



Escuela de Innovación CNC:

INNOVAR SE APRENDE



Entrevista:
Evelyn Matthei,
Recuperación de
espacios públicos



Turismo:
De viaje por
Calbuco y
sus islas



Reportaje:
Refugiados en Chile:
oportunidad para crear
valor compartido en
la economía local y la
sociedad



HAZTE CLIENTE 100% EN LÍNEA

**INCORPÓRATE A TRANSBANK
Y COMIENZA A VENDER DESDE 48 HORAS.***



CARGA DE DOCUMENTOS



RESERVA DE HORA



SUGERENCIA DE EQUIPO



FIRMA DIGITAL

**EL COMIENZO DE UN GRAN CAMBIO TECNOLÓGICO Y DIGITAL
PARA QUE MEJORES TU NEGOCIO SIN SALIR DE TU NEGOCIO.**

TRANSBANK.CL

transbank^{SA}
APOYANDO NEGOCIOS

48 horas hábiles, según sistema de agendamiento para instalaciones.



COMERCIO ILÍCITO: TRABA AL DESARROLLO PAÍS

El comercio ambulante está creciendo de manera exponencial en el país. Según cifras publicadas por la Subsecretaría de Prevención del Delito, los casos policiales por comercio ambulante o clandestino llegaron a 52.671 en todo Chile, con un alza de 45% respecto del 2016. En la Región Metropolitana se contabilizaron 35.597 casos, un 53% más que el año anterior.

El INE comenzó a medir este año la tasa de ocupación informal en nuestro país, la cual alcanzó un 30%. Esto da cuenta de una cifra preocupante: existen 2.520.550 trabajadores informales y la mitad de ellos ejerce su trabajo en la vía calle o vía pública.

El comercio ambulante ilegal es una amenaza al orden público y una competencia desleal hacia los negocios formales. Junto con esto, hay que considerar la pérdida fiscal asociada, dado los enormes montos que se transan sin ningún tipo de pago de impuestos y los riesgos para el consumidor que adquiere productos de dudosa procedencia, en muchos casos, perjudiciales para la salud y además sin ningún tipo de garantías.

El problema es tan grave, transversal y profundo que ya no es sólo acerca de la falsificación de productos o el gran aumento de vendedores ambulantes ilegales que día a día invaden las principales ciudades del país como el último eslabón de esta cadena delictiva. Debemos tomar conciencia que este delito se nutre de las redes delictuales que están detrás de esos productos y que operan con una lógica de "mercado" que va desde su financiamiento en la cadena productiva, hasta la fabricación, transporte y distribución en el punto de venta final.

De ahí la importancia de lo que establece la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) que afirma que "el comercio de mercancías falsificadas puede ocasionar un aumento de los niveles de corrupción y un incremento de los presupuestos dedicados a seguridad ciudadana, puede poner en peligro la seguridad y la salud públicas, plantear problemas sociales y medioambientales y vulnerar el derecho penal o administrativo como en los casos de evasión fiscal y aduanera o de fraude".

Pese a los altos riesgos y pérdidas que trae aparejado el comercio ilegal, este no está siendo un tema prioritario para las autoridades, como tampoco es una preocupación para la ciudadanía la que, pese a saber que se trata de una acción ilegal, sigue consumiendo en este canal informal.

En el Observatorio del Comercio Ilícito de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), estamos precisamente trabajando sobre esta problemática y queremos seguir sumando esfuerzos, con una mayor coordinación en las acciones público-privadas para combatir este fenómeno. Buscamos concientizar a las autoridades al respecto, y educar a la ciudadanía sobre la importancia del respeto a la propiedad intelectual. Bajar la guardia ante este fenómeno creciente, nos vulnera como sociedad y obstaculiza avanzar hacia el país desarrollado que todos queremos. «

CONTENIDOS

05 Columnas de Opinión
Desafíos del nuevo Gobierno
Por Manuel Melero A.

06 CNC Noticias



Entrevista

Alcaldesa Matthei
por comercio ilícito en Providencia:
"Se desconoce que hay mafias que venden o arriendan los espacios públicos lo que finaliza en riñas y agresiones"

12



Perfiles

Paz Tapia,
nueva Presidenta Cámara de Comercio de San Antonio:
"Los liderazgos no debieran tener género"

14

17 Columnas Regional
Antofagasta importa para Chile
Por Nicolás Rodríguez Past President
Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Antofagasta A.G.



Tendencias:

Escuela de Innovación CNC:
Innovar se aprende

18

22 Estudios
Indicador de Venta del Comercio Canal Internet a través de Tarjetas, Crédito y Débito en Chile II Semestre 2017

32 Turismo
De viaje por Calbuco y sus islas



Reportaje

REFUGIADOS EN CHILE:
oportunidad para crear valor compartido en la economía local y la sociedad

36

Enl@ces
REVISTA DIGITAL DEL COMERCIO

CNC
La Cámara de Chile

160 AÑOS

colofón

▪ Comité editorial:
Área Gremial,
Comunicaciones y
Estudios CNC
▪ Edición general:
Alejandra Vásquez

▪ Diseño y producción:
Byacom
▪ Diseñador:
Juan Díaz F.





ASAMBLEA ANUAL SOCIOS TEMUCO

10 AL 12 DE MAYO DEL 2018

AUSPICIADORES



SOCIO COLABORADOR



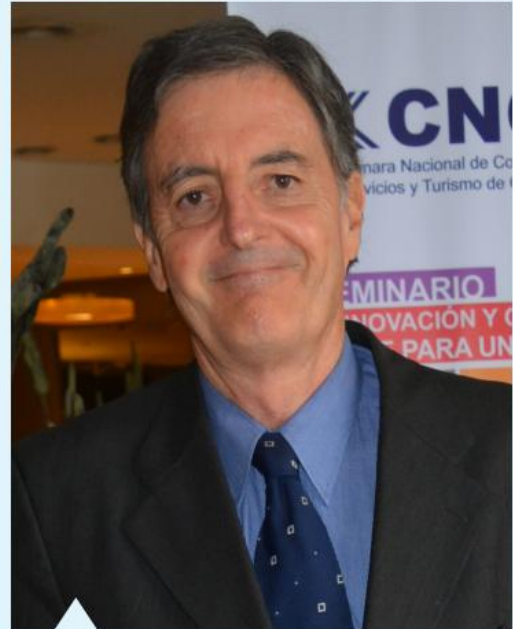
DESAFÍOS DEL NUEVO GOBIERNO

Retomar el crecimiento es sólo uno de los grandes desafíos que enfrenta el nuevo Gobierno. Como CNC vemos con gran preocupación la creciente informalidad de nuestra economía, que se traduce en diversas expresiones, siendo las más grave para nuestro sector el comercio ilícito. Para combatir este flagelo, necesitamos que nuestras autoridades se coordinen en la fiscalización y formalización de los delinquentes que conforman estas mafias. A través de nuestro Observatorio del Comercio Ilícito apuntamos al trabajo conjunto entre instituciones públicas y privadas que permita visibilizar el problema y entregar herramientas para el diseño de políticas públicas efectivas que lo combatan.

Otro gran desafío que tiene el Gobierno es avanzar en materia de seguridad. Según nuestra última encuesta de victimización, la mitad de nuestros comerciantes ha sido víctima de un delito o falta en el último año. La delincuencia coarta nuestro trabajo y la seguridad de nuestros clientes, tanto nacionales como extranjeros, en su experiencia de consumo o turismo.

Otro punto importante es el apoyo decidido a nuestras pymes. El 96% de los representados de la CNC son pymes que, a su vez, son las mayores empleadoras del país. Es urgente implementar el pronto pago a las pymes, tanto por parte del Estado como de los privados. También, contar con un Estatuto Pyme 2.0 que recoja la realidad actual de nuestros emprendimientos. Además es vital hacer correcciones en materia tributaria, principalmente el artículo 14 ter y revisar otras regulaciones que terminan asfixiando a la pequeña empresa.

Otra de nuestras preocupaciones como gremio y que también hemos hecho saber a la autoridad, es la adaptación al nuevo mundo del trabajo, impulsado por las nuevas tecnologías, los cambios demográficos y el fenómeno migratorio, entre otras materias. Es primordial generar mayores incentivos y facilidades para la contratación de adultos mayores, mujeres y jóvenes; actualizar nuestra política migratoria; avanzar en materia de flexibilidad laboral y corregir vacíos y complejidades de la reforma laboral, entre los que se encuentran la calificación de servicios mínimos y el rol de los grupos negociadores.



Manuel Melero Abaroa
Presidente CNC.

Como CNC estamos convencidos que una mayor regionalización permitirá que los beneficios de la globalización alcancen a todos los chilenos. Es primordial avanzar en una mayor descentralización de la actividad privada, para lo cual hemos creado los "Polos Regionales", instancias de trabajo público-privado que desarrollen un diálogo entre comunidades, autoridades y actores productivos generando sinergias necesarias para potenciar las regiones. Con este mismo objetivo es necesario establecer incentivos para las empresas que se radiquen en regiones, potenciar el turismo y caminar hacia un sistema en que las patentes comerciales beneficien directamente a las localidades donde se generan las actividades económicas.

Confiamos en nuestras nuevas autoridades y en cómo el esfuerzo público-privado va dando frutos. Como CNC seguiremos trabajando en esta ruta y apoyando todas las iniciativas que apoyen el desarrollo del comercio, los servicios y el turismo: los mayores empleadores del país.◀

MÁS DE 6 MILLONES DE PRODUCTOS FALSIFICADOS FUERON INCAUTADOS EN 2017

El último informe realizado por el Observatorio del Comercio Ilícito, sobre la base de datos del Servicio Nacional de Aduanas, reveló que entre enero y noviembre de 2017 fueron incautados 6.156.116 productos que vulneran la propiedad intelectual e industrial, sin contar cigarrillos.

Durante el período señalado, el aumento es de un 44,68%, más que en igual período de 2016. Esta cifra equivale a un valor comercial de US\$ 45.178.451, valor de importación de estas mercancías si hubieran sido originales y representa una pérdida fiscal, considerando IVA e impuesto a la importación, de US\$ 12 millones, sin incluir cigarrillos. Juguetes y artículos infantiles fueron los más confiscados por Aduanas, seguidos por Vestuario.

En cuanto al contrabando de cigarrillos, entre enero y noviembre 2017, fueron decomisadas 10.495.842 cajetillas, lo que representa un alza de 53,92% respecto de igual período de 2016, lo que implica una evasión de US\$43.739.403.

El presidente del Observatorio del Comercio Ilícito, Ricardo Mewes, señaló que "la piratería y el contrabando son proble-



mas país de los cuales debemos hacernos cargo, no sólo porque representan un impacto directo para el comercio formal sino porque esos ilícitos representan un enorme riesgo para los consumidores".

MANUEL MELERO DIO INICIO EN TEMUCO A PREPARATIVOS PARA LA ASAMBLEA ANUAL DE SOCIOS 2018

El Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo CNC, Manuel Melero, visitó Temuco, en la Región de la Araucanía, para dar inicio a los preparativos de la Asamblea Anual de Socios CNC que, entre el 10 y 12 mayo, se realizará en esa ciudad.

En el marco de la Asamblea, se realizará un Seminario Inaugural, el que convocará a la comunidad, autoridades locales y representantes del mundo académico y de la sociedad civil, en relación a los desafíos de una ciudad inteligente: Do Smart City.

Para difundir e invitar a participar de este Seminario, los dirigentes nacional y local, se reunieron con representantes de algunos municipios de la región como Temuco, Pucón, Traiguén y Toltén. También lo hicieron con rectores de distintas universidades e institutos de la zona, además de visitar a la Intendente, Nora Barrientos.

