



Gerente de
Google en Chile:

**“Comercio
de Vitrina y
e-Commerce
son ya una
sola cosa”**



**Entrevista:
Benito Baranda**

La ecuación Desarrollo
Sustentable y Crecimiento
Económico



Reportaje:

¿Era necesaria una
Reforma Tributaria para
la planificación de grandes
contribuyentes y para
asesores tributarios?



Estudios CNC:

Catastro de proyectos
de inversión del sector
comercio



Enl@ces

REVISTA DIGITAL DEL COMERCIO

PUBLICA CON NOSOTROS

Contacto: cinfante@cnc.cl / Teléfono 223654391



RICARDO MEWES
Presidente CNC

Como CNC hemos sido críticos frente a la Reforma Laboral impulsada por el Gobierno. Por lo mismo, me parece relevante transmitir sus implicancias prácticas para nuestros socios.

Contextualizando, hay que recordar que el pasado miércoles 27 de abril, el Tribunal Constitucional (TC) declaró la inconstitucionalidad a dos de los cuatro puntos impugnados de la Reforma. Entre ellos, el que ha sido la principal defensa del Gobierno: la titularidad de los sindicatos para negociar con los empleadores. La incorporación de este concepto en el Código del Trabajo habría permitido que se considerara al sindicato como la contraparte por excelencia de cualquier negociación colectiva al interior de la empresa. Con esto, se habrían terminado los grupos negociadores, que únicamente tendrían cabida en empresas que no contarán con sindicatos.

Otro punto declarado inconstitucional por el TC fue el inciso primero de la extensión de beneficios. Si se hubiese incorporado el concepto de titularidad sindical, los trabajadores a quienes beneficiarían los términos de una negociación colectiva serían exclusivamente aquellos afiliados al respectivo sindicato. La actual práctica de extender, por parte de la empresa, en forma unilateral los beneficios a los trabajadores no sindicalizados, era considerada por el texto aprobado en el Parlamento como una práctica antisindical. La decisión del TC ratifica entonces lo que nosotros habíamos planteado en función de que era importante mantener el respeto a la libertad de los trabajadores como beneficiarios, tanto de la negociación colectiva en particular, como de la extensión de beneficios.

No obstante, lamentamos que el TC no haya acogido la impugnación del acceso a la información y la negociación interempresas. El texto de la Reforma profundiza las obligaciones en materia de información a los sindicatos, extendiendo el ámbito de las mismas más allá de aquella necesaria para efectos de llevar a cabo la negociación colectiva. En efecto, las empresas deberán entregar incluso la planilla de remuneraciones pagadas a los trabajadores afiliados a la organización requirente.

Pero sin duda, es la negociación interempresas la que más nos preocupa, ya que implica que los empresarios se vean obligados a negociar no con sus propios trabajadores, sino con los de otras empresas, que tienen realidades y tamaños muy distintos. Esto implica un distanciamiento con la realidad que nuestro sector vive día a día.

Como CNC creemos que, para avanzar como país, este tema debe terminarse de una vez y establecer las reglas claras respecto de esta Reforma. Desde ya, ponemos toda nuestra disposición, y de nuestro gremio, para trabajar, en conjunto con las autoridades, por incentivar la inversión, la productividad y, sobre todo, la generación de empleos, que nos ha tenido tan preocupados durante el último tiempo. ☞

CONTENIDOS

04 CNC Noticias



Perfiles

Sara Smok

En nuestra nueva sección Perfil, quisimos conocer a Sara Smok, desde una mirada profesional y también personal.

10

13 Columnas de opinión

Una oportunidad única para estrechar lazos gremiales, en un entorno privilegiado.

Walter Aránguiz Aldea.



Tendencias

Gerente de Google en Chile:

"Comercio de Vitrina y e-Commerce son ya una sola cosa"

14

18 Estudios CNC

Catastro de proyectos de inversión del sector comercio.



Reportaje

¿Era necesaria una Reforma Tributaria para la planificación de grandes contribuyentes y para asesores tributarios?

22

29

Cómo hacer negocios con...

¿Cómo hacer negocios con Uruguay?

Por Miguel Ángel Garderes.



Entrevista:

Benito Baranda:

Presidente Ejecutivo Internacional de América Solidaria

26

Enl@ces **CNC**
REVISTA DIGITAL DEL COMERCIO

Cámara Nacional de Comercio,
Servicios y Turismo de Chile

colofón

■ Comité editorial:
Área Gremial,
Comunicaciones y
Estudios CNC

■ Diseño y producción:
Byacom

■ Diseñador:
Juan Díaz F.





AUMENTARON LAS COMPRAS CON TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO DE EXTRANJEROS EN CHILE EN EL PRIMER TRIMESTRE DE ESTE AÑO

Según informe de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), debido a las nuevas condiciones políticas y económicas de Argentina, los visitantes de ese país impulsaron el turismo de shopping, con un importante incremento de 160%. Las transacciones con tarjetas extranjeras también crecieron, totalizando sólo en el primer trimestre más de 7,5 millones. El 52,1% de esas compras se realizó en la Región Metropolitana, seguida por las regiones de Valparaíso (12,9%), Magallanes (7,5%) y Los Lagos (6,7%).



VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA EN REGIONES REGISTRAN RESULTADOS POSITIVOS DURANTE LOS DOS PRIMEROS MESES DEL AÑO

El mejor resultado se dio en la Región de La Araucanía, cuyas ventas acumularon un incremento anual de 9,7% real en el primer bimestre de 2016. En el caso de la Región de Valparaíso, en mismo período, se registró un alza en las ventas de 6,1% y en del Biobío de 2,8%. Los rubros destacados fueron Calzado, Artefactos Eléctricos y Línea Hogar. Los demás sectores marcaron distintos resultados según región.



EMPRESARIOS LANZAN PROPUESTAS PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD

"El gran desafío de Chile es hacer de la productividad la herramienta para generar más oportunidades y mejorar la calidad de vida de las personas. Este camino sólo es posible si todos colaboramos en buscar alternativas eficientes e innovadoras". Con estas palabras, el presidente de la CPC, Alberto Salas, definió el marco y el foco del trabajo que los empresarios reunidos en la CPC han realizado los últimos meses y que se concretó en 109 iniciativas propuestas en pro de la productividad del país.

El presidente de la Comisión de Productividad de la CPC, Andrés Santa Cruz, destacó que "este es el inicio de un proceso continuo, en el cual vamos a seguir trabajando, asumiendo el compromiso de implementar lo que nos corresponde desde el empresariado".



PRESIDENTE DE LA CNC SE REÚNE CON FISCAL NACIONAL

El Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), Ricardo Mewes, se reunió con el Fiscal Nacional, Jorge Abbott. En el encuentro, Mewes agradeció y reiteró a Abbott la importancia de la participación activa y el apoyo constante del Ministerio Público en el Observatorio del Comercio Ilícito, que se está formando con la participación de instituciones privadas y públicas, la PDI y Carabineros de Chile. Las autoridades se comprometieron a establecer una alianza estratégica en el combate a la delincuencia, en forma especial, respecto de la victimización del comercio en todo Chile. ☞



DIRECTORIO DE CNC SE REÚNE CON ALTO MANDO DE LA PDI

En la cita que reunió al Presidente de la CNC, Ricardo Mewes con el Director General de la PDI, Héctor Espinosa, se afianzaron las buenas relaciones que existen entre ambas instituciones y se revisó la alianza estratégica que se ha establecido para la conformación del Observatorio del Comercio Ilícito. Esta es una iniciativa inédita que convoca a representantes del mundo privado y público, las policías y las industrias afectadas. ☞



EXPERTO CONSTITUCIONAL, ARTURO FERMANDOIS: "EN EL PROCESO CONSTITUYENTE, LOS GREMIOS TIENEN UN ROL FUNDAMENTAL"

Continuando con la preocupación que ha demostrado la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC) por el debate constitucional, el Primer Desayuno de Coyuntura estuvo dedicado a este tema. El invitado a exponer, fue el abogado UC, experto constitucional y miembro del Consejo Ciudadano de Observadores, Arturo Fermandois, quien se refirió al "Proceso constituyente: Diseño, contenido y realidad". ☞



GERENTE GENERAL DE GOOGLE FUE EL INVITADO ESPECIAL AL PRIMER AFTER OFFICE DE LA CNC

El impacto de la tecnología en el ámbito productivo, ese fue uno de los temas conversados en el primer "After Office" organizado por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC). Según la CEPAL, la economía digital contribuye con menos del 15% al crecimiento del PIB, lo que daría cuenta de una brecha preocupante, pero al mismo tiempo de una enorme oportunidad para que la CNC desarrolle en esta área. ☞



CON GRAN ÉXITO SE REALIZÓ EL SEMINARIO "INVERTIR EN CUBA: OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS"

Justo mientras el Presidente de Estados Unidos, Barack Obama, realizaba una histórica visita a Cuba, en la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, se llevó a cabo el Seminario "Invertir en Cuba: oportunidades y desafíos". La nueva ley de inversión extranjera cubana despierta interés en el sector privado chileno, pues se trata de un régimen de facilidades, garantías y seguridad jurídica al inversionista, que propicia la atracción y el aprovechamiento del capital extranjero. ☞



EXPERTO EN DERECHO CONSTITUCIONAL EXPONE EN CONSEJO GENERAL DE LA CNC

Durante el Consejo General de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), realizado el 16 de marzo pasado, la exposición central estuvo a cargo de Sebastián Soto, abogado de la Universidad Católica, experto en Derecho Constitucional, profesor de pregrado y postgrado en esa misma universidad. Soto actualmente encabeza el área constitucional del Instituto Libertad y Desarrollo. Su ponencia trató sobre el debate constitucional que se vive hoy en Chile. ☞



EMBAJADOR DE ALEMANIA RECONOCE EN SU VISITA QUE ÉL ELIGIÓ NUESTRO PAÍS

Una distendida cita reunió al Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, Ricardo Mewes y al embajador de Alemania en Chile, Rolf Schulze.

