

ENLACES



Programa Digitaliza tu Pyme:

**Entender, aprender y adoptar,
tres ejes clave de la
estrategia de Gobierno**

Entrevista a Ignacio Guerrero, Subsecretario de Economía, pag.14



La Cámara de Chile
Edición N°14 / Marzo - 2019



CONVERSACIONES QUE IMPORTAN Y APORTAN

**IVÁN
VALENZUELA**
MESA CENTRAL
07:00 HRS.

TELE13 | **RADIO**
103.3FM

#EsHoraDeEscucharnos

La industria del turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas de nuestro país, generando cerca de 350.000 puestos de trabajo a nivel nacional, según datos de la Subsecretaría de Turismo. Así mismo, hemos sido testigos del aumento sostenido que han tenido las cifras de turistas extranjeros que han arribado a nuestro país durante los diez últimos años, junto con los reconocimientos internacionales de los que Chile se ha hecho acreedor como ser elegido por la Guía Internacional de Turismo: Lonely Planet del año 2017, como el mejor país para visitar el 2018 o posicionarse por cuarta vez, ese mismo año, como el mejor destino de turismo aventura en Sudamérica.

Todos estos indicadores nos dan una clara señal de que se está realizando un buen trabajo, tanto público como privado, pero pese a ello, debemos seguir haciendo esfuerzos, ya que los actores que nos encontramos impulsando constantemente este sector, estamos conscientes de que existen oportunidades y desafíos que se deben desarrollar para convertir a nuestro país en un destino turístico internacional de primer nivel.

El factor humano, la seguridad, la promoción internacional, entre otros, son factores relevantes para poder llevar a nuestro país hacia nuevos mercados, atraer nuevos visitantes, romper la estacionalidad, pero, sobre todo, para dar a conocer nuevos destinos turísticos de Chile, destinos emergentes, con envidiables atractivos naturales y culturales que son capaces de ofrecer experiencias acorde a lo que buscan hoy en día los turistas: lugares autóctonos, que no estén colapsados y sin mayor intervención

Como gremio sabemos que es prioritario apoyar la industria, sobre todo a los emprendedores y pymes del sector, aquellos que quieren innovar entregando nuevas experiencias y mostrando la identidad de cada una de las regiones de nuestro país.

Es ahí donde la CNC se encuentra trabajando, uniendo a las regiones en una sola instancia de coordinación en materia de Turismo, con objeto de levantar temas, visibilizar necesidades, y en definitiva generar iniciativas que vayan en pro del crecimiento de esta industria y todos sus protagonistas. Nos interesa de sobremanera seguir desarrollando y respaldando proyectos que incluyan a todas las regiones a lo largo de nuestro país, sobre todo aquellas que necesitan potenciar sus atractivos turísticos y darlos a conocer de manera de que puedan entrar a competir, tanto regional como nacionalmente, en igualdad de condiciones con destinos internacionales.◀

contenidos



En el Debate

Ignacio Guerrero, Subsecretario de Economía y Empresas de Menor Tamaño:

“Este año esperamos beneficiar a 25 mil pymes a lo largo de todo Chile gracias a nuestro programa de digitalización”

05 Columna de Opinión
Una legislación
contra el comercio ilegal.
Ricardo Mewes Sch.
presidente
Observatorio
del Comercio Ilícito.

07 Columna de Opinión
Regional
Digitalización y
comercio electrónico:
una apuesta por las
nuevas tecnologías
Pier-Paolo Zaccarelli
Fasce presidente CRPC,
Valparaíso.

09 Ley de pago
30 días.

10 Noticias
Comercio se reunió para
analizar estrategia entorno
a APEC 2019.

18 Publireportaje
A menos de un año de su
entrada en vigencia:
Walmart Chile
duplica exigencia de
ley de inclusión laboral.

20 Internacional
Norberto Girón, Jefe de
Misión de OIM Chile:
“El cambio climático y las
migraciones presentan
nuevos desafíos y
oportunidades al sector
privado”

26 Publireportaje
Transbank
Autoatención, agilidad y
eficiencia son claves
para innovar en medios
de pago electrónicos

28 Estudios
Ventas del Comercio
Minorista en RM cierra
2018 con el menor
desempeño en una década

36 Emprendedoras
Fernanda Vicente,
presidenta y Fundadora
de Mujeres del Pacífico

40 Tendencias
Equipo Qüis:
“Somos una solución
tecnológica para la
transformación digital del
micro, pequeño y mediano
comercio”

44 Publireportaje
Daniela Campos,
Jefa de Riesgos
Psicosociales ACHS:
En el sector comercio los
mayores riesgos psicosociales
son la violencia de terceros
y la necesidad de esconder
emociones

46 Perfiles
Carlos Stange,
Presidente de la
Cámara de Comercio,
Industria y Turismo A.G.
de Puerto Montt.

48 Turismo
Evento astronómico
del año:
La Región de
Coquimbo se prepara
para recibir el eclipse
total de sol





RICARDO MEWES SCH.
Presidente Observatorio
del Comercio Ilícito (OCI).

UNA LEGISLACIÓN CONTRA EL COMERCIO ILEGAL

Comienza un nuevo año y con él renovamos nuestro compromiso de luchar sin descanso contra el flagelo del comercio ilícito. En 2007 -hace doce años ya- ingresaba por mensaje presidencial un proyecto de ley sobre Comercio Ilegal que se caracterizaba como “un problema que atañe al conjunto de la sociedad, y tiene diversos efectos”, entre ellos: evasión tributaria, comisión de delitos, violación a las leyes de propiedad intelectual e industrial, afectación a los comerciantes o fabricantes de productos, entre otros. La propuesta legislativa se discutió lentamente hasta que en 2010 se congeló su tramitación en el tercer trámite constitucional, cuando se encontraba en comisión mixta.

El 2016, seis años después del último movimiento que tuvo el proyecto de ley, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), preocupada por el crecimiento sostenido de la informalidad, creó el Observatorio del Comercio Ilícito (OCI) -instancia integrada por entes públicos e industrias afectadas- cuyo objetivo primordial es la entrega de información, inteligencia y propuestas de políticas públicas para combatir esta problemática.

Esta alianza público-privada se propuso trabajar en tres áreas de acción: legislación; fiscalización; y educación, estudios y comunicación. Es así, como el grupo de trabajo se planteó la ambiciosa meta de revivir la iniciativa legal que dormía desde 2010, y para ello comenzó la ardua tarea de aunar apoyos tanto técnicos como políticos, actualizar los artículos que pudieran haberse vuelto obsoletos después de tantos años y generar propuestas para resolver las discrepancias entre la Cámara de Diputados y el Senado que debían ser zanjadas por la comisión mixta.