Gustavo Valenzuela, Presidente de la Cámara de Comercio de Temuco, manifestó que están muy entusiasmados con



► Gustavo Valenzuela, Presidente de la Cámara de Comercio de Temuco; Nora Barrientos, Intendente de la Región de la Araucanía y Manuel Melero, Presidente CNC.

la realización de la Asamblea y en cómo podrían comenzar a realizar los cambios que lleven a la capital regional a convertirse en una ciudad inteligente.



MANUEL MELERO DESTACÓ PRODUCTIVA REUNIÓN DE TRABAJO CON EL PRESIDENTE ELECTO SEBASTIÁN PIÑERA

Una larga lista de temas -algunos de carácter sectorial y otros transversales- analizaron los presidentes de las ramas de la CPC junto al presidente electo, Sebastián Piñera.

Entre las materias tratadas se encuentran la necesidad de volver a crecer, la agilización de inversiones, la modernización del Estado, productividad, seguridad ciudadana, confianza y proyectos sociales público-privados.

A la salida de la reunión, el presidente Sebastián Piñera sostuvo que un importante desafío que tiene Chile es "recuperar la capacidad de crecer, de crear empleo, de mejorar la productividad, con un objetivo simple y muy poderoso: mejorar la calidad de vida de las personas". Dijo también que su gobierno impulsará con mucha fuerza la colaboración público privada, "porque los problemas son de todos los chilenos y todos tenemos que aportar a su solución".

El presidente CNC, Manuel Melero, recalcó que la reunión fue muy productiva. "Fue una reunión de trabajo, muy interactiva, con mucho espacio para opinar, hacer propuestas, oír también los planteamientos del presidente Sebastián Piñera y darle a conocer también nuestras inquietudes, él fue muy receptivo a este propósito de la CNC y nos sentimos muy gratificados y muy contentos de esta amplia reunión de trabajo".

"No todos los días se tiene la oportunidad de poder trabajar realmente, hacer trabajo sin desviarse ni un minuto de todos estos temas que planteamos como sector privado en general y nosotros como sector del comercio, los servicios y el turismo en particular. El presidente Piñera puso especial atención en temáticas como el comercio ilícito, la seguridad del comercio, las competencias laborales de los trabajadores para enfrentar el siglo XXI, el fomento de las pymes y la inmigración".



MI PYME CUMPLE: MÁS DE 60 EMPRESAS RECIBIERON ASESORÍA JURÍDICA Y PROGRAMA TUVO ALCANCE REGIONAL

Más de 60 pymes han recibido asesoría jurídica desde que se creó el programa Mi Pyme Cumple. Así lo reveló la cuenta pública del centro que reúne el trabajo de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), conjunto de la Organización Internacional del Trabajo OIT para el Cono Sur de América Latina y la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Esta iniciativa busca contribuir a la formalización de la economía informal, especialmente en las pymes; colaborar en el fortalecimiento de las organizaciones de empleadores, y transmitir la importancia de tener buenas prácticas en el ámbito jurídico-laboral.

El Presidente CNC, Manuel Melero, explicó que el gremio

está muy orgulloso de los resultados obtenidos por este programa "que se quiere extender la iniciativa al derecho tributario y de los consumidores durante el 2018".

Sebastián Hurtado, fiscal CNC y quien lidera el proyecto desde la federación gremial, señaló que gracias a las alianzas existentes y las que se espera que se concreten con el sector público, "podrían llegar a mil el número de empresas que recibirían capacitaciones y 150 las que tendrían asesoría".

Durante el 2017 asistieron 300 personas a los talleres impartidos; se incluyeron seis regiones, incluyendo la RM. El 2016, 13 pymes recibieron asesoría jurídica; el 2017 fueron 45.🔊

COMPRAS DE EXTRANJEROS CON TARJETA (CRÉDITO Y DÉBITO) CRECIERON SÓLO 2,1% EL ÚLTIMO TRIMESTRE 2017, EL MÁS BAJO DEL AÑO

Las compras con tarjetas bancarias extranjeras en Chile (débito y crédito) aumentaron un 2,1% real durante el cuarto trimestre de 2017 con respecto a igual período del año anterior, según informe del Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), que se basa en cifras de Transbank.

El resultado está por debajo del alza de 10,3% alcanzada el tercer cuarto del año 2017, marcando el último trimestre el crecimiento más bajo del año, cuando los aumentos fueron de menos a más. De esta forma, las compras de extranjeros con tarjeta cerraron el 2017 con un alza real de 12,2%, también por debajo del aumento de 19,7% registrado en 2016.

Este menor crecimiento se explica en gran medida por la desaceleración en la llegada de argentinos al país y en el menor crecimiento de sus gastos, que fueron el motor de las compras con tarjeta extranjera en los últimos dos años. Entre enero y noviembre de 2017 el ingreso de argentinos aumentó 17% versus el crecimiento de 49% el 2016 y 47% el 2015.



En cuanto al gasto con tarjeta (crédito y débito) de los trasandinos en nuestro país, las cuales representan un 38,7% de las compras de extranjeros con este medio de pago, el 2017 fueron de más a menos, terminando el cuarto trimestre con una caída anual de 7,8%, influido en parte por una alta base de comparación para cerrar el año con una alza de 21%, muy por debajo del aumento de 104% ocurrido el 2016.🔍

CNC FIRMA CONVENIO PARA PROMOVER Y FACILITAR CONTRATACIÓN DE MIGRANTES

El Servicio Jesuita a Migrantes (SJM), la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), la Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR) y la Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA), firmaron un convenio para promover la inclusión de las personas migrantes en Chile y generar espacios laborales interculturales.

Actualmente hay cerca de 600 mil personas migrantes en Chile, lo que representa al 3,4% de la población nacional. Aunque la cifra está bajo el promedio de los países OCDE, esta ha crecido fuertemente en los últimos años.

La agenda de trabajo de esta nueva red intercultural de empresas tendrá como focos principales:

- Promover la regularización de la migración
- Facilitar la capacitación para estas personas
- Incidir para terminar con las prohibiciones de ejercer ciertos oficios relativos a seguridad
- Aumentar el tope existente de un 15% de personas migrantes contratadas en una empresa.



“Hemos podido constatar cómo los inmigrantes son un real aporte a la productividad de nuestro país y también para mejorar la calidad de la atención de público. Ya sea en un mostrador, un call center, en hoteles o restaurantes, brindan particularmente hospitalidad y un buen servicio, y de eso nuestro país tiene aún mucho que aprender”, sostuvo Manuel Melero, Presidente de la CNC.🔍

VENTAS DE COMIDA DE SERVICIO RÁPIDO CRECIERON 3,4% EL CUARTO TRIMESTRE DE 2017

Las ventas reales de comida de servicio rápido a nivel nacional registraron un crecimiento anual de 3,4% durante el cuarto trimestre de 2017, considerando el total de locales, según el indicador que elabora el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC).

Este resultado está por debajo del alza de 7,5% del tercer cuarto del año. Así, el segundo semestre del año pasado cerró con un alza de 5,3%, en línea con el crecimiento de los dos semestres anteriores. Durante el 2017 el indicador cerró con un alza de 5,5% real superando el crecimiento de los tres años anteriores.

Las ventas reales medidas en términos de locales equivalentes (concepto de Same Sale Store), se debilitaron en el último trimestre de 2017, cayendo en el margen un 0,6% real anual, tras el alza de 2,2% del trimestre anterior, y acumulando, en la segunda mitad del año, un alza marginal de 0,8% real.

"El crecimiento del último cuarto del año responde tanto a un aumento del consumo promedio, como también a un incremento en el número de transacciones", manifestó Bernardita Silva, Gerenta de Estudios de la CNC. "En



cuanto al cierre anual, el sector marcó un alza de 5,5% en ventas totales en 2017, la mayor en los últimos cuatro años, en línea con la recuperación de las confianzas de los consumidores vista durante el 2017. Sin embargo, dada la mayor cantidad de locales, las ventas medidas en locales equivalentes tuvieron prácticamente un nulo crecimiento, y en el caso de la RM se registró la mayor baja desde el inicio del Índice en 2004", agregó.

COMERCIO Y TURISMO CONTINUÁN LIDERANDO COMO EMPLEADORES DE EXTRANJEROS EN EL PAÍS: CASI 59 MIL PERSONAS

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en el período septiembre-noviembre de 2017, había 8.3721.908 personas ocupadas, de las cuales 184.399 declararon no ser chilenas, representando el 2,2% de la ocupación nacional.

Los principales sectores donde trabajan los extranjeros son Comercio, con un 23% de participación; le sigue Actividades de los hogares como empleadores con un 14%; y Manufactura con un 11%. En cuarto y quinto lugar se ubican Alojamiento y Servicio de comidas y el sector Construcción, con un 9% y un 7%, respectivamente.

En conjunto los sectores comercio y turismo (actividades de alojamiento y servicios de comida), concentran un 32% de los ocupados extranjeros en Chile, porcentaje que representa a 58.916 personas.

Se evidencia que uno de cada cuatro trabajadores extranjeros del sector Comercio y Turismo (26%) son peruanos; 21% colombianos y 10% bolivianos. Le siguen argentinos y haitianos con 8% cada uno. Destaca también que un 52%



son mujeres y un 48% hombres, porcentajes en línea con la participación de las ocupadas chilenas en estos sectores. Para un 48% de los extranjeros que trabajan en estos sectores, su nivel de educación más alto alcanzado es la educación media común; un 18% declara ser universitario y un 14% sólo cursó la educación básica o primaria.



CNC INFORMA CALENDARIO OFICIAL DE FECHAS ESPECIALES 2018

Como ya es tradicional, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), informa a sus asociados y al comercio en general sobre el calendario 2018 de "Fechas Especiales", con el fin de contribuir a una mejor coordinación y planificación de las actividades vinculadas al sector.

DÍA ESPECIAL	FECHAS EN 2018
Año Nuevo	Lunes 1 de enero
Día de los Enamorados	Miércoles 14 de febrero
Pascua de Resurrección	Domingo 1 de abril
Día de la Madre	Domingo 13 de mayo
Día del Padre	Domingo 17 de junio
Día del Niño	Domingo 5 de agosto
Fiestas Patrias	Martes 18 y Miércoles 19 de septiembre
Día Mundial del Turismo	Jueves 27 de septiembre
Día de la Amistad	Viernes 5 de octubre
Día de los Abuelos	Domingo 7 de octubre
Día del Profesor	Martes 16 de octubre
Halloween	Miércoles 31 de octubre
Día de la Secretaria	Lunes 3 de diciembre
Navidad	Martes 25 de diciembre

CUMPLIMIENTO DE LEGISLACIÓN LABORAL Y PREVISIONAL AL CONTRATAR A MIGRANTES FUE FOCO PRINCIPAL DE SEMINARIO EN PUERTO MONTT

La Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Puerto Montt, en conjunto con el Instituto de Previsión Social (IPS), y la Gobernación Provincial de Llanquihue desarrolló un seminario denominado "Migración y Seguridad Social", en el que se abarcaron distintas temáticas relacionadas con la llegada a la zona de ciudadanos desde el exterior, en busca de oportunidades laborales.

El seminario se realizó ante la preocupación de la cámara local socia por extender información relevante a sus asociados y, en general, a todos los empresarios y comerciantes, que les permitan decidir incorporar a migrantes como eventuales colaboradores de sus negocios, de acuerdo con lo que indica la legislación, en materia contractual, tributaria, y previsional; y así prepararse para la nueva realidad laboral del país, marcada por la masiva llegada de ciudadanos de distintos países de América, que ven en Chile una oportunidad para mejorar sus condiciones de vida.