El diplomático destacó lo especial que es la relación entre Chile y Alemania y no sólo en el ámbito comercial, dado que se trata de un vínculo cultural, económico y educativo. "Las universidades alemanas tienen más proyectos con Chile que con cualquier otro país latinoamericano", aseguró. ☞



EMPRESAS BRITÁNICAS OFRECEN ALIANZAS A CÁMARAS REGIONALES DE COMERCIO EN LA CNC

Con gran éxito se realizó la primera misión comercial del Reino Unido a la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC). Organizada en conjunto con la Cámara Chileno-Británica de Comercio, se espera sea la primera de muchas actividades de este tipo, en que ambos gremios puedan ser el puente que las pymes de todo el país necesitan para internacionalizar sus productos y servicios. En la oportunidad, los presidentes y representantes de las Cámaras Regionales de Comercio plantearon algunas de las principales necesidades y preocupaciones que viven sus socios, como la falta de comunicación en Puerto Montt, la contaminación en Temuco y la escasez de agua en el norte grande. ☞



CNC VALIDA REALIZA EXITOSO SEMINARIO SOBRE COMPETENCIAS LABORALES EN EL TURISMO

El encuentro “Certificaciones y Competencias Laborales de la industria turística en la Región Metropolitana” nació en el marco del trabajo coordinado entre el Director de SERNATUR de la Región Metropolitana (RM), la Directora de SENCE de la RM y CNC VALIDA, marcando el inicio de una relación de trabajo. El objetivo es promover e incentivar la calidad del capital humano en los diversos rubros de la industria turística, mediante los procesos de evaluación y certificación de competencias laborales como herramienta principal de desarrollo para los diferentes trabajadores ligados a la actividad. ☞



VENTAS ON LINE AUMENTARON 29,7% DURANTE 2015

El sector servicios es el que registró los mayores niveles de participación dentro de las compras online, alcanzando un 24,3% el segundo semestre del año pasado. Esto debido principalmente al pago de cuentas a través de internet. En el sector comercio, las ventas tuvieron un aumento real anual de 39,6% en 2015, evidenciando crecimientos anuales de dos dígitos en cada una de las categorías estudiadas. Turismo y Entretenimiento, en tanto, cerró 2015 con un alza en sus ventas online de 20,9% real, superior al aumento de 17,7% evidenciado en 2014. ☞



PRESIDENTE DE LA CNC RECIBE LA VISITA DEL EMBAJADOR DE TAIWÁN

La conversación del embajador de Taipei República de China (Taiwán), Hsin-tung Chen, con el Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), Ricardo Mewes, se dio de manera natural y fluida. Esto porque el embajador aprendió español en la escuela, hace 40 años y ya lleva 30 años trabajando en países de habla hispana. Ambos países, pertenecientes al Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC), mantienen excelentes relaciones comerciales, basadas principalmente en la exportación de todo tipo de productos. ☞



VENTAS DE COMIDA DE SERVICIO RÁPIDO SE RECUPERAN Y CRECEN 3,4% EN 2015

Las ventas reales de comida de servicio rápido mostraron un crecimiento de 3,4% el 2015 si se compara con el año anterior. Esto considera el total de locales, según datos entregados por el Departamento de Estudios de CNC. La gerente del Departamento de Estudios, Bernardita Silva, manifestó que los datos obtenidos muestran un resultado levemente más débil al trimestre anterior. No obstante, planteó que cierran un año con resultados positivos, por sobre los de 2014, en el cual el tercer trimestre, producto de las visitas de Copa América, se evidenciaron los mayores crecimientos. ☞



PYMES DE ALIANZA DEL PACÍFICO BUSCAN NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

Alrededor de 120 representantes de pymes de Chile, Colombia, México y Perú participaron en el seminario organizado en conjunto por la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON), la Cámara Nacional de Comercio (CNC) y Cámara de Integración Chileno Mexicana, la Cámara Chileno Peruana de Comercio y la Cámara Chileno Colombiana de Comercio, con el fin de mostrar las oportunidades que

ofrece la Alianza del Pacífico a este segmento de empresas. El presidente de la CNC, Ricardo Mewes, destacó que en Chile, más del 40% de las empresas exportadoras a los países de la Alianza son pymes, pero que el valor de sus envíos sólo representa el 5,4% de las exportaciones chilenas al bloque, por lo cual el gran desafío es ayudar a esas empresas en su internacionalización. ☞



CNC VALIDA CERTIFICÓ A 77 ALUMNAS DEL INFOCAP DE LA UNIVERSIDAD DEL TRABAJADOR

En las dependencias del Instituto de Formación y Capacitación Popular INFOCAP de la Universidad del Trabajador en la comuna de San Joaquín, CNC Valida 2016 llevó a cabo la ceremonia de cierre del año del programa de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales, haciendo entrega

de Certificados de Competencias Laborales en el perfil de Ayudante de Cocina del Subsector de Gastronomía. 77 alumnas recibieron el certificado que acredita sus habilidades y competencias técnicas en este oficio y que les permitirá, entre otros beneficios, mejorar sus niveles de empleabilidad. ☞



CAPACIDADE

Nosotros te capacitamos en todo Chile para seguir creciendo



FRANQUICIA SENCE, CONVENIO MARCO

OTEC - INC pertenece a:



Instituto Nacional de Comercio INC Merced 230 - Santiago de Chile / Fono: 562- 2365 4351

@incchile

www.otecinc.cl



Sara Smok

En nuestra nueva sección Perfil, quisimos conocer a Sara Smok, desde una mirada profesional y también personal.

Sara Smok es ingeniero comercial de la Universidad de Chile. Diplomado en Gestión Instituciones de Salud, de la Pontificia Universidad Católica; Diplomado en Dirección de Personas y Organizaciones, de la Universidad Adolfo Ibáñez; Diplomado en Negociación, de la Pontificia Universidad Católica; Diplomado en Consultoría y Coaching, de la Universidad Alberto Hurtado. También Gerente General de Manpower Chile y Presidenta de la Asociación Gremial de Empresas de Administración y Externalización de Recursos Humanos, AGEST. Miembro del Consejo Consultivo de la Revista especializada RH Management, miembro del Council de la Red Alumni de EY Chile, mentora en la Red de Mentores por Chile, Foro Innovación, miembro fundadora y Directora de la Agrupación de Mujeres de Alta Dirección (MAD).

1. *Defínase en 140 caracteres (como twitter)*

Una persona que va con el ritmo de los tiempos o al menos lo intenta...amiga de las propuestas y soluciones, con respeto a las diferencias.

2. *Cuéntenos qué es Agest, cómo nace y a qué se dedica.*

Veinte años atrás comienza la historia de la Asociación de Empresas de administración y externalización de Recursos Humanos, AGEST, cuando un grupo de empresas que prestaban servicios temporales resuelven organizarse con el propósito de potenciar el sector, teniendo como objetivo prioritario propiciar un marco regulatorio que permitiera desarrollar sus actividades bajo reglas claras y conocidas. Luego de un largo trabajo, a fines de 2016, esto se vio materializado con la Ley 20.123 que regula el régimen de subcontratación y servicios transitorios. Desde aquel entonces hasta ahora hemos sido parte de un importante crecimiento del sector, brindando oportunidades de empleo a miles de personas cada año y a la vez entregando soluciones flexibles a las empresas que les permitan enfrentar los desafíos de competitividad y agilidad que requieren. Es así como las empresas socias de Agest cuentan con alrededor de 60.000 trabajadores, que brindan servicios en diversos sectores de la economía. Estamos conscientes de nuestro rol de contribuir a la creación de empleo y a disminuir su informalidad, garantizando la protección social y seguridad a los trabajadores. Este es nuestro orgullo y también nuestra responsabilidad.

3. *¿Cómo es el trabajador chileno?*

Un conjunto muy diverso para que pueda caber en una definición. Sin embargo, creo que es bueno para ponerle el hombro cuando se siente considerado y querido. Necesitamos ese toque de cariño para trabajar

con el alma y poner todo el talento a disposición. Pero por otra parte, creo que nos falta arriesgar y concretar. Tendemos a darnos más vueltas de lo necesario, mucho conversar, enviar correos, esperar la indicación o instrucción del jefe. Todo eso nos hace perder productividad, el gran desafío que enfrentamos como país.