Esta labor fue posible gracias a la participación, entre otros, de los senadores José Miguel Insulza y Felipe Harboe en las Mesas Público-Privadas del OCI, quienes además se comprometieron a darle un nuevo impulso a la iniciativa. Con ello, en diciembre pasado el Observatorio presentó la batería de propuestas ante los nuevos integrantes de la comisión mixta, los que en su próxima sesión acordaron presentar las indicaciones finales para poder votar el proyecto que, esperamos, se convierta en ley este año.

Dentro de las recomendaciones del OCI, se contempló incorporar a la iniciativa lo siguiente: aumentar las penas para determinados delitos; aplicar la figura de la asociación ilícita al comercio ilegal; resolver el grave problema que significa el bodegaje y almacenamiento de los productos decomisados; otorgar facultades intrusivas al ministerio público así como facultades de fiscalización a diversas autoridades; y una regulación única y central respecto de la facultad de las municipalidades de otorgar permisos precarios, propuestas que tuvieron buena recepción por parte de los integrantes de la comisión.

Una vez más -tal como lo ha señalado Manuel Melero, presidente de la CNC-, reafirmamos nuestro compromiso como Observatorio de ser un aporte real a la seguridad y formalidad de nuestro país, y no ser meros espectadores del crimen organizado que controla el comercio ilegal. ◀

J. Crew



BIENVENIDO A *falabella.com*



DIGITALIZACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO: UNA APUESTA POR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

En nuestros 160 años de historia, como Cámara Regional del Comercio de Valparaíso hemos sido testigos de una serie de transformaciones políticas, sociales, culturales y económicas. Pero la revolución digital y tecnológica que hemos visto en este último tiempo es, sin duda, una de las que más rápido ha avanzado, cambiando la forma en que nos comunicamos, interactuamos, compramos, nos informamos y hacemos empresa.

Una realidad que, como gremio, no podemos ignorar. No solo debemos fomentar la realización de transformaciones profundas y estructurales dentro de las mismas empresas, también debemos saber escuchar las nuevas demandas y necesidades de los consumidores que, gracias al crecimiento del uso de dispositivos móviles y el acceso a internet, han cambiado su forma de consumir productos y servicios, transformándose en actores claves en el desarrollo de las empresas.

En la CRCP entendemos la importancia que han cobrado, hoy por hoy, los procesos y las herramientas de digitalización. Por eso, hemos establecido como una de nuestras líneas de trabajo el impulso y fomento del comercio electrónico. Una labor que hemos realizado de la mano de nuestra Mesa E-Commerce, identificando oportunidades para que nuestros socios apuesten por esta nueva forma de vender, por este nuevo canal comercial.

Según estimaciones del Índice Mundial de Comercio Electrónico, elaborado por Linio, se espera que este año el e-commerce facture más de 3 mil billones de dólares en todo el mundo. En nuestro país, en tanto, las ventas online crecieron un 39,4% durante el 2018, según datos entregados por la CNC, y se espera que esta tendencia siga al alza. Todo ello ha generado un cambio cultural relevante, llevando a la quiebra a quienes no fueron capaces de adaptarse.

No queremos que eso pase en nuestro país, no queremos ser testigos de cómo algunos negocios deben cerrar sus puertas por no adaptarse a esta nueva realidad. Por el contrario, trabajamos para que más empresas adapten sus procesos e incorporen herramientas a esta nueva realidad digital, optimizando sus recursos, alcanzando una mayor cobertura con canales de venta accesibles, viralizando sus campañas en redes sociales, captando más clientes, fidelizando a los que ya tienen y, por



PIER-PAOLO ZACCARELLI FASCE
Presidente CRCP, Valparaíso

supuesto, aumentando sus ventas. Así también, debemos poner el foco en la transformación y adaptación laboral, incorporando a nuestros colaboradores a esta nueva forma de trabajar, logrando con ello mayor empleabilidad y un mejor desarrollo laboral.

Sabemos que la falta de formación digital y la resistencia al cambio nos juegan en contra, pero seguiremos perseverando en este objetivo, porque creemos que estamos frente a una gran oportunidad para crear valor en el desarrollo de los negocios, en un mercado que es cada vez más complejo y competitivo.

Por eso, durante el 2017 iniciamos un proyecto alineado con la digitalización de las empresas: el primer Cyberquinta exclusivamente para la región de Valparaíso. En aquella ocasión fueron más de 30 marcas que se sumaron a esta idea y ofrecieron atractivos descuentos a los consumidores. Ha sido tal el éxito de esta iniciativa, que no solo hemos realizado otras dos versiones durante el año pasado, sino que también estamos trabajando para que más regiones y más Cámaras de Comercio se sumen en esta tendencia del comercio electrónico, agregando valor a sus asociados y favoreciendo su viabilidad en el tiempo.

Tenemos un gran reto por delante y, por ello, debemos trabajar colaborativamente para generar las condiciones que le permitan a las empresas insertarse en esta cuarta revolución industrial - la digital - logrando con ello aumentar la productividad, el crecimiento y desarrollo que nuestra economía tanto necesita. 

DOMINGO

21

de abril

Pascua de Resurrección

DOMINGO

12

de mayo

Día de la Madre

DOMINGO

16

de junio

Día del Padre

MARTES

30

de julio

Día de la Amistad

DOMINGO

11

de agosto

Día del Niño

 **CNC**

La Cámara de Chile

FECHAS 2019

MIÉRCOLES

18

de septiembre

Fiestas Patrias

JUEVES

19

VIERNES

27

de septiembre

Día del Turismo

MARTES

15

de octubre

Día de los Abuelos

MIÉRCOLES

16

de octubre

Día del Profesor

JUEVES

31

de octubre

Haloween

MARTES

03

de diciembre

Día de la Secretaria

MIÉRCOLES

25

de diciembre

Navidad

1. APLICA PARA TODO TIPO DE EMPRESAS

Lo primero que debemos saber, es que esta normativa aplica para todo tipo de empresas, independiente del tamaño que esta tenga.

2. ESTABLECE PLAZOS DE PAGO

El plazo de pago es de 30 días a partir del mes 25 de publicada la ley en el Diario Oficial. Durante los dos primeros años, el plazo de pago será de 60 días. Ambos plazos son contados en días corridos.

3. ESTABLECE PLAZOS DE PAGO PARA EL SECTOR PÚBLICO

El plazo de pago es de 30 días corridos y se puede establecer un plazo de pago de hasta 60 días en caso de licitación o contratos. Comenzará a regir a partir del mes 29 de publicada la ley.