"Nuestra Cámara tomó la iniciativa de acercarse a las instituciones de Gobierno y plantear el tema de los migrantes.



Se generaron los contactos con las distintas instituciones y luego se decidió la realización de este seminario, para poder informar a nuestros socios, y a toda la comunidad respecto de la situación legal y laboral de la contratación de estas personas, que llegan a la zona en busca de trabajo", explicó el Vicepresidente del Gremio, Eduardo Salazar.

A portrait of a woman with short blonde hair, smiling, wearing a red and white floral dress. The background is a blurred green foliage.

Alcaldesa Matthei por comercio ilícito en Providencia:

“Se desconoce que hay mafias que venden o arriendan los espacios públicos lo que finaliza en riñas y agresiones”

- *El descontento y la falta de seguridad reclamada por vecinos y transeúntes de la comuna de Providencia llevó al Municipio a organizar un plan de recuperación de espacios públicos. Especialmente en calles como Luis Thayer Ojeda donde el comercio ambulante no permitía a los peatones desplazarse libremente y más aún, propiciaba el actuar de delincuentes.*
- *En la siguiente entrevista la alcaldesa de Providencia, Evelyn Matthei, revela a Revista Enlaces el trabajo realizado hasta ahora para recuperar los espacios públicos y los próximos pasos para combatir este flagelo.*



¿Cuál fue el hecho puntual que llevó al municipio a tener que hacer un plan de recuperación de espacios públicos?

Se dio debido a los problemas delictuales y reclamos insistentes de vecinos y transeúntes en el sector de Luis Thayer Ojeda por comercio informal. Ahí se logró detectar que en el lugar se encuentran a lo menos dos bandas organizadas y lideradas por personas que mantienen un amplio prontuario policial, incluyendo antecedentes como homicidio y personas con órdenes de detención vigentes.

En relación al operativo efectuado a principios de marzo, ¿cuáles fueron los entes públicos y privados que participaron?

El operativo fue liderado por el Departamento de Fiscalización, en conjunto con Carabineros y Seguridad Providencia.

¿Cuál es la percepción de los vecinos frente al comercio ambulante?

Hay un descontento. Muchas veces se dificulta el tránsito entre las personas. Lo estrecho del caminar provoca asaltos, no tienen a quien reclamar cuando lo que compran está malo y se sienten estafados.

También hay quienes los defienden y aunque es cierto que muchos buscan una forma de subsistir, lo que varios desconocen es que hay otros tantos que actúan como mecheros del comercio formal. O que hay mafias que "venden/arriendan" los espacios públicos, lo que finaliza en riñas entre co-

merciantes disputándose estos espacios, especialmente con los extranjeros quienes son agredidos en grupos y con armas blancas.

¿Tienen un plan para mantener desocupados y libre circulación los espacios públicos de la comuna?

Estamos trabajando con el Departamento de Obras. Hemos sostenido conversaciones con profesionales de la Universidad Católica para ver puntos en los cuales debamos establecer mejoras de urbanismo táctico.

Creemos que efectivamente la fiscalización ayuda, pero hay que atacar también el tema desde todas sus aristas y en ello los espacios públicos tienen vital importancia.

Así como en otras comunas que afectan el flujo de la demanda mediante multas a los consumidores, ¿ustedes implementarían esta medida?

Eso debe ser revisado por el Concejo Municipal. No hay una decisión aún al respecto.

¿Existe algún plan intercomunal para combatir este flagelo?

En materia de Seguridad nosotros estamos trabajando en una asociación con las municipalidades de Estación Central y Santiago, donde el comercio ambulante es una de las temáticas que nos afecta a las tres comunas. ☞



Paz Tapia,

nueva Presidenta Cámara de
Comercio de San Antonio :
“Los liderazgos no debieran
tener género”

Asumió a fines de noviembre a la cabeza de la Cámara de Comercio, Industria, Servicio y Turismo de San Antonio. ¿Cómo es esta dirigente gremial? ¿Cuál es el sello que quiere impregnar en su gestión? ¿Cómo ha sido su experiencia liderando esta Cámara? En el siguiente perfil que le realizó Revista Enlaces, dice que los liderazgos no debieran tener género y que, a su juicio, un buen líder debe escuchar a sus colaboradores y reconocerles cuando realizan un buen trabajo.

Cuéntanos de ti, ¿cómo te describirías en términos sencillos?

Me describo como una persona dedicada a su trabajo, organizada y proactiva.

¿Cómo llegaste a la Cámara de San Antonio?

Llegué reemplazando a mi padre, quien era uno de los directores del Gremio, pero por tiempo no podía dedicarse a participar en la Cámara. Fue entonces cuando solicité reemplazarlo en todas las actividades relacionadas. Participo desde principios del 2016.

¿Cómo ha sido hasta ahora tu experiencia gremial?

Ha sido una buena experiencia, me ha permitido interiorizarme con los temas de interés de la provincia, además he tenido la oportunidad de asistir al Curso de Formación y Liderazgo Gremial 2017 dictado por la CNC.

¿Cómo recibiste este nombramiento?

No me lo esperaba, pero creo puedo desempeñarme bien en esta nueva tarea.

¿Cuáles son tus desafíos en el cargo?

Que la Cámara de Comercio de San Antonio tenga mayor reconocimiento y relevancia, no sólo en la comuna de San Antonio, sino que también a nivel provincial.

¿Qué características debe tener una mujer líder? ¿Cuáles reconoces en ti?

Creo que los liderazgos no debieran tener género. Las características de un buen líder, a mi parecer, son la capacidad de escuchar a tus colaboradores y reconocerles cuando realizan un buen trabajo.

¿Qué rol juega la CC de San Antonio?

La Cámara de Comercio de San Antonio tiene el rol de agrupar a las empresas de la provincia para estar al tanto de las inquietudes de los rubros Industria, Comercio y Turismo.

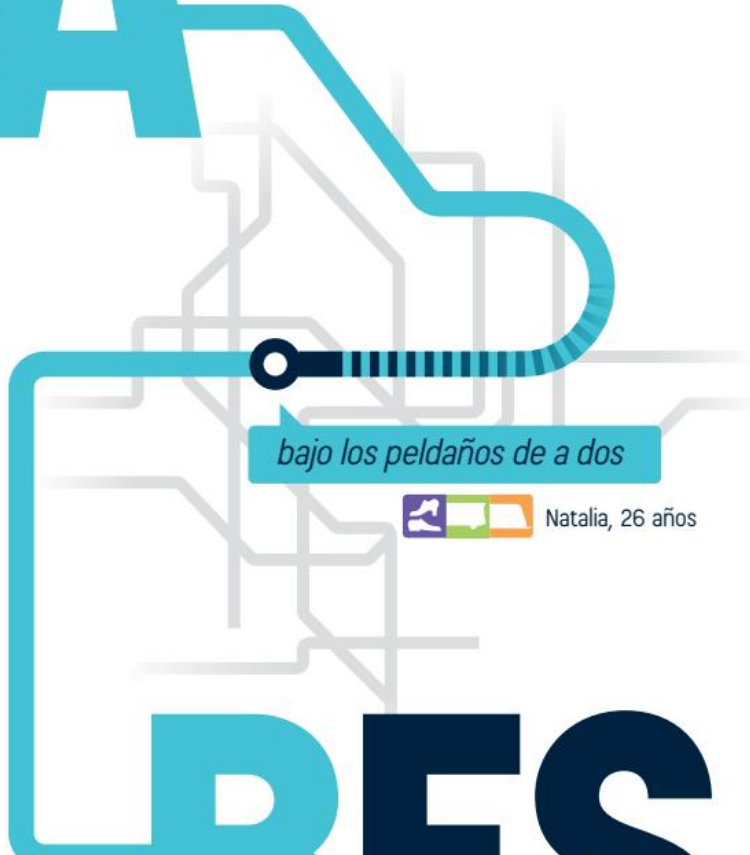
¿Qué esperan ustedes de la CNC?

Esperamos seguir funcionando de manera cooperativa, hemos tenido el apoyo de la CNC en los dos seminarios que se realizaron durante el 2017.

¿Qué potencialidades le ves a San Antonio?

San Antonio es una ciudad con mucho potencial. A nivel portuario San Antonio está ubicado en el puesto N°10 en el ranking de puertos de la CEPAL y la llegada de cruceros ofrece la oportunidad de fomentar la actividad turística y generación de empleos en ese rubro.☞

¿SABES llegar?



bajo los peldaños de a dos

Natalia, 26 años

**De la casa a la pega,
de la pega a la casa...**

ACHS

dibuja y comparte tu viaje en saberllegar.cl

ANTOFAGASTA IMPORTA PARA CHILE

Durante la presente década y el período denominado ciclo de súper precio del cobre, la Región de Antofagasta demostró la importancia que reviste en términos económicos para el país, aportando casi el 10% del PIB nacional. Sin embargo, la caída del precio del mineral dejó en evidencia la fragilidad de nuestro entramado productivo: pasamos de ser una de las regiones con la menor tasa de desocupación nacional a encabezar este indicador en los últimos dos años.

Chile no se ha preocupado de, con los recursos que produce esta región, incentivar el desarrollo de industrias alternativas que puedan reemplazar la riqueza que hoy genera la extracción minera. No es por falta de alternativas, porque la Región de Antofagasta las ha propuesto y ha avanzado en ellas en la medida que el propio sector privado las ha impulsado. El desarrollo energético, principalmente de energías limpias; el desarrollo portuario, la desalación de agua de mar, no se ha producido por una preocupación proactiva del sector público, sino por la enorme demanda de la propia minería que ha provocado el surgimiento de la oferta en esos campos. No obstante, aún hay mucho donde avanzar.

Hoy nos enfrentamos a un nuevo ciclo de buenos precios, acompañado de mejores perspectivas económicas internacionales y nacionales. Por lo tanto, no podemos perder la oportunidad que se nos presenta.

La propuesta del potenciamiento de un polo industrial de apoyo al desarrollo minero avanza, pero más lento de lo que podría ser si tuviera un real apoyo público. El potenciar el tránsito de mercaderías de nuestros países limítrofes por el afianzamiento de un corredor que permita la salida de mercaderías del sur de Brasil, Paraguay, norte argentino y sur de Bolivia por puertos del norte, con destino al Asia, serán una realidad porque el mercado obligará a ello. Ahora, cuán rápido eso se concrete, dependerá de las gestiones que realicen las autoridades.