4. *¿Cómo llega una mujer a ser miembro de la Asociación de Mujeres de Alta Dirección?*

Un par de años atrás nos reunimos un grupo de mujeres con trayectoria ejecutiva y ante la evidencia de la baja participación femenina en las esferas de poder, especialmente en la empresa, resolvimos organizarnos y trabajar por cambiar esta realidad. Partimos con un grupo de 10 mujeres y hoy, conformadas como la corporación Red MAD, reunimos más de 70 socias, todas mujeres de relevante trayectoria, y cada día se unen otras más que quieren aportar en esta causa que nos motiva y nos hace vibrar. A pesar de lo ya avanzado, sentimos que estamos recién partiendo frente a tanto por hacer y camino por recorrer.

5. *Cuando niña, ¿qué soñaba con ser de adulta? ¿Por qué?*

No recuerdo haber tenido alguna fijación en particular, sólo esperaba descubrir el mundo y aprender de todo. Sin embargo, el arte, en todas sus expresiones, me atrajo siempre y he podido ir cultivándolo y disfrutando a lo largo de los años.

6. *¿Cómo explicaría la reforma laboral en una frase?*

Un proyecto que supuestamente se gestó con el fin de reducir desigualdades y fortalecer a los trabajadores, pero lo que está logrando hasta ahora es profundizar brechas y propiciar desencuentros.

7. *¿Algún lugar que le gustaría visitar y por qué?*

La Antártica, aunque sea por unas horas. La sensación que se experimenta de estar ahí debe ser única e irrepetible. Aunque debo decir que con el viaje que pude hacer a la tierra de mis abuelos paternos, siento que mis deseos están cumplidos. Un lugar donde la emoción me acompañó en cada paso y en todo momento. Hoy observo las noticias y esa emoción, ahora mezclada con gran pesar, vuelve a mí. Ese lugar es Siria.

8. *¿Cómo se ve dentro de 20 años?*

¿No será mucho tiempo? ☞

**Cuida bien
tus terminales
POS y protege
a tus clientes**

**Ponle
Ojo**
A TU TERMINAL POS
transbank.
APOYANDO NEGOCIOS



Al seguir estas sencillas medidas de seguridad estarás evitando que tus clientes sean víctimas de clonación de tarjetas.

Todos los días

- Revisa tus terminales POS diariamente, tanto en la apertura como al cierre de la jornada: ¿Están los equipos en el lugar que corresponde? ¿Falta o sobra alguno?
- Lleva un inventario de los terminales que manejas, con el detalle de la marca, el modelo y número de serie. Esta operación es clave al recibir un nuevo terminal.



Atención con estas medidas especiales...

- Cada vez que un técnico acuda a tu local, llama al **600 638 6380** o desde tu celular al **02 2661 2700** para validar su identidad. Este protocolo es fundamental para tu seguridad y la de tus clientes, aun cuando tú mismo hayas solicitado la visita. Al finalizar, solicítale el documento de respaldo de la visita y archívalo.
- Guarda los terminales en un lugar seguro cuando no estén en uso.
- Si tienes cámaras de seguridad, mantén las grabaciones a lo menos por 90 días.
- Devuelve los terminales que ya no usas a Transbank, aunque ya no funcionen.
- No traslades tus equipos del local al que fueron asignados. Si requieres traslado, avisa a Transervice.
- Si tu equipo es móvil, no lo pierdas de vista al momento que el cliente paga, lo que es válido para todo el personal de atención.
- Define un responsable de la custodia de los equipos.
- Capacita al personal sobre la importancia de la seguridad de los terminales y su cuidado especial.

**Al seguir estas medidas de seguridad,
estarás protegiendo a tus clientes.**

ANTE CUALQUIER DUDA O ANOMALÍA
LLAMA A TRANSERVICE:
DESDE TELÉFONOS FIJOS AL 600 638 6380
DESDE CELULARES AL 02 - 26612700

**Ponle
Ojo**
A TU TERMINAL POS

transbank.
APOYANDO NEGOCIOS



Walter Aránguiz Aldea
Presidente y Directorio

UNA OPORTUNIDAD ÚNICA PARA ESTRECHAR LAZOS GREMIALES, EN UN ENTORNO PRIVILEGIADO

Cada año, esta reunión se organiza en distintas ciudades del país, transformándose, de esta manera, en un encuentro que acerca a las regiones y que pone de relieve las potencialidades turísticas de los distintos puntos de nuestro país, ya que los participantes tienen la posibilidad de conocer parte de la zona a la que llegan.

En mayo seremos anfitriones, por segunda vez en nuestra historia institucional, de la Asamblea Anual de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile F.G.N. Un evento que nos reúne con la finalidad de cumplir nuestros mandatos estatutarios, por un lado, y que se convierte en una oportunidad única para fortalecer lazos de índole gremial, a través de seminarios, reuniones e instancias de camaradería. Además, es una ocasión trascendental para poner de manifiesto, a nivel transversal y nacional, las demandas de nuestro sector, acercándolas a nuestras autoridades y a la ciudadanía.

En el año 2006 nos esforzamos por realizar un gran evento, el que estamos seguros pasó a la historia por la presencia de altas autoridades nacionales, como el entonces ministro y vicepresidente de la República Belisario Velasco Barahona, además de haber abordado temas incipientes en ese



Asamblea Anual de Socios

Los Ángeles 2016

del 5 al 7 de mayo



minuto, pero tan importantes como la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En esa ocasión los participantes pudieron incluso apreciar la magia de la cordillera comuna de Antuco, así como la calidez de nuestra gente.

Diez años después, manteniendo esa misma calidez, estamos orgullosos de ser nuevamente anfitriones de este evento, para el cual nos hemos preparado con mucha dedicación y cariño, en el contexto de una ciudad que ha avanzado a pasos agigantados hacia la modernidad, con una amplia gama de servicios hoteleros y gastronómicos, en un entorno privilegiado, que nos invitará esta vez a disfrutar los encantos de los Saltos del Laja y Alto Bio Bío.

A nombre del Directorio de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Los Ángeles A.G. y de sus socios, damos desde ya la más cordial bienvenida a todos quienes nos visitarán entre los días 5 y 7 de mayo para participar de esta Asamblea, y les invitamos a aprovechar al máximo su estadía y todos los panoramas que ofrece nuestra provincia. A nombre del Directorio de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Los Ángeles A.G. y de sus socios, damos desde ya la más cordial bienvenida a todos quienes nos visitarán entre los días ¡Bienvenidos! ☞



"Las personas en Chile interactúan de 220 a 230 veces al día con su teléfono; por eso es importante para el comercio estar presente en la red y en todas sus plataformas", dice Fernando López.

Gerente de Google en Chile:

"Comercio de Vitrina y e-Commerce son ya una sola cosa"

Hoy internet trasciende a prácticamente todas las actividades. Sean estas económicas, sociales o culturales, las relaciones en la red son indispensables para la vida moderna. El comercio no es una excepción y cada vez más las personas y los establecimientos tienden a generar lazos virtuales que llevan a un comercio más fluido y eficiente.

Uno de los principales vehículos de este nuevo modo de interactuar es Google, la plataforma virtual que se ha convertido en el paradigma de la comunicación en el siglo XXI y, de hecho, la CNC creó recientemente una comisión de e-commerce para impulsar la productividad digital con el objetivo de lograr que el comercio chileno se integre cada vez más a esta tendencia mundial.

Cuando Google inició sus operaciones, en 1998, había 300 millones de personas conectadas a internet. Hoy son tres mil millones de personas, lo que es una fuerte demostración de la necesidad latente que había de información más accesible para todo el mundo.

Fernando López Lervasi, gerente general de Google para Chile aceptó conversar con nosotros para, entre otros temas, dar cuenta de la importancia que nuestro país ha adquirido para esa compañía líder mundial en el ámbito de la información.

Explica que además de ese foco relevante de actividad, Google fundó pilares culturales. "La empresa tiene una cultura muy especial, muy ligada a la naturaleza de Silicon Valley: tomar riesgos, premiar a los que se equivocan; la cultura de fallar y rápidamente movilizarse hacia otra cosa; la cultura de la innovación. Fracasar y aceptar el fracaso y no quedarse pegado en eso...", señala.

Google es considerada una de las mejores empresas del mundo para trabajar. ¿Cuál es la razón?

El que las personas puedan equivocarse es una razón. También el que puedan dedicar el 20% de su tiempo a proyectos que nacen de sus propias ideas. Este 20% no es obligatorio, pero si el trabajador lo toma dentro de su gestión de desempeño debe presentarlo como un proyecto en el cual, por ejemplo, se va hablando con el jefe y con otras personas para que tome forma y a veces termina siendo un megaproyecto que se puede convertir en una nueva unidad de negocios. Por ejemplo, el g-mail es resultado de un TwentyPercent Project. Eso es innovación de abajo hacia arriba y la empresa le da un valor muy grande a lo que hacemos, lo mismo que los consumidores y la industria en general, ya que nuestros productos son espectaculares, a todo lo cual se suma que nuestra gente trabaja por objetivos, no por horario, y en un ambiente donde es muy importante la colaboración.

