudades de España y Turquía, en las que se pudo comprobar distintas experiencias en el procesamiento de frutos secos y deshidratados como almendras, pimentones, avellanas, higos, pistachos, damascos entre otros.

Nuestro gerente emprendedor Leonardo Pastén saca conclusiones y agrega: “Para los empresarios la importancia de haber participado de esta misión tecnológica radica en la oportunidad de conocer y evaluar experiencias que permitan desarrollar el negocio de los frutos secos y deshidratados en el valle del Choapa. La demanda por estos productos en el mundo crece constantemente y por eso no resulta extraño que cada vez sean más los países interesados en producir este tipo de frutos, además cada vez se acrecienta la percepción por parte del consumidor de ver a los frutos secos como alimentos saludables”.

Los frutos secos en el último tiempo han adquirido mayor connotación gracias a la importancia que se le da a la dieta mediterránea. En Chile este nicho puede ser un buen negocio para productos como el pistacho, la avellana y las nueces, pero lo cierto es que en los últimos años, y gracias a la valorización que ha tenido la dieta mediterránea que promueve la ingesta de productos sanos y naturales –como el aceite de oliva, el vino tinto y las frutas y hortalizas–, los frutos secos han vuelto a tomar fuerza y son considerados elementos beneficiosos para la salud. De hecho, los europeos y norteamericanos están dispuestos a pagar altos precios por estos alimentos.

Durante los años 2010 a 2012, la empresa desarrolló giras comerciales a Brasil, Dubai, España, Holanda, Italia y Alemania, con el objetivo de captar nuevos negocios, generando alianzas estratégicas con comercializadoras internacionales, permitiéndoles generar la exportación directa, a países como Holanda, Italia, Alemania y España, de nueces con cáscara y procesadas.

En la actualidad se procesan 530.000 kilos de nueces, de las cuales 50% es entera y el otro 50% es partida. Esto los hace ser la principal empresa productora y exportadora de nueces del norte de Chile. La empresa proyecta un crecimiento sostenido, que les permita llegar a procesar 500.000 kilos propios y la misma cantidad aportada por externos.

Sus resultados productivos se basan en un producto de alta calidad, debido a su color claro, que es apropiado para satisfacer los requerimientos del mercado internacional, como también el sabor suave, lo que les ha permitido posicionar la nuez del norte de Chile en el mercado internacional, los que ha llevado a posicionar a la nuez de la provincia del Choapa como la mejor nuez del mundo en los mercados internacionales (ver Anexos - Tabla 2).

“Nuestra idea es posicionar la marca Nueces del Choapa como un referente de nueces de calidad. Si las nueces de Chile son las mejores del mundo, las de Choapa, con el esfuerzo de nuestros productores, pueden ser las mejores de Chile”.

Dentro de las inquietudes a futuro de esta empresa, está el desarrollo de nuevos productos procesados con la finalidad

de diversificar la producción, romper la estacionalidad de su línea productiva y alcanzar y satisfacer nuevos mercados.

Nuevos desafíos para nuestro líder

El 2013 se da la oportunidad de salir al mercado, y no es fácil tomar la decisión, ya que los socios son conservadores, y no les gusta asumir riesgos, temen a lo desconocido o nuevo. Leonardo tuvo que convencer a la asamblea de salir al mercado, uno de sus socios no asumió el desafío por lo cual solo quedan nueve como parte de los asociados a la empresa. Crearon alianzas estratégicas con agente aduanal y experimentaron sus productos en giras tecnológicas, cerrando negocio con Holanda y enviando contenedores de la producción a Italia en abril de ese año.

La empresa en la actualidad ha comenzado con el desarrollo de negocios paralelos relacionados con la compra y venta de insumos agrícolas para sus productores y socios. También comenzó con el desarrollo de un vivero de nogal para la venta de plantas a productores del valle del Choapa.

Además, está utilizando sus residuos de proceso (cáscara de nuez) en la generación de productos que comercializa para el

mejoramiento de la estructura de los suelos de los productores (enmiendas orgánicas) y así mejorar la productividad de los campos (ver Anexos - Tabla 3).

A la conquista del nuevo mundo

A partir de 2013 Nueces del Choapa Ltda. gestiona la compra de la empresa de pimentón El Faro y se interesa por desarrollar un nuevo negocio, el mercado de las especias. De la misma forma comienza con los estudios tendientes a diversificar su oferta exportable a partir de tomate deshidratado.

Preguntas sugeridas para el análisis del caso

1. Identifique los tres factores del proceso emprendedor y explique cada uno de ellos.
2. ¿Cómo ha influido la asociatividad en el desarrollo de esta idea de negocio?
3. ¿Cuáles son las decisiones que deberán tomar para lograr los objetivos planteados como sociedad?