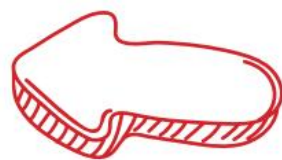
Nicolás Rodríguez

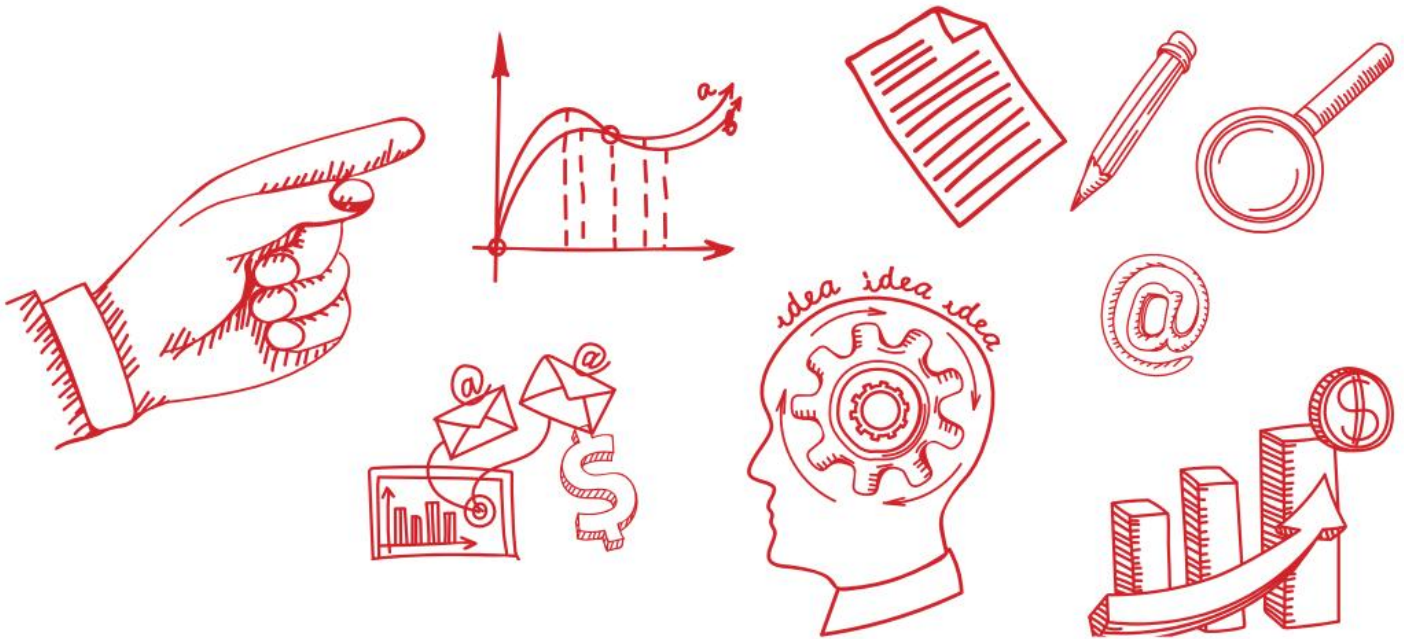
Past President
Cámara de Comercio, Servicios y
Turismo de Antofagasta A.G

El destino de Antofagasta no impacta sólo en nuestros habitantes. Una importante muestra de ello la vimos el año pasado con la huelga de una compañía minera. Se estima que esa paralización afectó en al menos dos décimas del crecimiento anual del PIB nacional. Sabemos que la minería, aún en ciclos de bajos precios, sigue siendo de vital importancia en el crecimiento del país y de los recursos del Estado.

El conflicto que nos plantea Bolivia no hace sino incorporar variables geopolíticas al análisis de por qué el país debe preocuparse de generar polos de desarrollo productivo de importancia en el norte de Chile.

Llamamos a nuestro gremio a reconocer la importancia que tiene para Chile que parte de los recursos que la minería produce sean invertidos en otras formas de generación de riqueza en nuestros mismos territorios, confirmando con ellos que la riqueza de Chile es la riqueza también de sus regiones.◀





Escuela de Innovación CNC:

INNOVAR SE APRENDE



En el Consejo General de Socios de marzo, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo llevó a cabo la presentación de la primera **Escuela On Line CNC**, en conjunto con el Programa TURINGO del Círculo de Innovación. Este proyecto consistirá en impartir durante el 2018 un curso piloto de innovación para las empresas asociadas a los gremios socios de nuestra Federación Gremial.

Se trata de "La Disciplina de la Innovación: Todos Podemos Ser Protagonistas", que será impartido por el Fundador del Círculo de Innovación, Iván Vera, quien ha colaborado con decenas de empresas en Chile y el extranjero en sistematizar e intensificar la innovación corporativa para lograr negocios con mayores tasas de crecimiento y de rentabilidad.

La idea es realizar durante este año un proceso de educación On Line en innovación para nuestros asociados. Esperamos contar con cerca de 10 empresas por cada uno de los gremios interesados en participar. Cada empresa debiera considerar entre 8 y 12 colaboradores que participen en el curso, que se realizará entre junio y julio del presente año.

Para finalizar el curso, los alumnos deberán presentar proyectos de innovación a sus respectivos gerentes (un proyecto por cada dos alumnos) y la CNC apoyará a las

empresas participantes para que los proyectos aprobados por la gerencia de cada empresa sean evaluados para postular al financiamiento de CORFO o SERCOTEC para su materialización, a través de nuestra unidad Horizonte Pyme.

***“La Disciplina de la Innovación:
Todos Podemos Ser Protagonistas”***

A fines de septiembre de este año debiéramos estar en condiciones de realizar un evento con los gerentes y profesionales de las empresas participantes, más los Presidentes y Gerentes de los gremios inscritos, en el que podremos apreciar el potencial de aporte a resultados -para sus respectivas empresas- de los proyectos que esperamos apoyar para conseguir financiamiento.

Para conocer más en detalle esta iniciativa, te invitamos a conocer la entrevista que le realizamos a Iván Vera.

Continúa en la siguiente página...



“La innovación atrae talento. La innovación atrae capital. Quiero ver a Chile innovando en regiones, y la CNC es una institución que con certeza hará que esto ocurra.”

¿Cuál es el objetivo de la Escuela de Innovación con la CNC?

La innovación es una disciplina. Como tal, se aprende. Pero una disciplina, como el ajedrez o el tenis, no se aprende sólo leyendo acerca de sus metodologías, técnicas y casos de éxito. Una disciplina se aprende poniéndola en práctica. La repetición evolutiva construye habilidades radicalmente superiores.

Desde 1989 he desarrollado y puesto en práctica en decenas de grandes empresas los conceptos, metodologías y prácticas de la disciplina de la innovación. Hace 12 años creamos un indicador para medir el desempeño de una empresa en innovación. Lo llamamos i3, índice de intensidad de innovación, y lo definimos como el porcentaje del EBITDA o resultados antes de impuestos de una empresa que fueron generados por innovaciones que tienen menos de cinco años.

Los resultados son notables. Algunas compañías han alcanzado un índice de intensidad de innovación de más de 10% en menos de dos años, habiendo partido en menos de 3%. Son decenas las grandes empresas en Chile que están gestionando sus portafolios de innovación y sistematizando e intensificando su capacidad de innovar con resultados.

Hace siete años en Chile empezamos a promover la creación, financiamiento, desarrollo e internacionalización de startups, entendidos estos como emprendimientos que

crean una innovadora solución basada en tecnologías normalmente emergentes, que tienen un alto potencial de escalamiento global. Los startups innovan por definición y estamos presenciando casos extraordinariamente promisorios nacidos en Chile y ya operando en varios países simultáneamente.

En Chile hay cerca de 300 grandes empresas, 3.000 startups; 300.000 pymes y 800.000 microempresas. Considero que quienes hemos desarrollado la disciplina de la innovación ahora debemos hacerla accesible a las 300.000 pymes de todo Chile, las cuales dan empleo a más de 7 millones de personas. Si logramos que miles de fundadores y pymes aprendan a innovar, haremos de Chile un mejor país donde trabajar y vivir.

Por esto fue que hace un año empecé a construir Turingo, un nuevo emprendimiento digital cuyo propósito es educar On-Line -a través de Internet- en innovación, emprendimiento y nuevas tecnologías a ejecutivos, profesionales y trabajadores de grandes, medianas y pequeñas empresas.

Dado el interés de Manuel Melero, Presidente de la CNC, y de Carolina Arancibia, Gerente Gremial de la institución, esta organización podría ser un excelente aliado para llegar a las más de 6.000 empresas asociadas a sus cámaras regionales y asociaciones sectoriales. Profundamente creo que la Escuela de Innovación de la CNC beneficiará en el corto plazo a cientos de empresas y a quienes laboran en ellas. En el mediano plazo serán miles.

¿En qué consistirá la Escuela de Innovación?

La Escuela de Innovación CNC actuará a través de Turingo, el cual es un emprendimiento digital que está creando y ofreciendo cursos audiovisuales a través de una plataforma internet para educar en innovación, emprendimiento y nuevas tecnologías.

Durante 2018 realizaremos un primer curso denominado "La Disciplina de la Innovación: Todos Podemos Ser Protagonistas". Este curso está compuesto de 25 módulos de 7 minutos cada uno. No conviene que un módulo de educación tenga una duración mayor, pues -considerando todos los factores distractivos del entorno- uno no mantiene por más de diez minutos la atención en la pantalla.

Adicionalmente, tiene módulos de tareas de aplicación y la guía práctica para la elaboración de un proyecto de innovación a ser realizado en parejas de alumnos. A lo largo de dos meses, 4 a 12 ejecutivos, profesionales y trabajadores inscritos por cada empresa participante aprenderán a innovar -y lo harán innovando... haciéndolo- para lo cual elaborarán un proyecto a ser presentado a los gerentes de la compañía, quienes decidirán cuáles de ellos serán aprobados para su materialización.

En este proceso piloto 2018, la Escuela de Innovación CNC, espera contar con tres Cámaras Regionales de Comercio y dos asociaciones sectoriales. Y creemos que podremos contar con la participación de un total de 50 empresas y 400 alumnos. Si así ocurre, lograremos la elaboración de 200 proyectos de innovación, de los cuales esperamos que al menos 20 empresas aprueben proyectos para su materialización. Esto ya estará realizado durante septiembre próximo. En octubre presentaremos los proyectos aprobados para ser co-financiados mediante subsidios Corfo. Por lo menos lograremos 15 proyectos financiados por Corfo. En noviembre realizaremos una Cumbre de Innovación CNC para presentar la experiencia y los proyectos aprobados y financiados.

¿Qué es innovar?

Innovar es crear una nueva solución -única y radicalmente superior- para resolver un problema resignado, es decir un problema que ha tenido soluciones deficientes o sencillamente que nunca ha tenido una solución. Cuando una nueva solución resulta ser de muy alto valor percibido por clientes y usuarios emerge una demanda que crece a tasas de doble o triple dígito anualmente, por varios años consecutivos. Cuando innovas creas una nueva solución...creas la oferta, pero también estás creando la demanda. No existía demanda de smartphones antes de iPhone; no existía la demanda de e-Commerce antes de Amazon.

He visto a muchos profesionales en Chile crear nuevas soluciones para problemas que estaban resignados. He visto profesionales innovar en retail; en logística; en e-Commerce; en industria gráfica; en salud; en industria bancaria; etc. Me consta que se puede innovar en Chile en absolutamen-

Iván Vera
Fundador del
Círculo de
Innovación



te cualquier industria. Aprendemos en gerundio... aprendimos a caminar caminando, aprendiste a hablar hablando. Aprendes a innovar innovando.

¿Conoces alguna experiencia en pymes chilenas que ya estén realizando procesos de innovación?

Muchas empresas medianas y pequeñas innovan a diario. Conozco muchos casos de innovación en pymes. En Chile es notable el desarrollo de innovaciones en la industria de alimentos. Chile hoy es Top Ten mundial en 90 categorías de alimentos de exportación. En la industria gráfica hay un caso notable de dos jóvenes que realizaron la completa transformación digital de la imprenta de su padre. Hoy están comercializando e instalando este software en Chile, Brasil, Perú, Colombia, Paraguay y Francia. Chile ya sabe innovar. Lo que ahora toca es dar acceso a estas competencias - conocimientos y habilidades - a decenas de miles de pymes.

¿Por qué decidiste realizar esta alianza con la CNC para avanzar en esta iniciativa?