¿Y cómo se propicia la colaboración interáreas? ¿Cómo se generan esos espacios?

Eso es parte importante de nuestra cultura, la hipercolaboración. De hecho, productos como g-mail o excel están hechos para colaborar, para que la gente trabaje en la nube sobre un mismo documento. Todos nuestros productos están hechos así y también nuestra forma de trabajo interno. Nosotros no mandamos atachados: los documentos conjuntos están en la nube y todos colaboran. Así se produce más, en forma más eficiente y rápida.

Hay un factor clave, que es la transparencia en el trato de

la información. Como en todas las compañías, hay aspectos confidenciales, pero todos sabemos en qué proyectos están los otros y cómo ellos van avanzando. Incluso, en un documento uno deja un párrafo para que otra área lo complete y hay a veces hasta veinte personas que ponen sus comentarios; todos colaboran.

Esa confianza tácita que yo nunca vi en otra compañía, que hace que cientos o miles de personas respeten la confidencialidad de la información en que están trabajando, es un espaldarazo para el colaborador; este estilo hace que el trabajador sienta que debe dar su feedback que se sienta más involucrado en los proyectos.



Google en Chile y con la CNC

Uno de los data center de Google está en Chile. ¿Por qué? Hay razones geográficas y de clima, pero también Chile permite tener inversiones de largo plazo. En enero vino Eric Schmidt, el número uno de la compañía, y el titular de El Mercurio fue que "estamos apostando a Chile para los próximos 50 años". Eso es una demostración de lo importante que es Chile para Google en el mundo.

Ese data center es el único en el hemisferio sur y hay 14 en el mundo. Es el corazón de Google y forma parte de una red internacional donde están todos los datos de nuestros usuarios, todo el músculo de nuestras aplicaciones, pero la información se guarda en pedacitos en los distintos data center del mundo.

¿Cómo Google ha cambiado la vida de los chilenos y del consumidor?

No hay cifras de mercado, pero arriba del 94% de las personas que buscan cosas en Internet en Chile utilizan Google, pero todavía hay mucho camino por avanzar. Si bien está comprobado que las empresas de menor tamaño que acceden a tecnología tienen mayores niveles de productividad, lo que les permite crecer y acceder a nuevos mercados, el medio millón de empresas de menor tamaño que existe en Chile tiene un acceso muy limitado a Internet respecto de Latinoamérica. Sus dueños no le dan suficiente importancia, y ahí es donde la CNC nos permite una alianza relevante por su transversalidad de industrias y cobertura geográfica y donde podemos desarrollar un trabajo muy fuerte.

Por eso creamos la Comisión de E-commerce y Productividad Digital, para que las empresas de menor tamaño conozcan la tecnología disponible que les permitiría hacer crecer su negocio. A diferencia de hace veinte años, hoy la tecnología está disponible para todos.

Ese es el rol de Google, democratizar el uso de la tecnología. Existen herramientas como "Google Mi Negocio" que, por ejemplo, permite a los emprendedores dar a conocer un nuevo negocio.

¿Qué otras herramientas existen para apoyar al comercio?

Tenemos distintas plataformas tecnológicas. Por ejemplo, una de las cosas que pasó en Chile en los últimos años fue la fuerte migración hacia dispositivos móviles. Las personas en Chile interactúan de 220 a 230 veces al día con su teléfono; lo utilizan para todo tipo de interacciones y por eso es importante para el comercio tener presencia en todo momento.

Si alguien necesita un dentista, busca en el celular y el aparato entiende el contexto: sabe dónde está la persona y le ofrecerá los dentistas disponibles en ese lugar; lo mismo para un vendedor de lanas en el sur de Chile, que conocerá la demanda en el sur de Argentina.

Google mi Negocio centraliza todas las opciones para negocios pequeños. Uno puede grabar un pequeño comercial en video y subirlo en YouTube, con lo que la información está disponible donde está el usuario buscador y ofrece el video en el lugar exacto.

¿Cómo se resguardan los datos con tanta información disponible?

Estos son comportamientos de grupos de usuarios, no de una persona. Es importante destacar que los datos se entregan en forma voluntaria y es tal la cantidad de información que ingresa cada minuto que el traqueo de ella es prácticamente imposible; de hecho, ni siquiera los empleados de Google pueden entrar a la información del data center.



Este es un tema que nos preocupa. De hecho formamos parte de un grupo de empresas a nivel global, Data Liberation Front, que permite a una persona llevarse todos sus datos si lo desea, e incluso puede hacer un testamento virtual y dejar la información personal a otra persona o bien ordenar que se borre.

Lo concreto es que Google es un lugar muy seguro para guardar la información de cada usuario. Tenemos los más altos estándares de seguridad para la protección de datos y es una de las principales preocupaciones de la compañía, lo que se traduce en una inversión anual relevante en este tema.

Volviendo al comercio. Respecto del comercio virtual y el físico, ¿son competencia o complementarios?

Hablar de comercio on line o comercio off line es una mirada antigua, obsoleta. La irrupción del celular cambió todo, ya que a través de él las personas pueden buscar un producto y luego comprar en el punto de venta o al revés. Ya no hay fronteras entre uno y otro. Hoy más que nunca la realidad es la omnicanalidad, en que, no importe donde estén, las personas pueden tomar decisiones de compra.

Y en ese sentido, ¿están las herramientas para comprar virtualmente?

Hay un gran territorio para trabajar a nivel local en este sentido, y las empresas –grandes, medianas y pequeñas– deben avanzar urgentemente en sus activos digitales. Las páginas del comercio debe ser claras si el usuario está en el computador o en el celular; los mensajes deben transmitirse distintos, más breves y claros, con letra distinta en el celular por ejemplo, ya que la usabilidad es distinta. Hay que entender las necesidades del consumidor, toda vez que en marzo de 2012 las búsquedas en el celular eran el 5% y en el 2015 ya eran el 51% de todo lo que busca la gente en Internet.

Asimismo, Google elimina la asimetría de la información, todo es transparente. Se sabe del último producto lanzado en Corea o China y los chilenos ya quieren comprarlo. Y hoy existen grandes servicios de logística que transportan la mercadería en forma eficiente y barata, lo que es un tema clave para entender el comercio de hoy...

Y sobre los medios de pago (billetera electrónica o tarjetas de crédito) ¿cómo estamos?

Hay una brecha grande, lo que es un tema complejo. En lo posible, el consumidor siempre debería tener varias opciones de plataforma de pago, porque al haber com-



Cuando Google inició sus operaciones, en 1998, había 300 millones de personas conectadas a internet. Hoy son tres mil millones de personas, lo que es una fuerte demostración de la necesidad latente que había de información más accesible para todo el mundo.

petencia hay un mayor esfuerzo por más y mejores productos y servicio. La competencia siempre trae innovación y mejor servicio al consumidor, y ahí hay un espacio de trabajo.

Uno de los miembros de la mesa con la CNC es Transbank, y si bien todavía hemos avanzado poco en la comisión como para comentar al respecto, lo definitivamente claro es que toda innovación dará un mejor servicio al consumidor. Ideal es cerrar una compra a un click y mejorar el servicio respecto de ahora.

Eso es difícil en un país como el nuestro, con baja tasa de bancarización y pocas tarjetas de crédito...

Pero se puede avanzar. No se necesita tarjeta de crédito solamente. Por ejemplo tener un link del teléfono a una cuenta RUT como sistema de pago..., hay millones de posibilidades. A nivel tecnológico este tema se puede resolver rápido; a nivel regulatorio hay que buscar; y también a veces hay que invertir. ◀

Catastro de proyectos de inversión del sector comercio

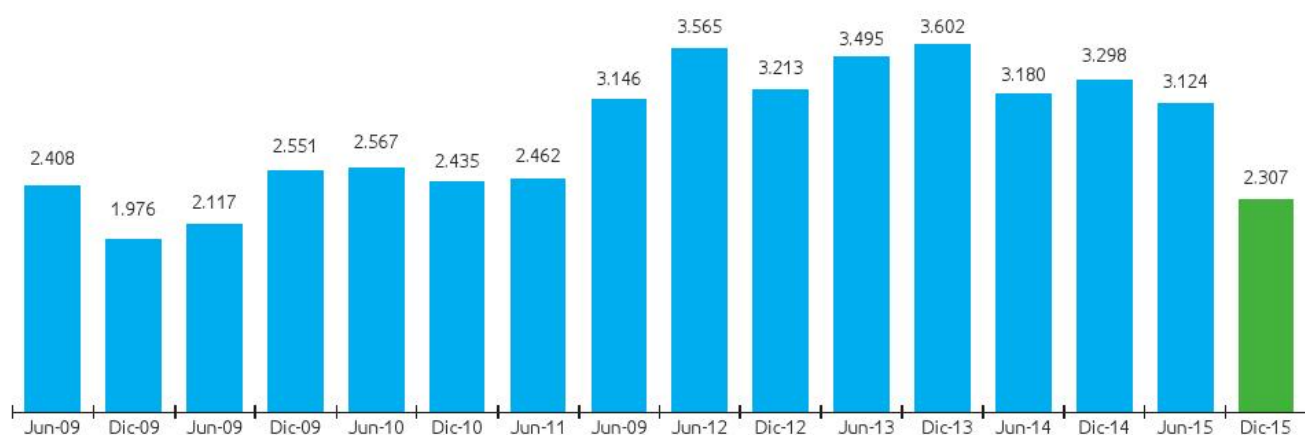
Diciembre 2015



El catastro de proyectos de inversión del sector comercio, realizado por el Departamento de Estudios de la CNC, a diciembre de 2015, que incluye iniciativas en ejecución y estudio, alcanzó un monto de US\$2.307 millones, cifra

que representa una baja de 30,1% con respecto del nivel contabilizado en diciembre de 2014. A su vez, el resultado es 26,2% menor que el nivel de inversión alcanzado a junio de 2015.