4. CONSIDERA UN PLAZO EXCEPCIONAL DE PAGO

La ley permitirá que, en casos muy excepcionales, las partes puedan acordar un plazo de pago superior a los 30 días, cumpliendo con condiciones que incluyen, entre otros, un acuerdo por escrito que no podrá constituir un abuso para el acreedor y que deberá ser inscrito en un registro que llevará el Ministerio de Economía.

5. ESTABLECE LA EMISIÓN DE LA GUÍA DE DESPACHO ELECTRÓNICA

La guía de despacho será obligatoria y electrónica, a partir de un año de publicada la ley.

6. CREA LA COMISIÓN MORATORIA

Además de intereses corrientes en caso de mora, se establece el pago de una comisión fija por recuperación de pagos, equivalente al 1% del saldo adeudado.

7. CONSIDERA LA COMPETENCIA DESLEAL

El incumplimiento sistemático de los plazos dispuestos en la ley se considerará una práctica de competencia desleal.

SI NECESITAS MÁS
INFORMACIÓN INGRESA A
NUESTRA PÁGINA WEB
WWW.CNC.CL
Y DESCARGA EL
DOCUMENTO



Comercio se reunió para analizar estrategia entorno a APEC 2019

Rodrigo Yáñez, director general de la DIRECON, expuso sobre las iniciativas que se están llevando adelante y extendió una invitación a los empresarios a sumarse a la planificación de este importante encuentro.

Con motivo de su Consejo General, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile realizó una reunión especial con el Director General de DIRECON, Rodrigo Yáñez, para conocer las distintas iniciativas que se están llevando a cabo en cuanto a la organización de APEC 2019, que comenzó en diciembre pasado en Santiago con la Reunión Informal de Altos Oficiales. Cabe mencionar que es la segunda vez que nuestro país será anfitrión del evento (ya lo fue el 2004).

Manuel Melero, presidente del gremio aseguró que “este será un desafío gremial muy relevante del cual vamos a participar. Trabajaremos para insertarnos y aprovechar el foro APEC para generar plataformas de relacionamiento de las pymes de todo el país con nuestros socios comerciales en el exterior. El objetivo será ayudar a las pequeñas y medianas empresas a internacionalizarse, a través del comercio electrónico, para así promover



sus productos en el exterior y también traer productos desde afuera”. Agregó que “esperamos generar relacionamiento con las delegaciones extranjeras y además facilitar las plataformas de internet y e-commerce para futuros intercambios comerciales”.

Presidente CNC se reunió con el Polo Gremial Sur en la ciudad de Puerto Montt

Manuel Melero, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, participó de este encuentro donde se discutió el entorno económico global, nacional y regional, junto con las proyecciones 2019 y un completo análisis de la agenda política de este año.

Desde las 10.00 horas, se reunieron en el Hotel Manquehue representantes de la Cámara de Comercio de Valdivia, Osorno, Frutillar, Castro, Calbuco, Ancud y Puerto Montt, con el objetivo de hacer la evaluación de la gestión 2018 del Polo Gremial Sur y discutir los desafíos 2019.

La reunión, contó con la presentación de la Gerente de Estudios CNC, Bernardita Silva, quien hizo un profundo análisis del entorno económico global, nacional y regional, junto con las proyecciones 2019. A esto, se sumó la presentación de Manuel Melero, presidente CNC, quien dio a conocer la agenda política del presente año e invitó a los gremios a participar con propuestas concretas para los distintos temas de interés de la industria. “Este es un gobierno que nos invita a hacer mesas público-privadas, nos invita a formular propuestas, a colaborar, porque un gobierno que es más cercano al mundo de la



empresa, si el gobierno nos invita a participar, nosotros debemos ir, pero con propuestas concretas, con fundamento y calidad técnica”, explicó.

Servicio Nacional de Aduanas entregó resultados 2018 de fiscalización al Comité Ejecutivo de la CNC



El Servicio fiscalizador es parte del Observatorio de Comercio Ilícito OCI que dirige la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile.

El Servicio Nacional de Aduanas –SNA- estuvo presente en el Comité Ejecutivo de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile –CNC-, encabezado por su presidente, Manuel Melero. El Subdirector de Fiscalización del Servicio, Javier Uribe, fue el encargado de exponer los resultados y balances de fiscalización de 2018, así como los desafíos para 2019 en esta materia, en el marco del Observatorio de Comercio Ilícito -dirigido por la CNC- donde participa la entidad fiscalizadora.

El subdirector expuso los lineamientos y objetivos estratégicos de la institución, los modelos de fiscalización, las alianzas estratégicas, así como los resultados de los planes integrados de fiscalización. Uribe concluyó su exposición apuntando a los desafíos que el Servicio Nacional de Aduanas tendrá durante este año 2019.

“Como institución formamos parte del Observatorio del Comercio Ilícito (OCI), que dirige la CNC, por lo que es fundamental mantener una buena interacción dando cuenta del buen trabajo que realizamos. Esto se traduce en llevar a cabo diversas actividades durante el año como son las capacitaciones o intercambios de experiencia”, comentó el subdirector.

Para el SNA desarrollar este tipo de acciones tiene como objetivo dar a conocer el trabajo que se realiza, además de entregar información específica y concreta a organizaciones con las que se trabaja a la par.

Uribe fue enfático en: “Buscamos persuadir al sector privado para que mejoren las áreas en las que están débiles para darle una mayor seguridad a toda la cadena logística del comercio internacional”.

Por su parte, el presidente de la CNC, Manuel Melero aseguró que “Uno de nuestros sellos en CNC ha sido fortalecer y profundizar la colaboración público-privada, en los distintos ámbitos de nuestro quehacer. Es por eso que seguiremos desarrollando un trabajo profundo con el Servicio de Aduanas en las distintas materias que nos competen”. Melero agregó “desde esa perspectiva, el trabajo del OCI nos ha ayudado a trabajar codo a codo con distintas instituciones del Estado”.

Melero finalizó asegurando que “Dentro de los próximos meses daremos a conocer algunas nuevas iniciativas en esta misma línea, así es que esperamos que este 2019 sea tanto o más próspero en colaboración público-privada que el año pasado” cerró.◀



33 alumnos se graduaron del programa anual de formación jurídica para trabajadores y empleadores

Este programa que imparte gratuitamente la PUC junto con el Centro Mi Pyme Cumple de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, celebró la graduación de siete empleadores PYME y 26 estudiantes de la sección trabajadores.