Me pareció que la CNC está liderada por profesionales que están altamente motivados por dar acceso a la capacidad de innovar a sus más de 6.000 empresas asociadas en las 18 cámaras regionales y ocho asociaciones sectoriales. La innovación ocurre cuando alguien se la juega por hacer que ocurra. Tengo la certeza que tal como veo a la CNC apostando por expandir la capacidad de innovar en el comercio de Chile, habrá Presidentes y Gerentes Generales de Cámaras Regionales que se animarán a liderar la innovación en las regiones. Las ciudades de Chile necesitan innovar para atraer capital y talento. Hasta ahora la gran mayoría de las ciudades de Chile han sido exportadoras de talento.☞

Indicador de Venta del Comercio Canal Internet a través de Tarjetas, Crédito y Débito en Chile

II SEMESTRE 2017

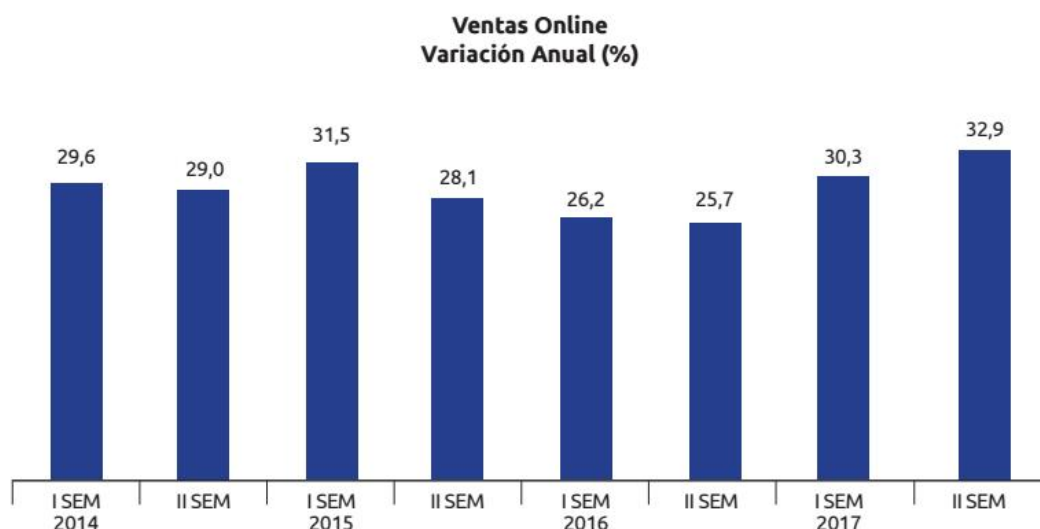
Usando datos proporcionados por Transbank, el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, elaboró por sexto período el Índice de Ventas por Internet II Semestre 2017, el cual busca analizar el comportamiento de compra en este tipo de canal, enfocando el análisis en el sector Comercio (consumo) y Turismo y Entretenimiento (T&E). Este índice se construye sobre la base de las ventas realizadas con tarjeta (crédito y débito) a través de internet y en portales nacionales.



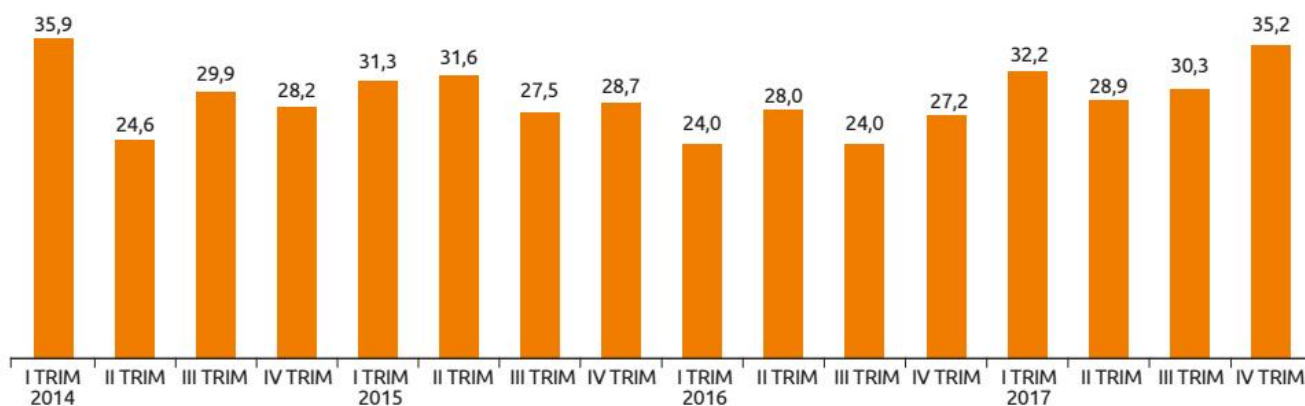
RESULTADOS SEGUNDO SEMESTRE 2017

El segundo semestre de 2017 las ventas online aumentaron un 32,9% real anual, superando el alza del primer semestre y marcando la mayor alza desde la construcción del

índice. Dentro del semestre destacó el último cuarto del año con un alza de 35,2%, mientras que el tercer trimestre se evidenció un crecimiento de 30,3%.



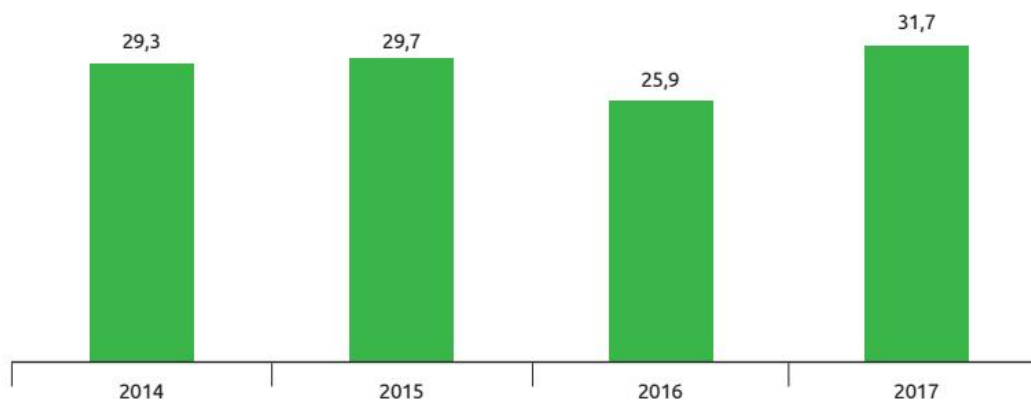
Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

**Ventas Online
Variación Anual (%)**

Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Dado estos resultados, el 2017 el índice cerró con un alza de 31,7% real, superando el alza de 2016, año en que se evidenció el menor crecimiento desde el registro del índice.

Con respecto a los tres sectores que comprenden estas compras online con tarjeta, consumo/comercio marcó el 2017 un alza anual de 43,4%, T&E un incremento de 22,4% y Servicios un crecimiento de 31,6%.

**Ventas Online
Variación Anual (%)**

Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

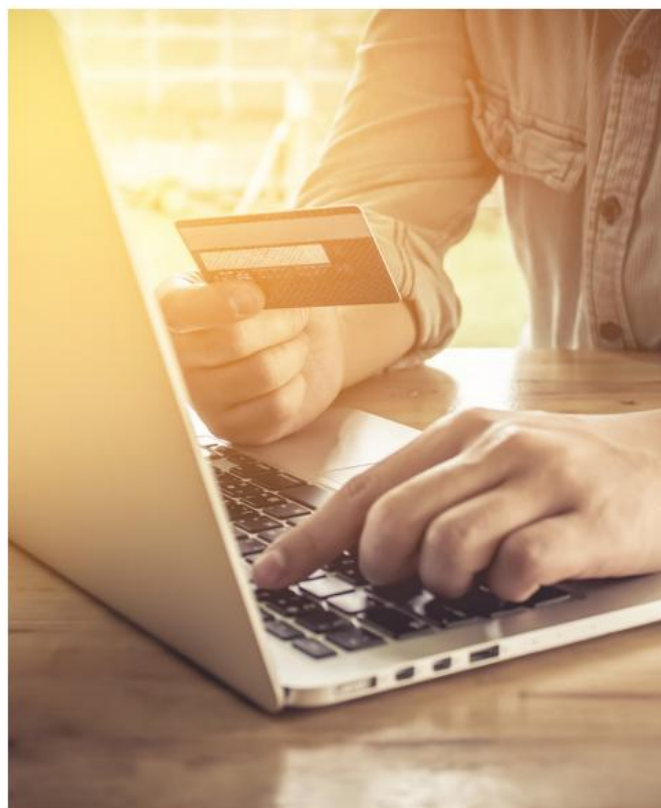
PARTICIPACIÓN DEL CANAL ONLINE

La participación de las ventas realizadas con tarjeta (crédito o débito) por internet, sobre las ventas totales realizadas con este medio de pago en los distintos sectores, alcanzó un 14,8% el segundo semestre de 2017, para cerrar el 2017 con una participación de 14,7%, 1,7 puntos porcentuales sobre la penetración marcada en 2016, y dando cuenta de una tendencia positiva desde la creación del índice.

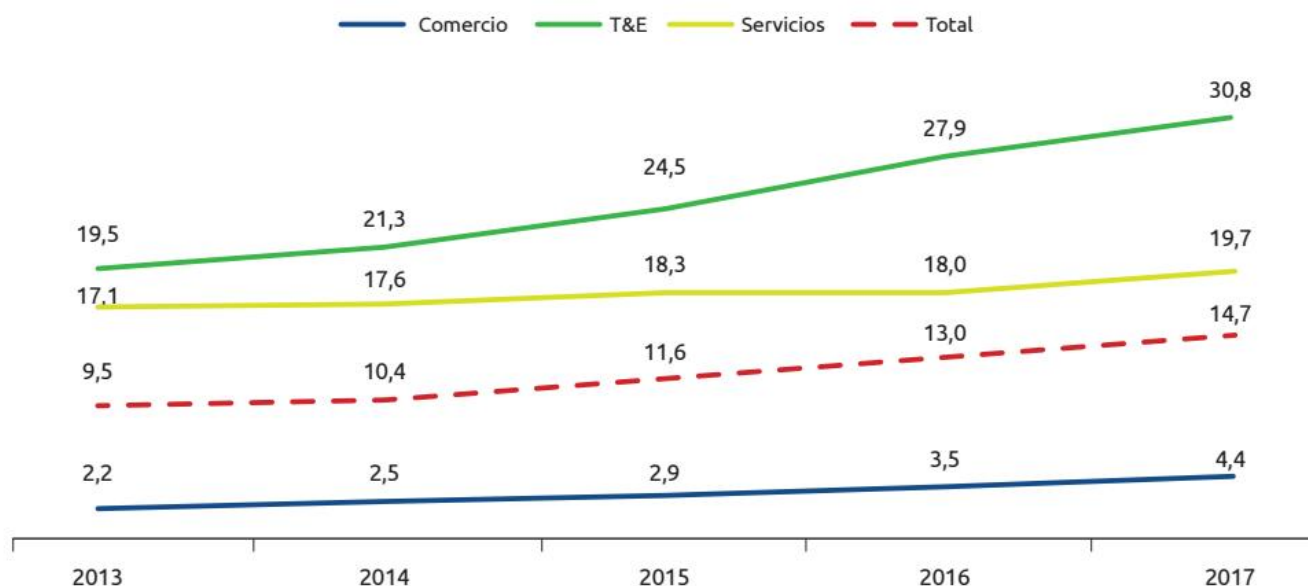
En cuanto a los distintos sectores que ofrecen ventas (o pagos) online, los servicios (clínicas y prestaciones, educación, recaudación, servicios básicos, banco y financieros e inmobiliarios, entre otros), son los que registran los mayores niveles de participación en el canal online, alcanzando un 30,8% el 2017, y siendo el sector que más a incrementado su participación desde el 2013.

Por su parte, en el sector Turismo y Entretenimiento (T&E), la participación de las ventas online sobre el total es de un 19,7% subiendo 1.7 punto porcentual respecto al 2016.