**Catastro de Inversión Sector Comercio
(Millones de Dólares)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

La evolución del catastro sectorial da cuenta de una fuerte desaceleración en la inversión registrada a fines de 2015, evidenciando la mayor caída anual en la historia del catastro.

Este escenario es consistente con la desaceleración que atraviesa la economía del país, donde el 2015, y por segundo año, se registró una baja en la formación bruta de capital fijo, y donde las expectativas para este año tampoco se ven auspiciosas.

PROYECTOS NUEVOS

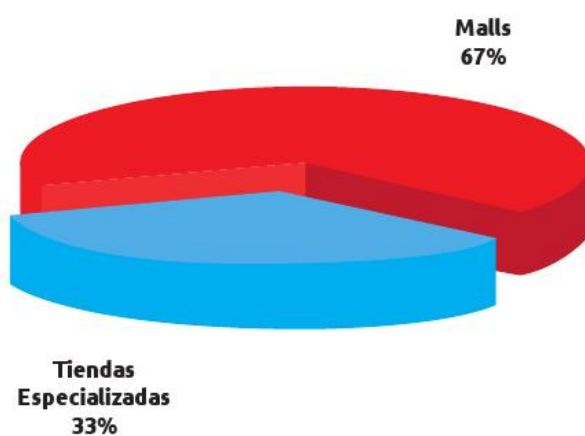
En cuanto a nuevas iniciativas, entraron al catastro nuevos proyectos por un monto de US\$ 285,7 millones durante el segundo semestre de 2015, monto superior al catastrado en junio de 2015, donde se registraron proyectos nuevos por US\$192,6 millones, y también por sobre las nuevas iniciativas registradas durante la segunda mitad de 2014 (US\$ 230,8 millones).

Los nuevos proyectos equivalen al 12,4% del total catastrado en diciembre 2015, porcentaje que es de los más altos desde junio de 2013. Dentro de estos nuevos planes destaca el aumento en proyectos de tiendas especializadas, en comparación con otros períodos.

Este monto incluye ocho iniciativas, con inversiones que fluctúan entre US\$3 millones y US\$100 millones. La mayoría se encuentran ubicados en la Región Metropolitana y solo tres de los proyectos se concentran en regiones.

Del nuevo aporte, el 67% corresponde a Centros Comerciales o Malls y un 33% a tiendas especializadas. Del total de estos nuevos proyectos, a diciembre de 2015 solo un 15,1% se encontraba en ejecución, mientras que el 84,9% restante estaba en etapa de estudio.

**Composición de la Inversión de Nuevos Proyectos
Diciembre 2015**

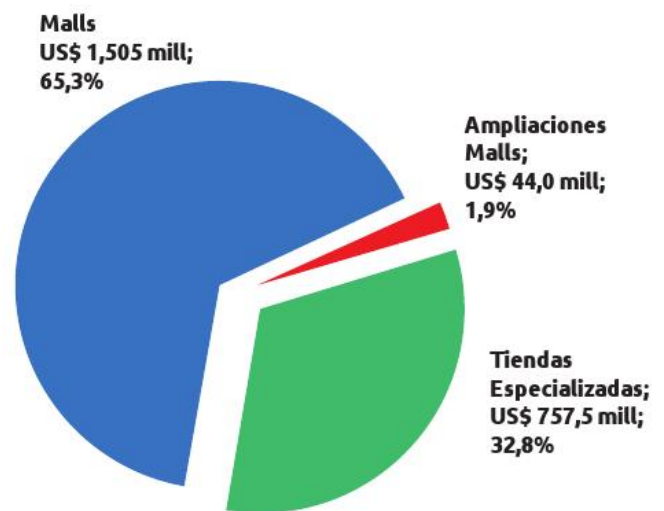


Fuente: Departamento de Estudios CNC

PARTICIPACIÓN SECTORIAL

Del total de la inversión registrada, el 65,3%, equivalente a US\$1.505 millones, corresponde a Centros Comerciales o Malls, y 1,9% (US\$44 millones) corresponde a ampliaciones de los mismos. El restante 32,8% de los proyectos, equivalente a US\$757,5 millones, se trata de tiendas por departamento, especializadas y supermercados, que no es posible diferenciar, ya que las empresas con actividad integrada dan a conocer sus programas globales con información agregada, sin distinción entre los distintos tipos de formatos.

**Composición de la Inversión de Nuevos Proyectos
Diciembre 2015**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Respecto del período anterior, la inversión en Malls cayó un 21,7% respecto de junio de 2015 y evidenció también una baja de 25% en comparación a diciembre de 2014. Las ampliaciones registraron una caída de 38% respecto del catastro anterior y al comparar con igual período de 2014 la baja fue de 51,6%.

En cuanto a tiendas por departamento, especializadas y supermercados, el catastro marca una disminución de 33% con respecto al período anterior y una caída de 36,9% respecto de diciembre 2015, reflejando así el difícil momento que atraviesa el país en cuanto a la inversión.

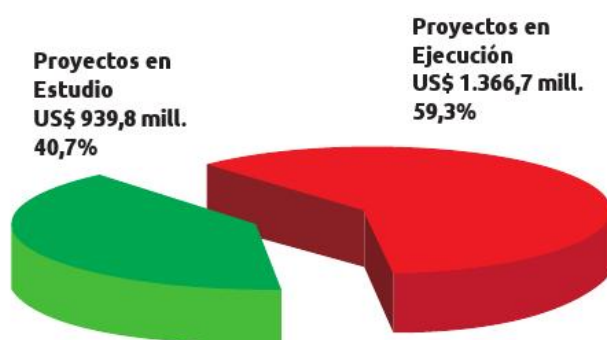
De la inversión declarada a diciembre 2015 (US\$2.306,5 millones), el 74,7% (US\$1.722 millones) pertenece a programas de empresas multiformato y el 25,3% (US\$584,5 millones) a proyectos de otro tipo de empresas. En el segundo semestre de 2015, los planes del primer grupo de empresas tuvieron una baja de 25,5% en relación al primer semestre y en cuanto a la variación anual, experimentaron una caída de 32,8%. En tanto, los proyectos del segundo grupo tuvieron una disminución de 28,1% en relación a la medición anterior y un alza de 9,4% anual.

PROYECTOS EN EJECUCIÓN Y ESTUDIO

A diciembre de 2015, el 59,3% de la inversión total catastrada, equivalente a US\$1.366,7 millones, ya estaba en proceso de ejecución, mientras que un 40,7% (US\$939,8 millones) continuaba en etapa de estudio.

Cabe destacar el aumento de 10 puntos porcentuales en la participación de aquellos proyectos en estudio, con respecto al catastro anterior, junto con la caída de aquellos en ejecución, evidenciando una menor materialización de los planes, junto con la entrada de nuevos proyectos en estado de estudio y la inauguración de proyectos que se encontraban en ejecución.

**Etapas de Desarrollo de Inversión
Sector Comercio / Diciembre 2015**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

COMPOSICIÓN REGIONAL

En proyectos de ubicación específica, la Región Metropolitana, con una participación de 36,5% y totalizando US\$841,2 millones, tuvo una leve baja de 1,9% con respecto al semestre anterior, y una caída de 17% con respecto a diciembre de 2014.

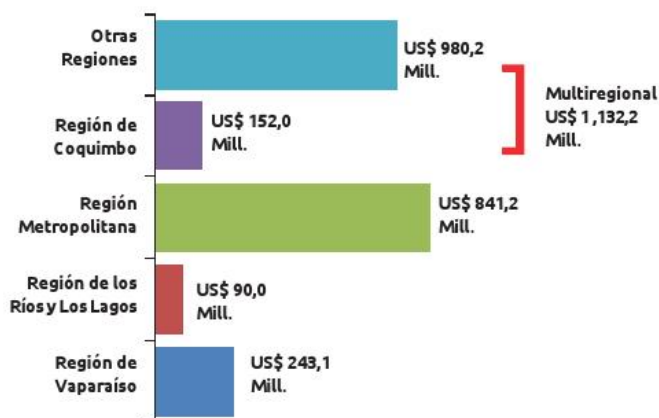
Por su parte, con una inversión de US\$243,1 millones a diciembre de 2015, la Región de Valparaíso aporta el 10,5% del total, con una disminución de 2,8% durante el segundo semestre del año y una baja de 6,9% respecto al mismo período de 2014.