El programa anual de formación jurídica para trabajadores y empleadores, dirigido a trabajadores chilenos y extranjeros, y pequeños y microempresarios, es un programa que imparte la PUC y que se enmarca dentro de las actividades de colaboración de la Universidad con el Centro Mi Pyme Cumple de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile.

La tarde del martes, se celebró la graduación de 33 alumnos del programa, de los cuáles 26 participaron de la sección trabajadores y siete del curso empleadores PYME. En la ocasión, participó el rector de la Pontificia Universidad Católica, Ignacio Sánchez, el decano de Derecho, Carlos Frontaura, los directores del programa de formación Teresita Tagle y Rodrigo Azócar y la presidenta de la Federación de Estudiantes, Belén Larrondo.





A portrait of Ignacio Guerrero, a man with a beard and mustache, wearing a dark suit, white shirt, and a dark red tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. A small Chilean flag pin is visible on his lapel. The background is a blurred indoor setting with large windows.

Ignacio Guerrero, Subsecretario de Economía y Empresas de Menor Tamaño:

“Este año esperamos beneficiar a 25 mil pymes a lo largo de todo Chile gracias a nuestro programa de digitalización”

Digitaliza tu Pyme es la iniciativa del Ministerio de Economía que busca emparejar la cancha para las pequeñas y medianas empresas en materias de digitalización. Por esto, conversamos con Ignacio Guerreño, Subsecretario de la cartera, quien nos contó detalles de programa, la alianza público-privada con la que están trabajando y las proyecciones para este año 2019.

¿Cómo nace la iniciativa por parte del ministerio para crear este programa?

Estamos muy contentos con el lanzamiento del Programa Digitaliza Tu Pyme que busca emparejar la cancha para las pequeñas y medianas empresas en materias de digitalización. Desde el primer Gobierno del presidente Sebastián Piñera nos dimos cuenta de que las pymes no podían estar al margen de la Revolución Digital, la que nos afecta diariamente a todos. Asimismo, un estudio que tenemos en el Ministerio de Economía nos muestra que solo un 25% de las pymes están digitalizadas, y un 75% necesita mayores grados de digitalización, por lo tanto, vemos que el desafío es grande.

Así, convocamos a una mesa junto al sector privado, donde también participaron actores del sector público como Corfo y Sercotec, y nos pusimos a trabajar en la elaboración de este programa que nace como una alianza público-privada para potenciar y fortalecer la digitalización de las pequeñas y medianas empresas.

¿De qué se trata el programa y cuáles son sus principales objetivos?

El programa tiene tres grandes ejes. El primero de ellos es entender la importancia de la digitalización en las pymes. Muchas veces al dueño del almacén le sale más fácil llevar la cuenta con un lápiz y un papel, pero creemos que es importante que tome conciencia de la relevancia que tiene la digitalización. Cuando las pequeñas y medianas empresas se digitalizan tienen muchas oportunidades, en términos de nuevos clientes, de nuevos mercados, de ahorro de tiempo, de mejor administración y de creci-

miento futuro. Por lo tanto, creemos que un eje importante es que las pymes entiendan la importancia de la digitalización. Por ello, al primer eje lo hemos llamado "entender", y a este van asociadas algunas iniciativas, como la gira "Atrévete Digital" que va a estar a lo largo de todo Chile generando seminarios y talleres que van a permitir relevar la importancia de la digitalización.

Un segundo eje, y también muy importante, es "aprender". Es decir, que las pequeñas y medianas empresas puedan aprender en materia de digitalización. Para esto, una de las iniciativas clave es el "Chequeo Digital" que nos va a permitir determinar cuál es el grado de alfabetización digital que tiene cada una de las pymes. Y, por otro lado, están las capacitaciones que vamos a llevar adelante a través de plataformas digitales y también presencialmente en los 53 Centros de Desarrollo de Negocio de Sercotec a lo largo de todo Chile.

Por último, un tercer eje es que puedan "adoptar" la digitalización. Estamos trabajando para poner a las pymes en línea, esto también en alianzas público-privadas donde participan empresas como Mercado Libre, Amazon, Google, donde la idea es que las pymes adopten la tecnología, puedan subirse al e-commerce y así abrir nuevos mercados y nuevas oportunidades.

¿Cuál es la estrategia del Ministerio para que las pymes adopten tecnología?

La estrategia, en primer lugar, es concientizar a las pequeñas y medianas empresas de la relevancia de la digitalización, y lo segundo es entregarles herramientas verdaderas para que puedan adoptar la tecnología. Sabemos



de muchas empresas que duplican sus ventas a través del e-commerce, y por ello queremos hacer este esfuerzo. Queremos además que sea un esfuerzo a lo largo de todo Chile. El 70% de los programas vinculados a esta iniciativa va a tener implementación regional. También estamos trabajando con la Subsecretaría de Telecomunicaciones para llegar y tener cobertura de telecomunicaciones a donde no se estaba llegando. Queremos que apunte a la mayor cantidad de pequeñas y medianas empresas.

¿Cuáles son los actores que hoy apoyan esta iniciativa?