En el caso de las ventas en el sector Comercio, la participación de este canal online sobre el total de ventas con tarjeta, ha crecido creció 2,2 puntos porcentuales desde 2013 a la fecha, alcanzando un 4,4% en 2017.



Participación de las Ventas por Internet dentro de las Ventas con Tarjeta Análisis por Sector y Total

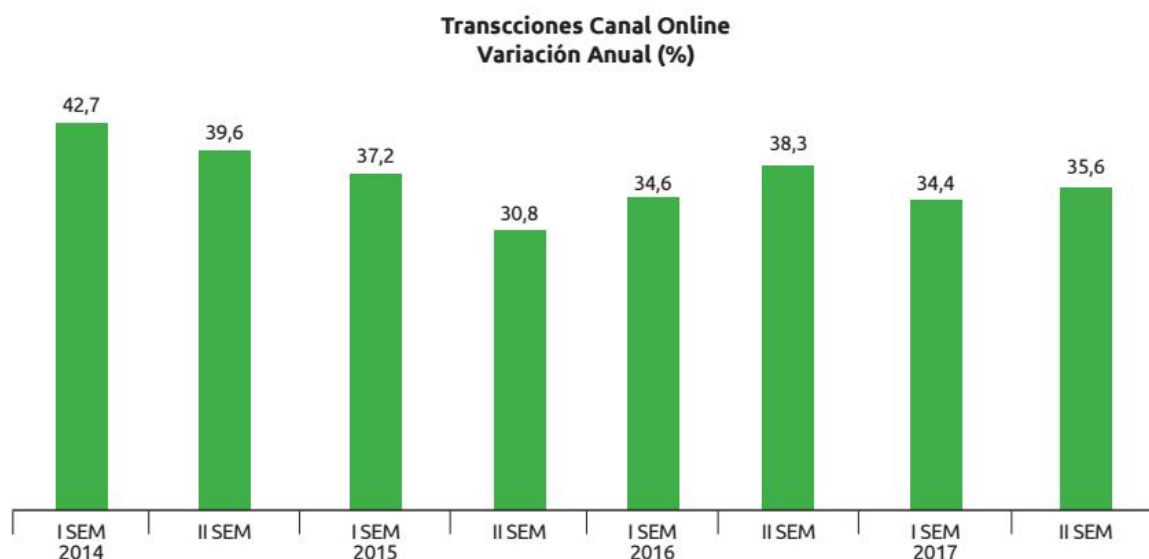


Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

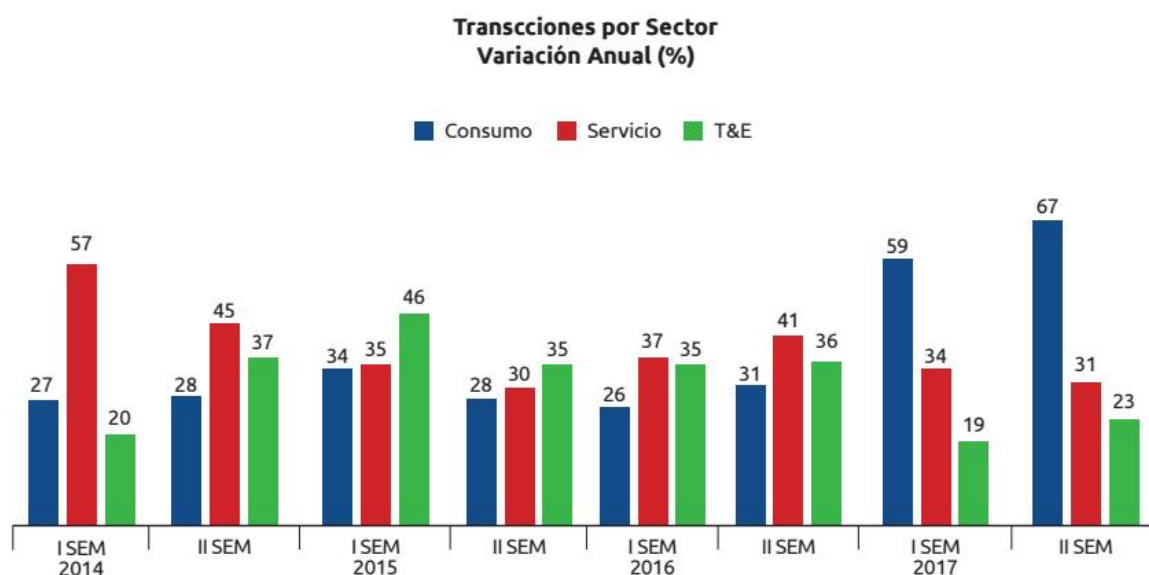
TRANSACCIONES CANAL ONLINE

En cuanto al número de transacciones online en portales nacionales, éstas aumentaron un 35,6% anual el segundo semestre de 2017, en línea con el crecimiento del primer semestre, y con un total de 46,5 millones de transacciones. Así, el 2017 se registraron sobre 86 millones de transacciones online con tarjetas (crédito y débito) en portales nacionales, lo que implica un alza de 35% respecto al año anterior.

En cuanto a las categorías, el número de transacciones en el sector comercio aumentaron un 67% anual el segundo semestre de 2017, para cerrar el año con un alza de 63%, mientras las de T&E crecieron un 23% y las de servicios un 31% en la segunda mitad de 2017, para cerrar con alzas de 21% y 35% cada uno.



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank



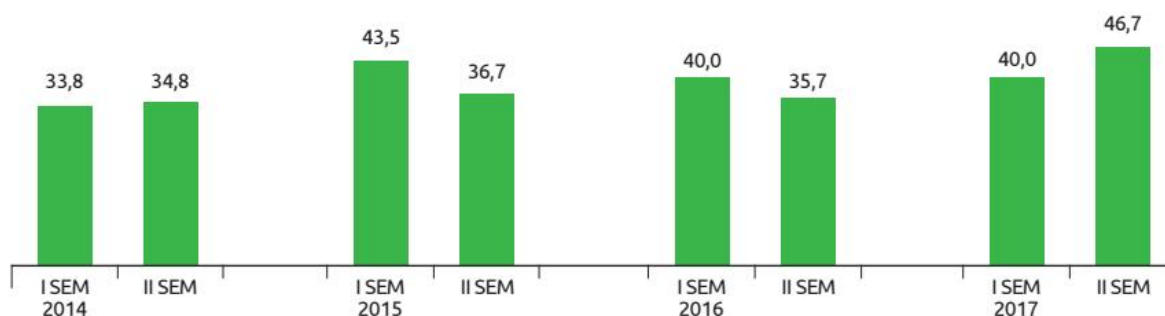
Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

SECTOR COMERCIO

Al analizar el sector Comercio, las ventas online durante el segundo semestre de 2017 evidenciaron un crecimiento real anual de 46,2%, donde el tercer trimestre se evidenció un aumento anual de 43,6% real y el cuarto un incremento

de 48%. El año 2017 el sector cerró con un alza de 43,4% en sus ventas online con tarjeta crédito y débito) en portales nacionales.

**Indicador de Venta del Comercio en Canal no presencial
Variación Anual (%)**

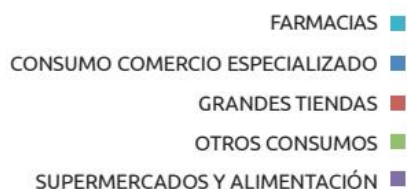


Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

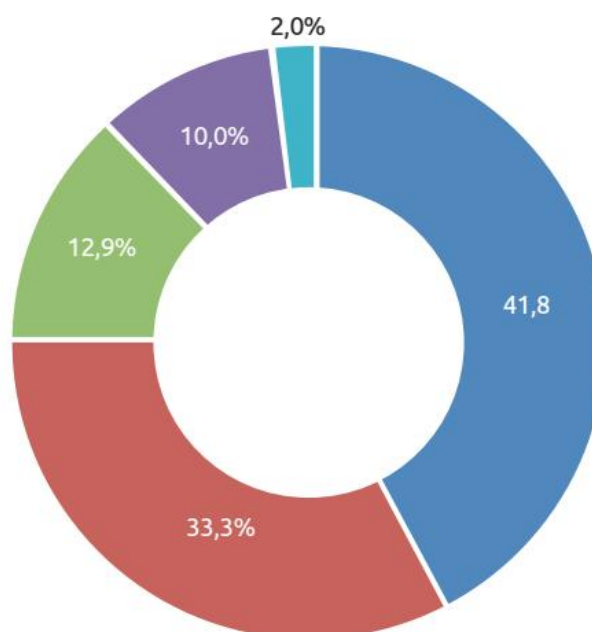
ANÁLISIS POR CATEGORÍAS DE COMERCIO

DISTRIBUCIÓN

Al analizar la distribución de las compras por internet en el sector Comercio, según las cifras del 2017, se observa que el 42% se realiza en Comercios Especializados (importadoras, joyerías y regalos, librerías y editoriales, muebles y artículos electrónicos, vestuario y calzado en tiendas especializadas), un 33% en Grandes Tiendas; 10% corresponde a Supermercados, y otras tiendas de alimento y fast food (no incluye restaurantes); un 2% a compras en Farmacias y Perfumería; y un 13% a Otros del Sector Comercio (quioscos, artículos para piscinas, ópticas, etc); Estos porcentajes se han mantenido relativamente estables desde el año 2013 y sin grandes variaciones en sus participaciones.



**Variación trimestral Anual (%) por Agrupación
II Semestre 2017/2016**



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

VENTAS SECTOR COMERCIO

Las distintas categorías dentro del sector Comercio mostraron crecimientos anuales de dos dígitos en sus ventas online, al igual que los períodos anteriores.

Las ventas por internet en el Comercio Especializado marcaron en la segunda mitad del 2017 un incremento de 35,3%, cerrando el 2017 con un alza de 36,3%, levemente por debajo al aumento del año anterior.

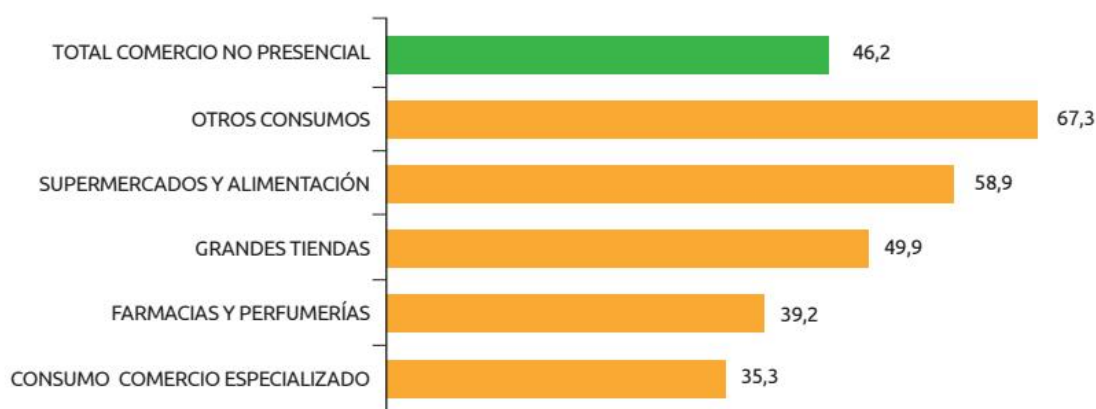
La categoría Grandes Tiendas experimentó durante el segundo semestre de 2017 un alza real de 49,9%, la mayor alza desde la creación índice, acumulando el 2017 un incremento real de 46,4%.

La categoría "Otros de Sector Comercio", marcó un alza anual de 67,3%, muy por encima de lo alcanzado en semestres anteriores, cerrando así el año con un aumento de 59,5%.