ANEXOS

Tabla 1
Superficie de nogales en Chile según región (hectáreas)
(2011)

Especie/ Región	III	IV	V	RM	VI	VII	VIII	IX	X	Total Variedad
Chandler	–	218	1.299	9.080	4.000	650	719	62	–	16.028
Serr	0	1.398	3.251	3.980	–	193	65	27	11	9.975
Otros	5	164	314	1.531	1.180	159	23	6	0,0	3.382
Total	6	1.780	4.864	14.591	6.230	1.002	807	95	11	29.386
% partición	0%	6%	17%	50%	21%	3%	3%	0%	0%	100%

Fuente: Estimación iQonsulting.
CEREN a abril de 2013: 17.000 ha.

Tabla 2
Principales productores de nueces con cáscara (toneladas)

País	2006/07	2007/08	2008/09	2009/010	2010/11	2011/12	2012/13
China	425.000	460.000	490.000	560.000	580.000	700.000	720.000
USA	313.890	297.560	395.530	396.440	456.300	418.200	426.400
Ucrania	30.000	70.000	80.000	100.000	80.000	115.000	125.000
Turquía	75.000	85.000	85.000	88.000	85.000	88.000	85.000
EU-27	70.000	60.600	70.900	67.000	59.000	65.000	60.000
Chile	22.200	26.000	30.000	32.500	40.000	42.000	45.000
India	28.000	31.000	33.000	36.000	30.000	40.000	35.000
Otros	2.220	2.250	2.300	2.300	2.400	2.500	2.700

Tabla 3
Evolución del volumen y ventas de la Sociedad Agrícola Nueces del Choapa

Ventas	2008	2009	2010	2011	2012	Promedio
Valor ventas (en millones \$)	328.326	186.275	484.784	874.434	1.200.000	439.877
Volumen ventas (Ton, Lts., etc.)	120.000	150.000	200.000	350.000	470.000	258.000

La empresa tiene costo de producción 1,5 dólares el kilo y 5 dólares de venta.

Auspiciadores

Universidad Católica del Norte

La Universidad Católica del Norte, fundada en 1956, sustentada en los valores del Humanismo Cristiano, tiene como misión la constante búsqueda de la verdad para contribuir al desarrollo de la persona, de la sociedad y de la herencia cultural de la comunidad mediante docencia, la investigación y la extensión y ha incorporado el emprendimiento como una de las competencias a desarrollar en sus alumnos fomentando la creatividad, eficiencia y corresponsabilidad, en la perspectiva de los conceptos de sustentabilidad, solidaridad y bien común.



Teck Carmen de Andacollo

Teck Carmen de Andacollo es una operación minera de cobre a rajo abierto ubicada en la comuna de Andacollo, Región de Coquimbo. Dentro de sus prioridades está aportar con el desarrollo sustentable de la zona y, por lo mismo, una de sus líneas de acción está vinculada al ámbito de emprendimiento por medio de iniciativas como fondos concursables, capacitación y trabajo con las empresas colaboradoras para fortalecer sus competencias. Es en este sentido, que apoyó la realización de este curso de casos de emprendimiento de Universidad Católica del Norte con el propósito de seguir potenciando e incentivando destacados proyectos emprendedores.

¡Felicitaciones a los emprendedores destacados y a los autores de los casos de éxito empresarial!

Carmen de Andacollo

Teck

Xstrata Copper-Proyecto El Pachón

El Pachón es un proyecto minero que contempla desarrollar una mina de cobre y molibdeno, cuyo depósito mineral se encuentra ubicado en la cordillera de los Andes, límite entre Chile y Argentina, en el departamento de Calingasta, provincia de San Juan, República Argentina.

Si bien la totalidad del yacimiento se encuentra en territorio argentino, el proyecto propone exportar los concentrados de mineral de cobre desde la provincia de San Juan hacia mercados asiáticos. Esto demandará la instalación de infraestructura para el transporte y el filtrado del concentrado de cobre que se instalarán en la provincia de Choapa, Región de Coquimbo, Chile, para luego embarcarse por un puerto del Pacífico.

En Argentina, su diseño contempla el emplazamiento de las instalaciones de la mina, la planta de procesamiento e infraestructura de campamento y caminos de acceso.

Será operado por Xstrata Copper, cuarto productor de cobre a nivel mundial, por medio de dos empresas: Xstrata Pachón S.A., con sede en San Juan, y Pachón Transportes y Servicios Limitada, en Chile.