La inversión del conjunto formado por las regiones de Los Ríos y Los Lagos, con una incidencia de 3,9% del total, marcó una inversión de US\$ 90 millones al cierre de 2015, 50% menos que el período anterior y que igual período de 2015.

Finalmente, el grupo de proyectos de localización multirregional, que comprende otras regiones o proyectos en más de una región, contabilizó una inversión de US\$ 1.132,2 millones a diciembre de 2015, representando el 49,1% del total

y marcando una baja de 36,9% respecto del primer semestre de 2015 y una caída de 34,9% si se compara con diciembre de 2014. Destaca dentro de este grupo la inversión registrada en la Región de Coquimbo, con un monto de US\$152 millones (87% en ejecución).

**Distribución Regional Catastro de Comercio
Diciembre 2015**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

PERSPECTIVAS

El catastro de inversión del comercio a diciembre de 2015 muestra que el sector tuvo una fuerte baja anual, registrando el segundo semestre su nivel más bajo de inversión desde junio 2009. Si bien se evidenció cierto repunte, aunque aún débil, en la entrada de nuevos proyectos, la salida de proyectos que se inauguraron y proyectos en estudio que finalmente no fueron ejecutados, llevaron a este bajo resultado final. De hecho, casi un 40% de los planes que salieron del catastro, se encontraban en etapa de estudio y nunca fueron ejecutados.

Estos resultados reafirman la desaceleración económica que atraviesa el país, donde los niveles de desconfianza e incertidumbre han repercutido fuertemente en las decisiones de inversión y de materialización de proyectos en estudio. Ente este escenario, el mayor riesgo sería la no materialización de los nuevos proyectos que han entrado y de aquellos que se encontraban en estudio.

El crecimiento global se encuentra prácticamente estancado, con una mayor volatilidad en los mercados, un menor crecimiento en China y una complicada situación en Latinoamérica. El escenario interno también es desfavorable: los índices de confianza siguen en terreno pesimista, las reformas siguen generando incertidumbre, golpeando la inversión que no repunta. En este escenario, el Banco Central en su último IPoM recortó fuertemente las expectativas de crecimiento, de un rango de 2%-3% a 1,25%-2,25%, con una fuerte baja en el crecimiento esperado del consumo de 2,2% a 1,8%, y un crecimiento esperado para la inversión de 0,5%, tras dos años de caída.



El lenguaje global de los negocios

Trazabilidad en Salud

Contar con un sistema de salud que entregue plena visibilidad en los procedimientos y que garantice la seguridad de los usuarios, hoy puede ser real.

GS1 Chile ofrece:

- Identificación Única de Dispositivos
- Trazabilidad Farmacéutica - uso de DataMatrix
- Identificación de Unidades
- Identificación de Paciente y Tratante
- Implementación en sistemas hospitalarios
- Estandarización de proveedores



www.gs1chile.org

¿Era necesaria una **Reforma Tributaria** para la planificación de grandes contribuyentes y para asesores tributarios?



LA REFORMA TRIBUTARIA emprendida el 2014 y supuestamente simplificada el 2016, tenía dos grandes objetivos:

1) Aumentar la recaudación fiscal y, en armonía con lo anterior, 2) Evitar focos de elusión.

Respecto del primer objetivo, sabemos que responde a las concepciones que se tengan respecto del rol del Estado y del Gasto Público (eso sí, no descuidemos la eficiencia que debe tener ese gasto).

Las políticas económicas que se propongan por un gobierno son totalmente legítimas pero naturalmente son controvertibles respecto de su eficacia y de los efectos que se producirán en la economía. Ninguna reforma tributaria es inocua, sea que aumente o disminuya los impuestos. Pero al parecer era necesario aumentar la recaudación tributaria, ya que ello fue aceptado por una gran mayoría parlamentaria, la que no puede ser obligada a aceptar lo que proponga el Ejecutivo. Si se votaron favorablemente las reformas, teniendo presente el propósito recaudatorio, tenemos que presumir que en ese punto al menos los parlamentarios estaban de acuerdo.

Pero los economistas, de cualquier vertiente, podrían haber sacado cuentas y proponer que si se estaba privilegiando el aumento de los ingresos destinados al gasto público, perfectamente podrían haberse adoptado otro tipo de medidas como un simple aumento a la tasa de

los impuestos y enfocar la reforma en realizar ajustes destinados a bloquear espacios evidentes de uso indebido de la legislación. De hecho se conocieron propuestas en este sentido, pero tuvieron poca tribuna en los parlamentarios o no fueron consideradas seriamente al punto de discutir las reformas.

Entonces, en conjunto con el propósito recaudatorio, el legislador (Ejecutivos y Congreso Nacional) definieron generar una ley, que incluyó aumento de tasas en las empresas y rebajó los impuestos personales, pero a la vez construyó un complejo entramado de disposiciones de alambicada redacción destinadas principalmente a evitar derechamente la planificación tributaria.

Don Andrés Bello, el gran legislador latinoamericano, nacido en Venezuela (aunque no necesariamente bolivariano, en la acepción actual) en el Código Civil escribió como norma imperativa que nadie podrá alegar ignorancia de la ley. Esto vale para cualquier habitante de la República, alfabeto e incluso analfabeto (que para la época eran muchos), abogado, juez o un ciudadano corriente que vive de su trabajo y que probablemente no lea nada más allá de los mensajes en su celular.

Convengamos en que puede haber ciertas leyes que por definición son complejas en su redacción, como por ejemplo las normas sobre energía eléctrica, sanitarias, control de calidad en los ascensores, etc., pero ¿será necesaria tanta complejidad para las normas tributarias? Quizás sí, en cuanto el foco sea construir barreras destinadas a evitar la evasión y la elusión. Ahora bien, no se ha inventado nada con las últimas reformas, todo o casi todo, viene copiado de leyes aplicables en los países de la OCDE. Luego, como en la tecnología que importamos, debemos atenernos a lo que se produce en el exterior, aunque podría haberse aprovechado en las recientes reformas de generar mayores incentivos al desarrollo tecnológico, no sólo atenuando el costo tributario por pagos de tecnología al exterior.

Entonces, las últimas reformas ¿para quién fueron diseñadas? En lo que se refiere a la determinación del impuesto a la renta y a las medidas antielusivas, la lectura obligada es que fueron construidas para los que eluden o con cierto pudor, para los que planifican.

En un oficio reciente, muy curioso, no por contenido, sino porque la consulta mereció la atención del SII, quizás porque un ciudadano decidió hacer la consulta directamente a la Presidenta de la República, nos cuenta lo siguiente:

El ciudadano preguntó a la Presidenta respecto a por qué no teníamos una legislación tributaria simple y clara y por qué se daba tanto espacio y valor a la planificación tributaria, actividad a la que la gran mayoría de chilenos no tiene acceso.

Continúa el sagaz ciudadano expresando que le parece excelente que se den beneficios tributarios a ciertas actividades a fin de incentivarlas, pero que debieran ser más claros para todos, tanto en el Código Tributario como en la Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios y en la Ley sobre Impuesto a la Renta.

La Presidenta derivó la consulta al Ministro de Hacienda y este al Director del SII quien informa que la Ley N° 20.780, sobre reforma tributaria, introdujo una serie de modificaciones destinadas precisamente a simplificar las normas del impuesto a la renta, eliminar franquicias y exenciones, cerrar brechas de elusión y recoger una serie de recomendaciones entregadas por la OCDE y por el Fondo Monetario Internacional respecto de materias tributarias.

A continuación se expone que el SII ha creado oficinas destinadas a desarrollar políticas y programas especiales destinados a otorgar apoyo, información y asistencia a las empresas de menor tamaño y a otros contribuyentes de escaso movimiento económico, con el objeto de facilitar su cumplimiento tributario.

Y respecto de las planificaciones tributarias, dice el SII que la Ley tuvo entre sus objetivos “velar porque se pague lo que corresponda de acuerdo a las leyes, avanzando en medidas que disminuyan la evasión y la elusión”. En



ese contexto, una de las principales innovaciones consiste en incorporar al Código Tributario una Norma General Anti-elusión, que permite al SII impugnar las ventajas tributarias obtenidas con abuso o simulación y, sancionar a los contribuyentes y asesores tributarios que hayan participado en su diseño. Por tanto, aclarando desde ya que no toda planificación tributaria es susceptible de controversia, se informa que se han incorporado importantes modificaciones legales destinadas a cerrar los espacios de elusión y planificación tributaria agresiva.

La pregunta es: ¿Qué es la planificación tributaria para la mayoría de los ciudadanos?, y si se logra entender eso viene una segunda pregunta: ¿Qué es elusión tributaria? Es posible que lo sepan los especialistas, aunque en la prensa muchos expertos declaran su perplejidad. De hecho hay varios post grados que o bien se denominan de Planificación Tributaria o incluyen este ramo entre los centrales del programa. ¿Es que ahí van los profesionales a aprender a planificar? Es curioso, no hemos encontrado un curso que se llame Elusión Tributaria.