El sector Supermercados y Alimentación evidenció, durante el período analizado, un alza real de 58,9% en sus ventas por internet, también muy superior al período anterior y resultando en un crecimiento de 48,3% el 2017.

Farmacias y Perfumería, que representa sólo un 2% de las ventas, tuvo un aumento de 39,2% en la segunda mitad de 2017, enfrentado a una alta base de comparación, y cerrando así el 2017 con un alza real de 34%.

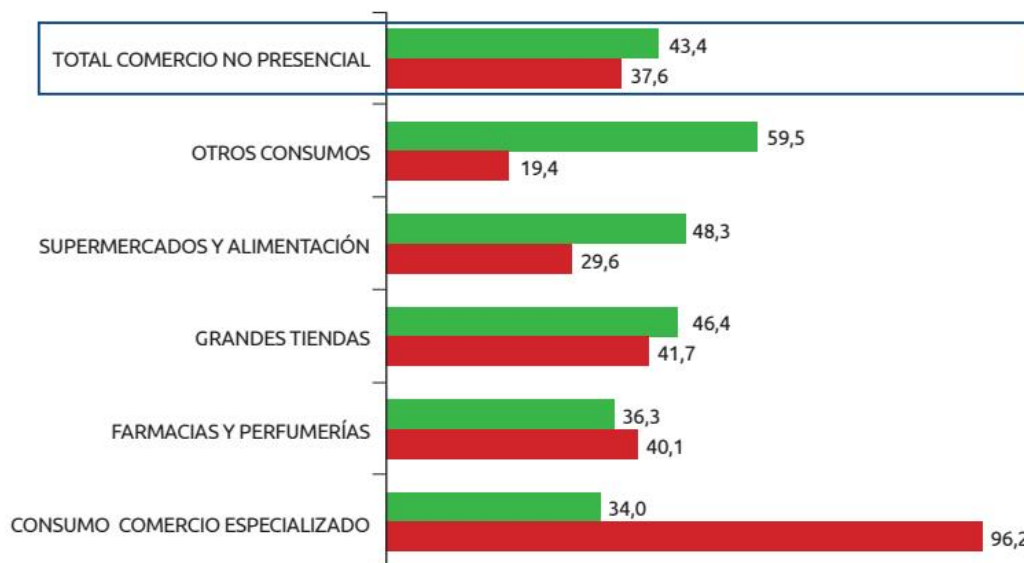
**Variación trimestral Anual (%) por Agrupación
II Semestre 2017/2016**



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Variación Anual (%) por Agrupación

■ 2017 ■ 2016



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

SECTOR T&E

Al analizar el sector Turismo y Entretenimiento se aprecia que las ventas por internet crecieron un 21% real anual el tercer trimestre de 2017 y un 28,7% el último cuarto del año, muy por sobre los resultados de 2016, marcando así el segundo

semestre un aumento de 25%, y cerrando el 2017 con un alza real 22,4% (tras haber crecido un 6,4% en 2016), resultado impulsado principalmente por el positivo desempeño de las Líneas Aéreas.

Indicador de Venta T&E Canal INTERNET
Variación Anual (%)



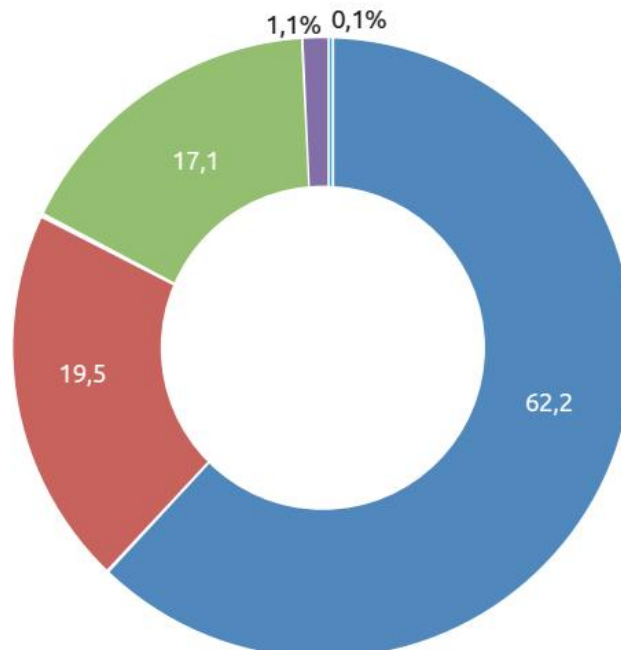
Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

ANÁLISIS POR CATEGORÍAS T&E

ANÁLISIS POR CATEGORÍAS T&E

En cuanto a la participación por sub-sector, las ventas online de este sector están dominadas en gran parte por la compra de pasajes aéreos, concentrando un 62,2% del total durante el primer semestre de 2017. Le sigue Transporte, Operadores Turísticos y renta a car con un 19,5%; luego Casinos, Cines y Espectáculos con un 17,1% y finalmente Hoteles y Restaurantes que concentran un 1,1% y 0,1%, respectivamente. Estas participaciones se han mantenido estables en los últimos años.

Distribución Compras Internet por Sector
2017



- RESTAURANTES ■
- LÍNEAS AÉREAS ■
- BUSES, TAXIS Y TRANSPORTE / OPERADORES RENTA A CAR ■
- CASINOS Y JUEGOS DE AZAR / CINES Y ESPECTÁCULOS / OTROS ■
- HOTELES ■

Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

VENTAS

En cuanto a los sectores dentro de T&E con mayor participación, Líneas Aéreas, la cual representa gran porcentaje de las ventas online en T&E, cerró la segunda mitad del 2017 con un alza anual de 22,4%, influido en parte por una menor base de comparación al haber caído un 2,8% en igual semestre de 2016. La categoría cerró el año con un aumento de 17,3% en línea con un fuerte aumento de la demanda de vuelos. En esta alza influyó también la política de cielos abiertos, que abrió el mercado a nuevas aerolíneas, y el modelo low cost. Según la Junta Aeronáutica Civil (JAC), cerca de 22 millones de personas viajaron en avión en el país durante 2017, 11,1% más que en 2016.

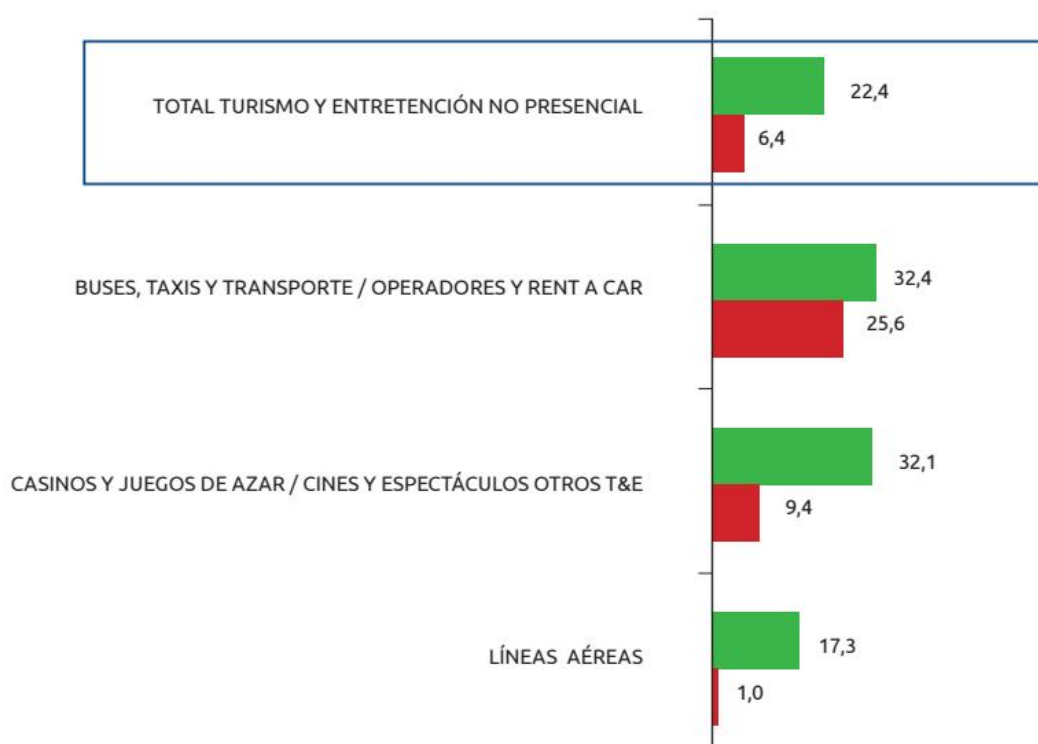
La categoría de Casinos, Cines y Espectáculos marcó un alza de 26,8% durante el segundo semestre de 2017, acumulando así un incremento de 32,1% real.

Por su parte, con un 17% de participación, la categoría Transporte, Operadores Turísticos y rent a car experimentó un alza de 33,3%, en línea con el semestre anterior y cerrando el 2017 con un crecimiento de 32,4%.



Variación Anual (%) por Agrupación

■ 2017 ■ 2016



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank



CONCLUSIONES

Las ventas por internet han crecido los últimos tres años a tasas de dos dígitos, con un alza promedio de 29%, evidenciando así un canal de compra que va ganando terreno poco a poco en nuestro país. En cuanto al número de transacciones estas también han ido ganando terreno, creciendo sobre el 30% y destacando fuertemente aumento en el sector comercio durante el 2017.

Destaca el aumento en la participación del canal online dentro de las compras con tarjeta, aumentando más de 5 puntos porcentuales en los últimos cuatro años, alza influida fuertemente por el sector servicios, con un crecimiento de 11,3 puntos porcentuales en los mismos cuatro años. Es decir, ya un tercio de las compras con tarjeta en este sector se realizan online.

En cuanto al sector Comercio, también destaca su penetración la cual se ha duplicado de 2013 a la fecha, alcanzando un 4,4% de las compras con tarjeta en portales nacionales el 2017. En el sector comercio lideran las compras a través de este canal las grandes tiendas y el comercio especializado, y en cuanto a crecimiento destacó este 2017 la fuerte alza en el sector supermercados, que de a poco ha ido ganando terreno dentro de las compras online.

Los distintos actores del sector comercio han

entendido la oportunidad que entrega el canal online, destinando parte sus planes de inversiones en el desarrollo del mismo, y desarrollando fuertes campañas para atraer al consumidor a sus diferentes portales.

Esta es también una oportunidad para los productores locales, donde en el canal online compiten con grandes operadores globales, y si son capaces de abastecer de mejor manera y con más bajos costos de envío el mercado local, podrán acaparar una significativa parte de este mercado.

Hoy estamos más conectados que nunca y las nuevas tecnologías han dado paso a una nueva forma de intercambio donde por un lado tenemos a los consumidores, cada vez con menos tiempo, que comienzan a adoptar este canal de compra con menor desconfianza, y por otro lado se evidencia un aumento en los proveedores que se dan cuenta que no se pueden quedar atrás, y que a través de este canal pueden vender sus productos, o entregar sus servicios, de manera más eficiente y muchas veces a un menor costo.