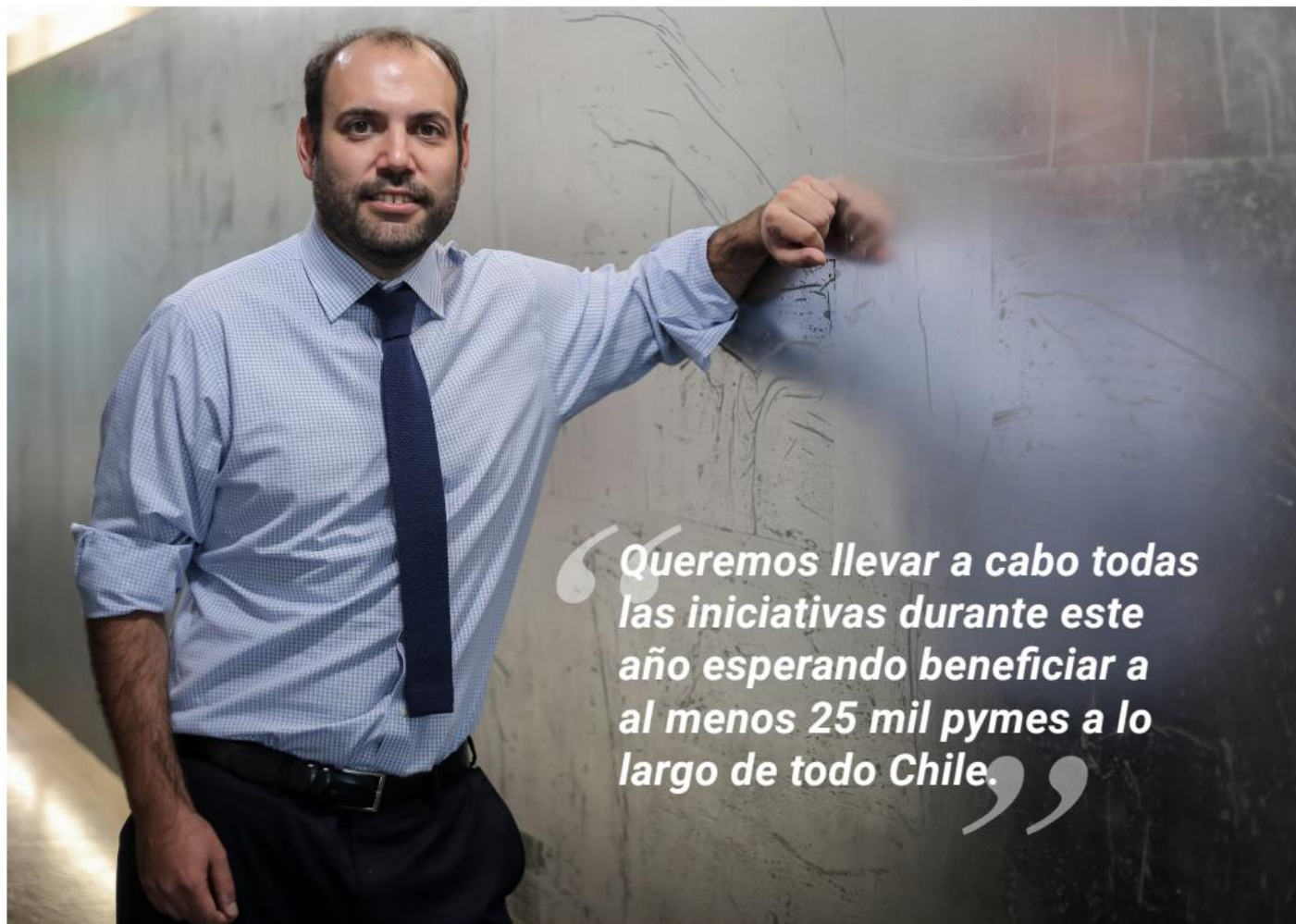
Esto nace como una alianza público-privada, donde participan, por un lado, empresas como Mercado Libre, Amazon, Google, la Fundación País Digital, Propyme, la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Chile y, por otro lado, otras instituciones del Estado como la Subsecretaría de Telecomunicaciones, la Subsecretaría de Turismo, Corfo, Sercotec... la verdad es que es un esfuerzo bastante amplio y conjunto en donde todos entendemos la relevancia de la digitalización.

¿Cuáles son las iniciativas actuales del programa?

Actualmente estamos con un piloto en la región de la Araucanía: el nodo Amazon, que busca tener comercio en línea para pequeñas y medianas empresas de la Araucanía. En marzo comenzaremos nuestra gira por Chile, que va a empezar en Concepción, donde junto a Propyme vamos a comenzar con los seminarios. Por otro lado, con la Cámara de Comercio de Santiago ya hemos realizado talleres y con la Fundación País Digital, talleres en Valparaíso, por lo que muchas de estas iniciativas ya están implementándose, y otras están próximas a implementarse. Tenemos un contrato de impacto productivo donde vamos a hacer una alianza público-privada para que una empresa suba al carro de la digitalización a pymes turísticas de la región del Maule y el Estado le pagará solo en función de que estas pymes realmente hayan adoptado realmente la tecnología; y así continuarán el resto de las iniciativas que esperamos empiecen a materializarse durante el primer semestre de este año.

¿Cuál es el plazo de ejecución?

Queremos llevar a cabo todas las iniciativas durante este año esperando beneficiar a al menos 25 mil pymes a lo largo de todo Chile. Sin embargo, esperamos que este no sea un esfuerzo puntual, sino que sea continuo, que el programa se siga trabajando durante los próximos años porque el esfuerzo que tenemos que realizar es grande. Como decía antes, un 75% de las pequeñas y medianas empresas del país no están digitalizadas, por lo tanto, tenemos que hacer un esfuerzo de largo plazo para que todas ellas se suban al carro de la digitalización.



“Queremos llevar a cabo todas las iniciativas durante este año esperando beneficiar a al menos 25 mil pymes a lo largo de todo Chile.”

¿Cómo van a medir los resultados?

“Cada una de las acciones tiene distintas formas de medirse. Por ejemplo, el Contrato de Impacto Productivo se medirá en base a los resultados en materia de digitalización. Los resultados de las pymes con las que estamos trabajando a través del nodo de Amazon, los vamos a medir a través de las ventas que van a realizar. Los seminarios muchas veces se miden en cuanto a convocatoria. Por su parte, el Chequeo Digital será una herramienta que nos permitirá medir un antes y un después en materias de alfabetización digital, al igual que las capacitaciones de Sercotec. Cada una de estas iniciativas va a contar con índices de medición que nos permitirán ver si vamos o no en el camino correcto y saber si las pymes se están subiendo al carro de la digitalización.

¿Algún llamado a los emprendedores a digitalizar su negocio?

Invitar a todas las pequeñas y medianas empresas a digitalizar sus pymes. Desde el Gobierno del presidente Piñera tenemos la convicción de que no pueden estar ajenas a la revolución digital, de que les abre oportunidades, que les empareja la cancha y que les va a significar un crecimiento futuro.☞



A menos de un año de su entrada en vigencia:

WALMART CHILE DUPLICA EXIGENCIA DE LEY DE INCLUSIÓN LABORAL

Walmart 
Chile



La vicepresidenta de Recursos Humanos de la compañía, Mónica Tobar, anunció la incorporación de cerca de 1.000 personas con discapacidad, las que representan el 2% de la dotación total de colaboradores.

La Organización Iberoamericana de Seguridad Social (OISS) reconoció a la compañía como uno de los principales promotores de empleo para personas con discapacidad en la región.

Cuando entró en vigencia la Ley de Inclusión Laboral, que exige la reserva del 1% de empleos para personas con discapacidad -en empresas públicas y privadas- Walmart Chile se planteó uno de los desafíos más importantes del último tiempo: doblar lo establecido por la normativa. A menos de un año de este hito, la compañía matriz de los supermercados Lider, Express de Lider, SuperBodega aCuenta, Ekono y Central Mayorista anunció la incorporación de cerca de 1.000 personas con discapacidad, las que representan el 2% de la dotación total de colaboradores.