Concluye el Oficio del SII señalando que existen diversos canales que permiten a los ciudadanos formular propuestas respecto de normas tributarias. Entendemos que a través de esos canales, podrían los ciudadanos consultar qué es la planificación y elusión tributaria, sobre todo para saber si en el ejercicio de su profesión u oficio o en la administración de su pequeña o mediana empresa, pueden tentarse por una planificación que corre el riesgo de convertirse en elusión. Hay que considerar que este tipo de empresas (la generalidad en el país) tienen poco tiempo ya que están ocupados en hacer bien las cosas en su profesión u oficio o luchando por colocar sus productos o para que los clientes les paguen o rogando por un crédito bancario, por lo cual tendrán menos dinero y tiempo para contratar asesores. ☞

Comisión Tributaria CNC.

> Arica

> Iquique

> Antofagasta

> Coquimbo

> Valparaíso

> Valparaíso

> Los Andes

> San Antonio

> Aeropuerto

> Santiago

> Concepción

Temuco

> Valdivia

> Osorno

> Puerto Montt

> Coyhaique

> Punta Arenas



UCC



UNIDAD CENTRAL DE
CERTIFICACIÓN DE ORIGEN S.A.

Dirección: Merced 230
Santiago - Chile
Mail: ucco@ucco.cl
Teléfonos: +56 223654086
+56 223654079

CNC
La Cámara de Chile

ASOEX
Asociación de Exportadores de Chile S.A.
Juntos, nuestra fuerza vale más

www.ucco.cl



¿Cómo hacer negocios con Uruguay?

Por Miguel Ángel Garderes, Presidente Cámara de Comercio Chileno Uruguay.

Uruguay ha logrado posicionarse a nivel internacional destacándose por ser un país estable con el cual comerciar y un país confiable en el cual invertir. Ha demostrado ser un país con índices de transparencia muy elevados, y destaca igualmente por sus tradicionales índices de libertades económicas, como la eliminación de barreras no arancelarias, el bajo peso de los impuestos y regulaciones estatales, escasas restricciones financieras y bancarias y la relativamente baja participación de la actividad informal en la economía.

Uruguay ofrece una rica gama de bienes y servicios competitivos destacados por su excelencia en calidad, producto natural de una economía de pequeña escala y de un pueblo con altos índices educativos y culturales.

El Acuerdo de Complementación Económica entre Chile y MERCOSUR (ACE N°35) se suscribió en 1996. En ese marco, el cuadragésimo octavo Protocolo Adicional al ACE 35 suscrito entre Chile y Uruguay durante el 2008, establece adelantamiento de los márgenes de preferencia previstos en el ACE 35. Dentro de los instrumentos jurídicos vigentes entre ambos países, destacan el Acuerdo de Asociación Económica Estratégica (2008), Acuerdo de Inversiones (2010), Acuerdo de Compras Públicas (2009) y el Protocolo de Zonas Francas.

De acuerdo a ProChile, los productos chilenos cuentan con mejores oportunidades en el mercado uruguayo a partir de la firma del cuadragésimo octavo Protocolo Adicional que estableció el adelantamiento de la desgravación prevista en el

ACE 35, lo que implica que todos los productos quedaron en cero gravamen, a excepción del trigo. Como oportunidades de negocios destacan: alimentos gourmet, industria del turismo, energía renovable y medio ambiente, TIC y comunicaciones y la industria manufacturera.

En el proceso de importación hay que tener en cuenta los impuestos a pagar como la tasa global arancelaria (TGA que se publica cada año con el Arancel Externo Común del MERCOSUR), la tasa consular (2% sobre valor CIF), tasa por servicios preferenciales y aduaneros (0,2% valor CIF) y tasa por servicios extraordinarios (se aplica en función de tarifas a cobrar de acuerdo al valor declarado en los permisos de importación).

Respecto de los puntos clave para hacer negocios, considerar que el mercado uruguayo es pequeño y predominan las PyMes. Montevideo se ubica entre las ciudades más seguras y de mayor calidad de vida de América Latina. El empresario uruguayo es una persona a la que no le gusta el riesgo y prefiere una posición de bajo perfil; asimismo, el sector empresarial es pequeño y cerrado, lo que vuelve muy importante las relaciones interpersonales. El trato es muy amable y cordial y de un elevado nivel cultural.

Finalmente, se debe tener en cuenta que a pesar del tamaño del mercado uruguayo, el país constituye un centro estratégico con excelente infraestructura y servicios para la proyección al MERCOSUR. ◀

Para más información, visite:

Ministerio de Relaciones Exteriores : www.mrree.gub.uy

Uruguay XXI : www.uruguayxxi.gub.uy

Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay : www.cnccs.com.uy

En Chile, contacte a la: Cámara Chileno Uruguay de Comercio / Fono: 56 22114677



*La ecuación
Desarrollo
Sustentable y
Crecimiento
Económico es
posible si ponemos
como prioridad al
ser humano*

Benito Baranda

Presidente Ejecutivo internacional
de América Solidaria

El presidente ejecutivo internacional de América Solidaria, Benito Baranda, será uno de los expositores del “Seminario de Desarrollo Sustentable” que se realizará el 5 y de 6 de mayo próximos, en el marco de la Asamblea Anual de Socios de la CNC.

En esta entrevista, el profesional se refiere a la crisis de confianza que afecta a las principales instituciones del país; a cómo enfrentar la pobreza y desigualdad y al compromiso que debiera asumir el empresario con la comunidad y su entorno.

Chile está pasando por un momento complejo. Algunos plantean que esta situación es producto de la pérdida de confianza en las instituciones. Para otros, esto se debe porque recién en el país se están abordando problemas estructurales derivados de una gran desigualdad social. ¿Cuál es su diagnóstico al respecto?

En Chile hay un tiempo de crisis, de cambios. Dada la misma transformación que la sociedad nacional ha experimentado en los últimos decenios se presentan reflexiones más profundas, inquietudes ciudadanas, nuevas maneras de relacionarnos y mayores conocimientos acerca de la realidad y de los orígenes de la abismante desigualdad de ingresos y de oportunidades existente.

En este contexto, son afectadas las relaciones entre las personas, lo que se traduce en que las confianzas sean más frágiles y se pongan también en duda las instituciones vigentes. Ante esto, el enfrentamiento de este tiempo debe hacerse desde las múltiples aristas que tiene, entre ellas, las reformas estructurales imprudentemente postergadas y las institucionales retardadas por la inercia. También son urgentes los cambios en nuestras propias conciencias acerca de la dignidad e igualdad de cada ser humano. Todos, desde cada uno de nuestros ámbitos de vida, estamos llamados a emprender esta tarea.

Se dice que Chile ostenta récords mundiales en términos de desigualdad social. Usted forma parte de un equipo encargado de actualizar la Encuesta Casen. ¿Es posible precisar si efectivamente tenemos en Chile esa desigualdad extrema, en circunstancias que en las últimas décadas se ha avanzado notablemente en reducir la pobreza?

Reducir la pobreza de ingresos como lo ha hecho Chile es un gran e importante avance. Sin embargo, este logro es insuficiente dado que sabemos que la pobreza es de carácter multidimensional. En efecto, no sólo se vincula a los ingresos económicos sino también por ejemplo al acceso y la calidad de la educación; vivienda-entorno, salud y trabajo. Además, la realización de una sociedad no sólo está relacionada al crecimiento de su PIB, sino que a la equidad con que se distribuyen estos ingresos (sobre este tema hay mucho escrito y estudiado); y en esto Chile tiene una gran deuda.

En otros países también existe una pobreza dura muy extendida y una riqueza extrema. Entonces, ¿será que en Chile existe indiferencia de los ricos respecto de las necesidades de las clases más desposeídas?

La indiferencia es una actitud transversal en la sociedad chilena. Nos cuesta mucho ponernos en el lugar del otro y empatizar; nos resulta difícil ayudarnos y colaborar para resolver las dificultades y no sólo entre desconocidos sino que también al interior de nuestras propias familias, iglesias, barrios, trabajos, pueblos y ciudades. Cuando se tiene mayor cantidad de bienes materiales le destinamos cada vez más tiempo a ellos y menos a las personas; nos obsesionamos por cuidarlos y acumularlos; sentimos que nos pertenecen sólo a nosotros y que nadie más ha contribuido a que yo los obtenga, encerrándonos en nosotros mismos y empobreciendo nuestra propia humanidad y la de quienes nos rodean. La indiferencia se suma generalmente a la vanidad y a la codicia, allí se produce una mezcla que termina por generar violencia al interior de la sociedad chilena. De hecho, en la frustración de muchos y el individualismo de unos pocos, se fraguan estas agresiones más duras. Es la injusticia social uno de los alimentos más nutritivos de la desconfianza.

En el pasado hubo en Chile un fuerte paternalismo de parte de las clases pudientes que se expresaba en instituciones que trataban de socorrer a los más pobres. Actualmente se plantea que esos grupos se han olvidado de la verdadera filantropía: generar medios sustentables para combatir la pobreza. ¿Es efectivo? Y si fuera así, ¿qué se podría hacer al respecto?