Este aumento del canal online se ha visto reflejado en el número de empresas inscritas en el SII en la actividad "ventas al por menor a distancia vía internet, comercio electrónico" el cual pasó de ser 383 empresas el 2010 a 2.798 el 2016.◀



MI PYME CUMPLE

Centro de apoyo y promoción a la formalización



HERRAMIENTAS PARA UNA NUEVA CULTURA LEGAL EN CHILE

Ofrecemos a las empresas y a las organizaciones empresariales servicios y herramientas para el cumplimiento de sus obligaciones como empleadores y empresarios, así como promover la productividad y la generación de empleos decentes en Chile.

www.mipymecumple.cl

 [@mipymecumple.cl](https://www.facebook.com/mipymecumple.cl)



DE VIAJE POR CALBUCO Y SUS ISLAS

Un fuerte "surazo" llevó a Yovanka Ovando y su marido Juan Pallarés a refugiarse en la isla de Puluqui, archipiélago de Calbuco. Desde allí, en bicicleta, comenzaron un viaje de exploración de parajes poco conocidos que ellos denominaron "los mejores panoramas del planeta". Hoy, después de 3 años de iniciar esta aventura, este matrimonio, con el apoyo de la Cámara de Turismo de Calbuco, difunde los rincones de cada isla de este archipiélago, invitando a turistas chilenos y extranjeros a maravillarse de nuestro Chile.

Los invitamos a conocer esta historia, en primera persona: Yovanka Oviedo, Vicepresidenta de la Cámara de Turismo de Calbuco.



"Hace sólo tres años, en 2015, mi marido y yo (él, Juan Pallarés, español; yo chilena, nacida en la ciudad de Valdivia) llegamos a bordo de nuestro velero de 9 m de eslora a la isla de Puluqui, en el archipiélago de Calbuco.

Un fuerte surazo fue el que nos obligó a refugiarnos en uno de los esteros de esta isla. Sacamos entonces nuestras bicicletas y nos pusimos a explorar este entorno insular. Fue de este modo como llegamos hasta la punta de Perhue, desde donde se contempla todo el golfo de Ancud, la isla Grande Chiloé, el litoral de Palena y hasta 5 espléndidos volcanes nevados (el Osorno y el Calbuco, el Yates, el Melimoyu y el Corcovado) despuntando sobre los Andes Australes. Y fue así como nos dimos cuenta que, efectivamente, nos encontrábamos ante uno de los mejores panoramas del planeta.

Decidimos trasladarnos a vivir a este "lugar hallado"; construimos nuestra casa; nos hicimos isleños y calbucanos. Lo que más nos sorprendió es el casi completo desconocimiento turístico que, tanto a nivel tanto nacional como internacional, todavía pervive acerca de estos territorios excepcionales. Lo que constituye, sin duda, en términos económicos, un verda-

dero lucro cesante para el territorio y sus habitantes.

Por ello nos contactamos con la Cámara de Turismo de Calbuco, que nos pareció la institución gremial más operativa para trabajar por esta causa. Esta organización nos ha permitido incidir en la divulgación y formulación de productos turísticos en el archipiélago de Calbuco. Desde marzo de 2017, además tengo el honor de haber sido elegida Vicepresidenta de esta Cámara.

Entre septiembre de 2016 y abril de 2017 mi marido y yo nos dedicamos, asimismo, a navegar por todas las islas del archipiélago de Calbuco, que son catorce en total (Puluqui, Huar, Queullín, Tabón, Lín, Mallelhue, Caicaén, Tautil, Chauellín o Helvecia, Lagartija, Quenu, Chudhuapi, Quihua y Huapi Abtao). El objetivo fue publicar una serie periodística, titulada 'Islas/Sur' en las páginas centrales, cada domingo, del diario El Llanquihue de Puerto Montt. Para cada isla elaboramos un mapa turístico inédito, estudiamos y recorrimos sus mejores rutas de trekking insulares, seleccionamos los mejores puntos panorámicos y de observación faunística e inventariamos los equipamientos turísticos existentes.

En nuestra web www.rutasverdesdechile.cl se puede acceder a estos reportajes insulares. También desde www.camaraturismocalbuco.com



De aquella experiencia surgieron los nuevos productos turísticos 'Huapi Abtao- Mallehue-Isla Lagartija' y 'El Camino de las Islas- Tour del Reloncaví', que se comercializan a partir de este año, auspiciados por la Cámara de Turismo de Calbuco.

En Europa la acogida ha sido espectacular. A partir de octubre próximo, tendremos visitantes (ya confirmados) procedentes de diversos países de la Unión Europea, Norteamérica e Israel. Un pesquero tradicional calbucano lo estamos transformando en una embarcación turística con

capacidad para hasta 20 pasajeros. También estamos organizando una red de lanchas turísticas entre las islas de Puluqui y Queullín y la Carretera Austral en Palena.

La Cámara de Turismo de Calbuco, como plataforma de lanzamiento de estos emprendimientos, ha resultado fundamental. Su proyección, a nivel nacional, a través de la Cámara Nacional de Comercio/ CNC, es nuestra convicción ahora. ¡Les esperamos a todos en nuestras islas del Primer Archipiélago del Sur de Chile!"

— Expertos y Pioneros en —
Soluciones Tributarias
para Empresas y Contadores



No permita errores o inconsistencias
en sus **Declaraciones Juradas**

Solución Integral

Software

Apps para nuevos
Regímenes Tributarios



**Soporte
Funcional**

Servicio Call Center y
Auto Asistencia
Online



Capacitación



iConsulta
Tributaria

Nuevo Portal Web de
consulta de información
Tributaria



 www.transtecnia.cl

 2 2715 72 00

Búscanos como Transtecnia





REFUGIADOS EN CHILE: *oportunidad para crear valor compartido en la economía local y la sociedad*



En Chile son ocho mil las personas refugiadas o solicitantes de asilo. Al igual que los migrantes, ellos buscan oportunidades para rehacer sus historias y ofrecer mejor calidad de vida a sus familias. ¿Cuál es el rol que pueden asumir las empresas en apoyo de estos ciudadanos del mundo? Los invitamos a conocer de esta realidad en el siguiente reportaje de Revista Enlaces.



Por estos días en nuestro país se debate sobre una ley migratoria, apelando al cerca de millón de ciudadanos del mundo que han llegado a Chile en busca de mejores oportunidades. Sin embargo y a diferencia de los migrantes, hay otras personas han sido obligadas a salir de sus países de nacionalidad o residencia, por amenaza a su raza, religión, opinión política o por su seguridad. En Chile son ocho mil los refugiados y solicitantes de asilo.

La mayoría de la población que está en esta condición en el país es colombiana. Gran parte de ellos tuvieron que desplazarse de sus hogares a causa del conflicto armado existente en la nación cafetera. Y en los últimos años, también se ha visto un incremento en las solicitudes de asilo de ciudadanos venezolanos y cubanos. Asimismo viven en Chile refugiados provenientes de otros continentes como Asia y África y de nacionalidades como siria, palestina, congoleña y afgana.

Así como los migrantes buscan insertarse en el país de forma íntegra, los principales desafíos que enfrentan las personas refugiadas en Chile son la inserción laboral, la generación de ingresos y el acceso a servicios básicos que les permitan asegurar ciertos estándares de calidad de vida (vivienda, salud y educación). En algunos casos, hay que sumar el aprendizaje de idioma.

Existen tareas relevantes y desafiantes y, por lo mismo, el rol del sector privado resulta crucial en apoyo de los refugiados. Así lo explica Delfina Lawson, Jefa Nacional de

la Agencia de la ONU para Refugiados (ACNUR) en Chile. “Queremos explorar junto a las pequeñas, medianas y grandes empresas las diferentes formas en las que podemos trabajar en conjunto para brindar una mayor protección a las personas refugiadas en Chile. Existen distintas y diversas formas en las que se pueden sumar a nuestro trabajo: a través de la generación de empleos, facilitando cupos para su capacitación, promoviendo la sensibilización de sus empleados, ofreciendo voluntariados para tareas específicas, entre muchas otras actividades”.

En la misma línea, es que la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, ya evalúa la creación de una instancia, al igual que la Red de Empresas de la Interculturalidad que actúa de puente entre migrantes y empresas, que permita facilitar y potenciar la inclusión y capacitación laboral de los refugiados. “Como empresarios tenemos una oportunidad de apoyar a las personas refugiadas en nuestro país, desde la creación de empleo y opciones para emprender, hasta la entrega de bienes y servicios que son muy necesarios para su vida diaria. Al mismo tiempo la empresa puede beneficiarse del trabajo con personas refugiadas ya que ellas proporcionan una importante fuente de habilidades, conocimiento y experiencia. La participación y compromiso del sector privado con las personas refugiadas crea un valor compartido para todos los interesados, economía local y sociedad en general”, sostiene Manuel Melero, Presidente CNC.

Continúa en la siguiente página...



UNHCR ACNUR

La Agencia de la ONU para los Refugiados

¿QUÉ ES ACNUR?

ACNUR es la Agencia de la ONU encargada de dirigir y coordinar la acción internacional para la protección de los refugiados a nivel mundial. Su misión es garantizar su protección y salvaguardar sus derechos en el país de asilo, así como asegurar que todos puedan acceder a soluciones duraderas y sostenibles en el tiempo.

Desde 1950 ACNUR ha ayudado a decenas de millones de personas a reiniciar sus vidas en más de 128 países, incluido Chile. La Agencia trabaja en estrecha colaboración con los gobiernos locales, la sociedad civil, el mundo privado y los Estados para garantizar los derechos básicos de las personas refugiadas, que se vieron obligadas a huir de sus hogares debido a la guerra, la violencia o la persecución.

En Chile el ACNUR trabaja en coordinación con la Fundación de Ayuda Social de las Iglesias Cristianas (FASIC) y la Vicaría de la Pastoral Social, instituciones que entregan asistencia psicosocial, orientación y acompañamiento a las personas refugiadas y solicitantes de asilo.

El ACNUR también posee un mandato especial para ayudar a las personas apátridas en el mundo y trabaja junto con los Estados para prevenir y acabar con esta problemática, que afecta a 10 millones de personas sin nacionalidad.



Seminarios
encuentros
charlas capacitaciones
REUNIONES

 **CNC** | 160 AÑOS
La Cámara de Chile

Arriendo de **SALONES** PALACIO BRUNA



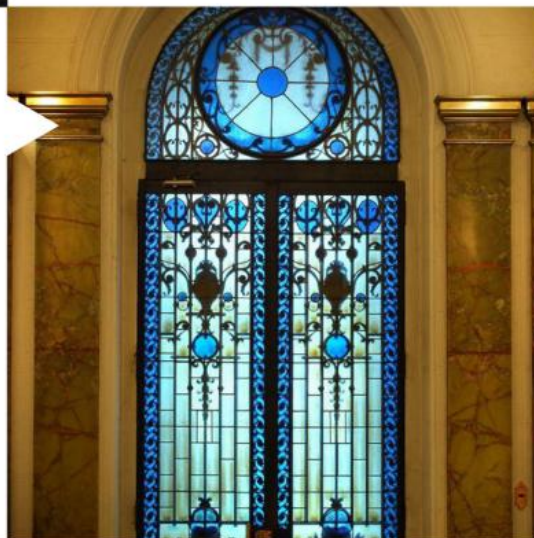
HALL

El hall de entrada tiene placas de mármol italiano de principios de siglo verdes y negras. Los salones se diseñaron con los más finos materiales: vitreaux, mármoles, ónix y bronce.



ESTILO

Corresponde a un estilo renacentista italiano construido entre 1916 y 1921 en el barrio más elegante de Santiago en esa época, junto a la ribera del río Mapocho.



FACHADA

El edificio tiene 2.800 m². Sus desiguales fachadas simulan una sola y eso es lo que le destaca.

Informaciones y reservas

Contacto: Cristina Infante
mail: cinfante@cnc.cl / Fono: 223654391

Palacio Bruna Merced 230, Santiago / www.cnc.cl



CNC | 160 AÑOS La Cámara de Chile

Merced 230 • Santiago, Chile • Tel 22 365 40 00 | www.cnc.cl | [@CamaraNacional](https://twitter.com/CamaraNacional)