La información fue dada a conocer por la vicepresidenta de Recursos Humanos de Walmart Chile, Mónica Tobar, quien explicó que para cumplir con este ambicioso objetivo, la compañía llevó a cabo un importante proceso de adaptación interna, lo que significó una serie de cambios en términos operativos y de infraestructura. "No ha sido un camino fácil, pero estamos felices de ser un espacio donde las personas pueden desarrollarse personal y profesionalmente. Este es el resultado de un trabajo colaborativo que involucró a muchas personas, por lo que resulta doblemente gratificante", recordó.

A modo de ejemplo, la ejecutiva destacó el caso de Yerko Belmar, un colaborador con discapacidad auditiva que actualmente se desempeña en un local del formato SuperBodega aCuenta en Talca, donde gran parte de su equipo aprendió lengua de señas para propiciar su óptima integración. "Este ejemplo es muy significativo para nosotros, ya que grafica en plenitud el espíritu inclusivo que impera al interior de la compañía. Cuando un grupo de personas es capaz de organizarse para involucrar realmente a un compañero con discapacidad, sin duda, crecemos todos", añadió.

Finalmente, Tobar recalcó que la compañía cuenta con una robusta política de Diversidad e Inclusión, la que ha permitido incorporar colaboradores de distintos orígenes, culturas, generaciones, orientaciones sexuales, habilidades y capacidades. "En Walmart Chile fomentamos la formación equipos diversos e inclusivos, porque han demostrado ser más creativos y comprometidos. La diversidad y la inclusión forman parte de nuestra cultura, porque reconocemos en las diferencias y en el respeto de las individualidades un valor", destacó.

RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL

El programa "Todos por la Inclusión", bajo el cual se promovió la incorporación de personas con discapacidad en las distintas áreas de la compañía, le valió a Walmart Chile ser reconocida con el premio "Iberoamérica Incluye 2018", otorgado por la Organización Iberoamericana de Seguridad Social (OISS), que distingue a aquellas iniciativas innovadoras en el fomento del empleo de personas con discapacidad.

"Tenemos el firme propósito de convertirnos en la mejor empresa para trabajar en Chile, y recibir un

reconocimiento de estas características nos llena de orgullo, al mismo tiempo que nos plantea el enorme desafío de continuar avanzando hacia espacios de trabajo cada vez más diversos e inclusivos", afirmó Mónica Tobar, vicepresidenta de Recursos Humanos de Walmart Chile.

El programa "Todos por la inclusión", fue destacado -junto al proyecto de lavanderías industriales de la empresa Ilunion Colombia- entre otras 35 iniciativas de la región. ✨



Norberto Girón,
Jefe de Misión de OIM Chile:

“El cambio climático y las migraciones presentan nuevos desafíos y oportunidades al sector privado”



En 2018 hubo un aumento de un 1,3% de la productividad en Chile. De este aumento, el 50% fue causa del aporte de los migrantes en la fuerza laboral. En esta línea, es conveniente pensar en la migración como un desafío global y como una oportunidad de mejora de la productividad para el país, según el experto.

Según un reciente estudio del Banco Mundial publicado de 2018 (Informe Groundswell) para el 2050 la cantidad de personas desplazadas por impactos graduales relacionados con el cambio climático en América Latina podría llegar a 17 millones en una situación en que los gobiernos no toman acciones de mitigación y adaptación. En un escenario similar, al 2050 podrían desplazarse 86 millones de personas en el África Sub-Sahariana y 40 millones en el sur de Asia. Es decir, podríamos tener solo en estas regiones, que representan el 55% de la población mundial, hasta 143 millones de migrantes a causa del cambio climático.

“A las personas desplazadas por dichas causas se les ha comenzado a llamar “migrantes climáticos”. Sobre esta materia, la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) tiene el mandato en el Sistema de Naciones Unidas de intensificar los esfuerzos nacionales, regionales e internacionales para abordar los desafíos de movilidad humana asociados con factores ambientales y de cambio climático”, explica Norberto Girón, Jefe de Misión de OIM Chile.

Y es que al hablar de migrantes climáticos, nos referimos a personas desplazadas de forma voluntaria y forzada, temporal y permanente, con y sin cruce de fronteras, e incluso podemos hablar de migración circular. Hablamos de que el cambio climático y/o la degradación de su medio pueden haber sido causas directas de movilidad. “Por ejemplo, la falta de agua potable por sequía o de suelos arables por inundaciones y erosión. Pero también puede ser una causa indirecta, como ocurre por ejemplo cuando se producen pérdidas en el sector agrícola y conllevan a mermas de empleo. Incluso podemos hablar de personas en estado vulnerable debido a que deben migrar y están imposibilitados por diversos motivos de hacerlo”, agrega Girón.



En este sentido, Chile es un país de alta vulnerabilidad frente al cambio climático según la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC). Esto debido a sus áreas de borde costero de baja altura, zonas áridas, semiáridas y de bosques; susceptibilidad a desastres naturales, sectores propensos a sequía y desertificación, zonas urbanas con problemas de contaminación atmosférica y ecosistemas montañosos como las cordilleras de la Costa y de los Andes.

Las proyecciones climáticas realizadas por especialistas del CR2 (Centro de Ciencias de la Resiliencia y el Clima) muestran para el territorio nacional un aumento de la vulnerabilidad de la población por motivos climáticos, principalmente en dos escenarios: en la zona norte se espera un aumento de las temperaturas continentales, sobre todo hacia la Cordillera y en el Altiplano; mientras que en la zona Centro-Sur se espera una disminución de las precipitaciones. Además, según estudios realizados por CEPAL (La Economía del Cambio Climático en Chile) a causa del cambio climático se vaticinan impactos negativos en varios sectores económicos en la zona central y norte de Chile: minería, agricultura, hidroelectricidad y forestal.

“Dados estos antecedentes, hay que tener claro que en un mediano plazo habrá un aumento de la migración climática en Chile. En este sentido, el patrón que se observa con fuerza y que probable-

mente se verá intensificado, es la migración hacia las ciudades, por cuanto en ellas se encuentra un mejor acceso a servicios básicos: salud, educación, vivienda digna y empleo. De hecho, Latinoamérica y el Caribe son las regiones con mayor nivel de urbanización: el 80% de sus habitantes vive en grandes ciudades, y concentra cuatro megaciudades con más de 10 millones de habitantes”, especifica Girón.