El “paternalismo” se asocia al “asistencialismo”. El Padre Alberto Hurtado decía que “es más fácil ser generosos que justos”. Sin embargo, una caridad sin justicia es un engaño que termina por ofender y enardecer a quien la recibe, ya que se atropella su dignidad y se construye con ello una comunidad altamente desigual. Otra cosa es la auténtica filantropía la que tiene de base un origen justo de los recursos (no como fruto de la explotación humana o de la violación de leyes) y un movimien-

to profundo de empatía hacia el dolor del otro o hacia una causa que nos duele. En ese sentido es bueno que comencemos a hablar sin temor —en el mundo de los negocios— de acciones justas, de responsabilidad empresarial, de honestidad y rectitud. La generosidad y las acciones de filantropía deben sostenerse por el pilar de la justicia. De lo contrario, son un vil engaño.

¿Qué grandes enseñanzas le dejó el largo período en que se desempeñó en el Hogar de Cristo?

La mayor de las enseñanzas hace referencia a las grandes riquezas de las personas en medio de las pobreza materiales, de la falta de oportunidad y de las injusticias sociales. En este contexto, los más pobres siguen siendo mis principales Maestros.

¿Cuál es el propósito de la Fundación América Solidaria que usted creó y preside?

Queremos colaborar con la superación de la pobreza infantil en todo el continente americano, articulando la mayor cantidad de actores, es decir, las mismas comunidades afectadas, la sociedad civil organizada, las empresas y los Estados. Ha sido maravilloso cómo esto ha crecido, cómo desde Chile luego se ha encendido este “fuego solidario” en Colombia, Haití, EEUU, Perú, Uruguay y Argentina. Además, desde nuestros países ya estamos colaborando en más de 10. Nos asociamos a organizaciones ya existentes y que trabajan en los territorios de exclusión social, allí se involucran profesionales voluntarios de América Solidaria para hacer que ese trabajo rinda los frutos que todos esperan en la superación de la pobreza. Especialmente, lo realizamos en las áreas de la educación, salud y desarrollo productivo (www.americasolidaria.org). Invitamos a las empresas, negocios, iniciativas económicas que se sumen a esta red que está transformando la realidad continental.

Su conferencia en el seminario de la CNC se titula “Desarrollo Sustentable y Crecimiento Económico: Una ecuación posible”. ¿Es posible?

Claro que es posible, siempre y cuando pongamos como principal prioridad al ser humano y su bienestar. Ello requiere de reflexión ante cada acción empresarial, el analizar sus efectos en las personas y las comunidades, no puedo obtener beneficios a costa del deterioro de la humanidad.

¿Qué actitud debiera esperarse de un empresario comprometido con su entorno? ¿Cuál debiera ser ese entorno? ¿Qué ámbitos debiera cubrir?

De un empresario se espera un comportamiento humano, es decir, que sea capaz de respetar a cada persona, de tratar a los demás como él desearía ser tratado. Hacerse esa pregunta resuelve una buena cantidad de las tensiones éticas que enfrentamos en el actuar como empresarios. Y si de la persona se trata, las dimensiones que cubre son todas aquellas que la afectan, su vida personal y familiar, sus estudios y hábitat, su salud y la de la comunidad, etcétera. El ser humano es multidimensional y hacia allá hay que apuntar, porque nos desenvolvemos en los ámbitos existenciales del ser, hacer, estar y tener.

Hoy el empresariado en general está en tela de juicio ante la ciudadanía por el comportamiento de unos pocos. ¿Estima posible una recuperación de las confianzas? ¿De qué podría depender aquello?

Sin lugar a dudas tendremos “nuevas confianzas” si se demuestran con claridad las “nuevas prácticas”, las maneras de hacer negocios más coherentes e íntegras, que respeten a las personas y a su entorno. Ya estamos caminando hacia ese nuevo espacio de acción empresarial. Lo ocurrido fue necesario para movilizarlos y tomar conciencia de una transformación que insólitamente habíamos postergado: ¡El centro de nuestros negocios y emprendimientos siempre son las personas!

¿De quién es la responsabilidad definitiva del combate contra la pobreza? ¿Del Estado? ¿De los empresarios? ¿De ambos? En definitiva, ¿cree posible derrotar a la pobreza?

Al interior de nuestra sociedad las responsabilidades siempre son compartidas. En términos de la superación de la pobreza el Estado tiene un rol fundamental en la construcción de políticas públicas que amplíen las oportunidades y que sean inclusivas, con un trabajo luego eficaz y eficiente. En lo que se refiere a la empresa su vínculo con las personas (del cual ya hablamos) y la comunidad, la generación de empleo y riqueza, el pago de tributos y la innovación son, entre otros, fundamentales para arremeter esta tarea. Y por último, la sociedad civil partiendo por las mismas comunidades en pobreza. Si ellas no se movilizan y se hacen responsables de lo que les sucede, no habrá cambios duraderos y las organizaciones comprometidas en el trabajo local (fundaciones, corporaciones, organizaciones de base, etc.) desde los diversos ámbitos, están llamadas a “hacer bien el bien”, es decir, a ser “excelentes en la acción que realizan” y a no ser unos mediocres que reproduzcan la pobreza. El trabajo en conjunto de estos tres grandes actores es el único que nos puede asegurar superar definitivamente la pobreza, reestablecer las confianzas y vivir con mayor seguridad.☞

The logo for ACHS (Asociación Chilena de Seguridad) is displayed in white capital letters on a green rectangular background.

Publirreportaje:

HOSPITAL DEL TRABAJADOR INICIA RENOVACIÓN TOTAL DE SUS INSTALACIONES

Un ambicioso proyecto de mejoramiento está a punto de comenzar en el recinto asistencial más importante de la Asociación Chilena de Seguridad. La iniciativa permitirá ofrecer un mejor servicio a los trabajadores afiliados y consolidará al Hospital del Trabajador como referente nacional y sudamericano en trauma, rehabilitación y quemados.

Antes de que finalice el primer semestre, el Hospital del Trabajador ACHS iniciará el proyecto arquitectónico de mayor envergadura en sus 45 años de existencia, con obras que significarán la renovación total de su infraestructura. La iniciativa contempla 57 mil metros cuadrados de edificación, con una inversión cercana a los 100 millones de dólares.

El plan de modernización busca ofrecer un mejor servicio a los trabajadores afiliados a la Asociación Chilena de Seguridad, quienes podrán acceder a un recinto de estándar internacional, en la misma ubicación actual frente al parque Bustamante. Así lo explica el director médico del Hospital del Trabajador ACHS, Octavio Reyes, quien señala que “la responsabilidad social que tenemos frente a los trabajadores y a las empresas afiliadas nos obliga a desafiarlos y a poner a su disposición la mejor infraestructura médica, acorde a los tiempos y a las necesidades de nuestros pacientes”. Agrega que a la experticia técnica de sus especialistas y subespecialistas en trauma, rehabilitación y quemados, se sumarán instalaciones y equipamiento clínico que consolidarán al establecimiento como líder a nivel latinoamericano en su área.

Entre las principales novedades que tendrá el nuevo edificio se cuentan espacios más amplios, cómodos y seguros, con flujos de circulación ordenados y diferenciados; importantes mejoras en servicios como Urgencia, Hospitalización, Centro de Atención Ambulatoria y Pabellones; un Centro de Rehabilitación con un modelo de atención de vanguardia; sólo habitaciones individuales y dobles con baño incorporado; más estacionamientos y el aprovechamiento del Parque Bustamante como espacio de rehabilitación. “Todo ello permitirá fortalecer la experiencia de servicio de nuestros pacientes y adaptarnos a los requerimientos futuros, con una proyección para los próximos 20 años”, enfatiza el Dr. Reyes.



DISCAPACIDAD Y MEDIOAMBIENTE

Ya que el Hospital del Trabajador ACHS es un centro especializado en trauma, uno de los aspectos prioritarios en el plan de modernización es la atención de personas con discapacidad. En este aspecto, el proyecto considera accesos de alto estándar desde la calle, locomoción colectiva y metro; espacios nivelados y con rampas de inclinación máxima del 5%; aumento en la superficie de habitaciones y baños; sistemas de orientación para personas con discapacidad visual; mejoras en la señalética y mayor amplitud de los ascensores, entre otras medidas.

Por otra parte, se incorporarán las más modernas tecnologías para el cuidado del medioambiente, tales como sistemas de aprovechamiento de la luz solar, protección de radiaciones, recuperadores de energía en los sistemas de climatización, iluminación eficiente y áreas verdes interiores.

Mientras duren los trabajos, el Hospital continuará funcionando. Para ello, se ha diseñado un completo plan de mitigación, orientado a que el proceso de atención no se vea alterado y los pacientes sigan recibiendo las prestaciones de salud habituales en todos los servicios, desde el ingreso a la urgencia hasta la rehabilitación y reinserción laboral. Los cambios y traslados momentáneos que se produzcan serán oportuna y claramente informados por distintos medios, tanto a las empresas afiliadas a la ACHS como a los trabajadores y a los pacientes que se estén atendiendo.



Cámara Nacional de Comercio,
Servicios y Turismo de Chile



www.cnc.cl

[@ cnc@cnc.cl](mailto:cnc@cnc.cl)

[CamaraNacional](https://twitter.com/CamaraNacional)