Un crecimiento descontrolado de las ciudades conlleva a un incremento de vulnerabilidades locales, lo que pone una presión adicional sobre servicios básicos como provisión de agua potable, disponibilidad de empleos y de alimento. Migrantes que no encuentran trabajo en un rubro acorde a sus capacidades se ubican en sectores donde no se requiere experiencia, por ende, con trabajos más precarios que los que tenían en su lugar de origen. Ello conlleva a un vórtice de vulnerabilidad que es importante frenar para evitar un empobrecimiento general de las nuevas poblaciones que se conforman en los lugares de acogida.

“El escenario descrito plantea la necesidad de diseñar e implementar planes de adaptación al cambio climático más temprano que tarde. Sobre esto, es muy importante considerar los aportes que traen los migrantes a las economías que los reciben, principalmente en diversificación del capital humano, nuevas experiencias (acumuladas de los países de origen), creatividad, innovación y conocimiento”, explica el Jefe de Misión de OIM

"A las personas desplazadas por dichas causas se les ha comenzado a llamar "migrantes climáticos".





Chile. Y es que, por ejemplo, según el último Informe Anual de la Comisión Nacional de Productividad (CNP), en 2018 hubo un aumento de un 1,3% de la productividad. De este aumento, el 50% es a causa del aporte de los migrantes en la fuerza laboral por varias razones: la primera de ellas es la participación del 81% de los migrantes en el mercado laboral nacional, y la segunda es que son personas bien capacitadas, al tener 1,6 años más de escolaridad promedio que los chilenos según el INE.

A la luz del aporte que realizan hoy los migrantes en el mundo laboral, y tal como se indica en el último informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), es conveniente pensar en la migración como una oportunidad de mejora de la productividad para el país. Dado que el cambio climático es un desafío global, es importante contar con el apoyo del sector privado.

“La Organización Internacional para las Migraciones en Chile trabaja activamente en apoyar al Gobierno y al sector privado en materia de inclusión de personas migrantes en el mercado laboral chileno. En esta línea, se han generado diversas instancias y asociaciones público-privadas para potenciar la inserción de migrantes. La más importante

de ellas ha sido la Mesa Interempresarial sobre Migración, desarrollada bajo el alero de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile”, explica Norberto.

Esta instancia ya apunta a una tercera sesión donde representantes del sector privado, Gobierno y Sistema de Naciones Unidas podrán continuar compartiendo experiencias, aportes y desafíos con respecto a la inserción laboral de las personas migrantes dentro de las empresas.

En esta tercera sesión, y en la construcción de una estrategia pensada a largo plazo, la Mesa Interempresarial sobre Migración tendrá la oportunidad de trabajar temáticas como la movilidad por cambio climático, diversificación y capacitación, y reconversión laboral de trabajadores, acorde a las necesidades de la industria y los servicios, así como también de reconocer los importantes aportes que la migración hace a la economía de los países que los acogen.❧



TRABAJAMOS
PARA HACER DE
CHILE EL PAÍS QUE
**MEJOR CUIDA A LOS
TRABAJADORES Y
SUS FAMILIAS**



www.achs.cl



AUTOATENCIÓN, AGILIDAD Y EFICIENCIA SON CLAVES PARA INNOVAR EN MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS

MOBILE
P O S

Productos como Mobile P.O.S o plataformas de afiliación online son algunas de las innovaciones del último tiempo que buscan mejorar la experiencia de servicio y que marcan un antes y un después en la industria.



Leyla Álvarez, subgerente de Transformación Digital e Innovación de Transbank.

La industria de los medios de pago en Chile está experimentando un profundo proceso de transformación digital con un directo impacto en los comercios. Estos tienen a su disposición una serie de plataformas que permiten que los tarjetahabientes les paguen con billeteras digitales, pueden transaccionar con su celular, afiliarse sin trámites ni papeleos y recibir pagos sin que las tarjetas de los clientes hagan contacto con los POS.

Estas revolucionarias alternativas forman parte de la digitalización que Transbank ha estado desarrollando en los últimos tres años, al incorporar plataformas que promuevan la auto-atención y sumar nuevas soluciones cada vez más rápidas y que permitan mayor cobertura.

Para la compañía, cuyo 70% de los clientes forma parte del segmento PYME, gran parte de sus esfuerzos se ha concentrado en mejorar la experiencia de sus clientes. La clave de este resultado está en la promoción y participación en mesas de trabajo donde se busca co-crear herramientas diseñadas a la medida de las necesidades y problemáticas de emprendedores y startups, los que forman parte de la vanguardia tecnológica PYME.

“Al centro de estos cambios está el desafío de ofrecer la mejor experiencia a través de mejores servicios y productos a nuestros clientes. Por eso no solo trabajamos para ellos, sino que lo hacemos junto a ellos, para entregarles las soluciones que realmente requieren”, indica Leyla Álvarez, subgerente de Transformación Digital e Innovación de Transbank.

Un ejemplo de esto es la afiliación online, servicio que está disponible desde 2017 y donde a través de una plataforma digital los comercios pueden afiliarse a Transbank sin trámites ni papeleos en solo 48 horas y con firma digital. “Estamos fortaleciendo las plataformas online tanto para la afiliación de comercios como para todo el proceso de post venta con el objetivo de reducir los tiempos de espera y hacer más eficiente la operación. Si antes todo este proceso implicaba mucho tiempo y papeleo, hoy se puede hacer en línea, con toda la agilidad que eso implica”, señala Leyla Álvarez.

Otro producto implementado por Transbank en el último tiempo es Mobile P.O.S, una solución de pago móvil que permite aceptar pagos con tarjeta de crédito y Redcompra desde el celular. Esta iniciativa está enfocada en comercios que requieren movilidad, comercios independientes y emprendedores. Además, de poder realizar el pago directamente al celular, el comprobante de venta se envía al correo electrónico del comercio y al del cliente que realizó la compra.

Estos avances tecnológicos consideran de manera prioritaria cuidar los atributos de seguridad que se ha ganado el sistema en Chile. “Tenemos tasas de fraude menores que el promedio mundial y latinoamericano, y eso es fruto de un trabajo conjunto entre emisores, reguladores y comercios. Si bien innovar requiere de una velocidad cada vez mayor, no puede implicar arriesgar los estándares con que siempre hemos operado, sino al revés”, agrega la profesional.

Respecto a los desafíos de Transbank para este año, considera como uno de los principales seguir mejorando la experiencia digital de los clientes desde la autonomía, la agilidad y la eficiencia. Asimismo, gestionar la innovación, lo que es un proceso permanente y constante. “Tenemos que seguir destrabando obstáculos y hacer que los flujos sean más livianos. Este es uno de los ejes del proceso de transformación digital que estamos viviendo”, sostiene.



Ventas del Comercio Minorista en RM cierra 2018 con el menor desempeño en una década

El Índice, que mide las ventas de la RM en términos de locales equivalentes, cerró el año con una baja real de 0,6%.

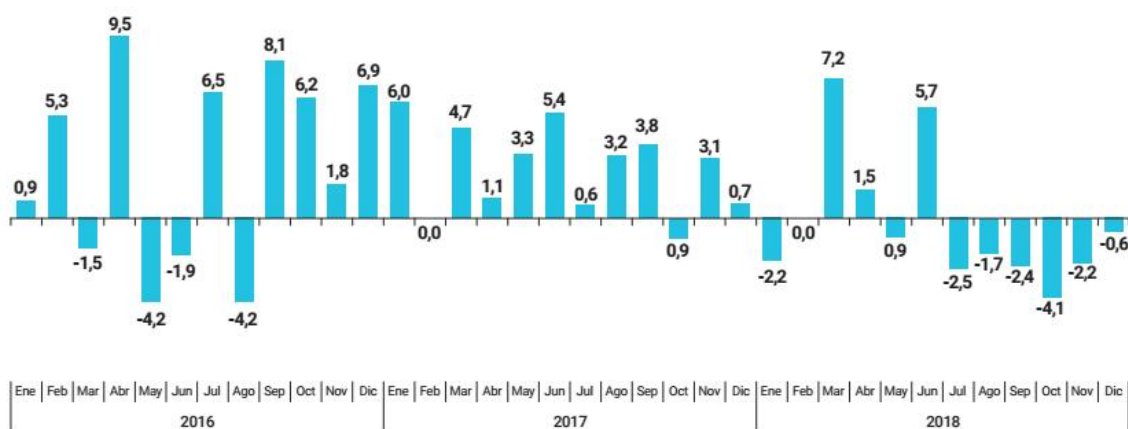
Las ventas minoristas de la Región Metropolitana, medidas en términos de locales equivalentes (ventas presenciales), donde se incluyen las categorías de Vestuario, Calzado, Artefactos Eléctricos, Línea Hogar, Mueble y la Línea Tradicional de Supermercados, experimentaron una baja marginal de 0,6% real anual en el mes de diciembre de 2018, dando cuenta de un resultado prácticamente nulo para el último mes del año, tras haber caído 2,2% en no-

viembre, evidenciando así seis meses de caídas. Esto según el informe mensual que elabora el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC).

De esta manera, las ventas del comercio cierran 2018 con una caída en el margen de 0,2%, por debajo del crecimiento de 2017 (2,5%), dando cuenta del menor desempeño en diez años.

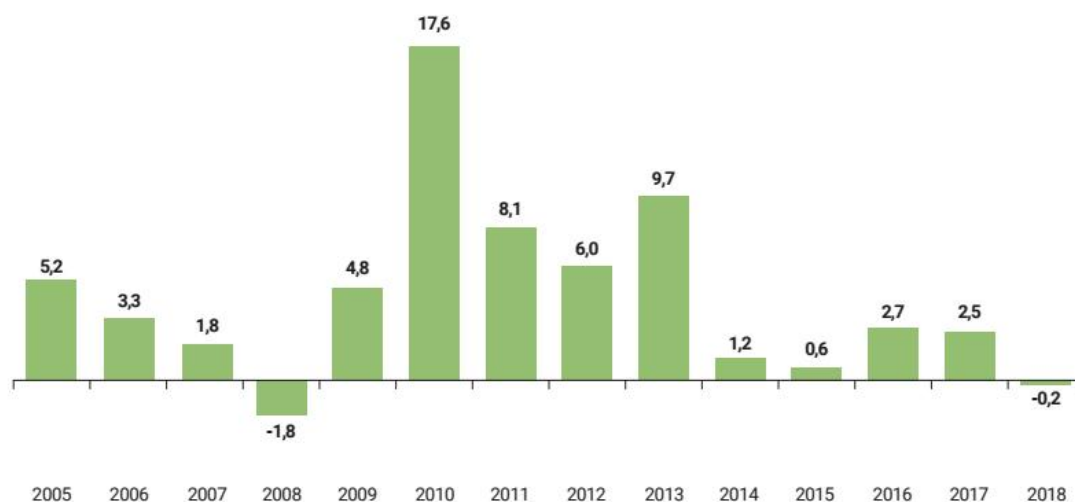
Ventas Reales Comercio Minorista RM 2016 - 2018

(% Variación Anual)



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas Reales Comercio Minorista RM (% Variación Anual)

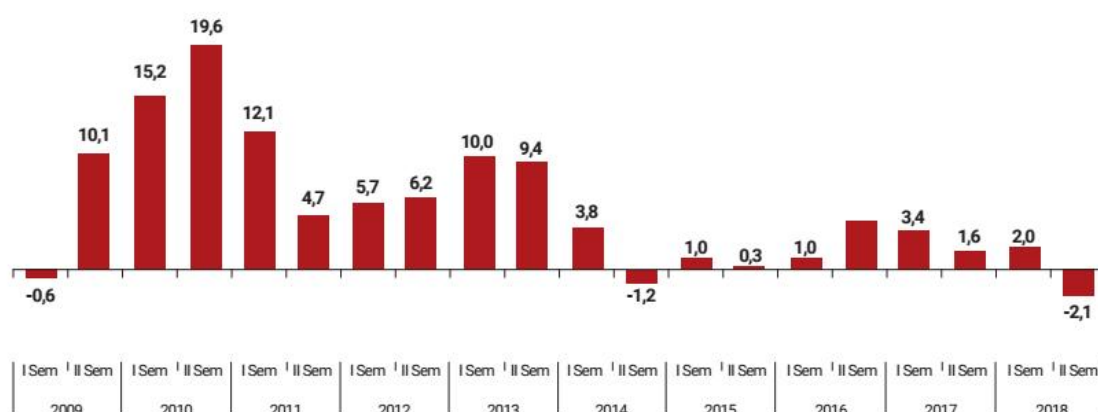


Fuente: Departamento de Estudios CNC

En línea con el comportamiento económico del país y al analizar los resultados semestrales, se observa una fuerte desaceleración del segundo semestre de

2018 respecto al primero, marcando una baja real de 2,1%, tras el alza de 2,0% evidenciada en la primera mitad del año.

Ventas Reales Comercio Minorista RM por Semestre (% Variación Anual)



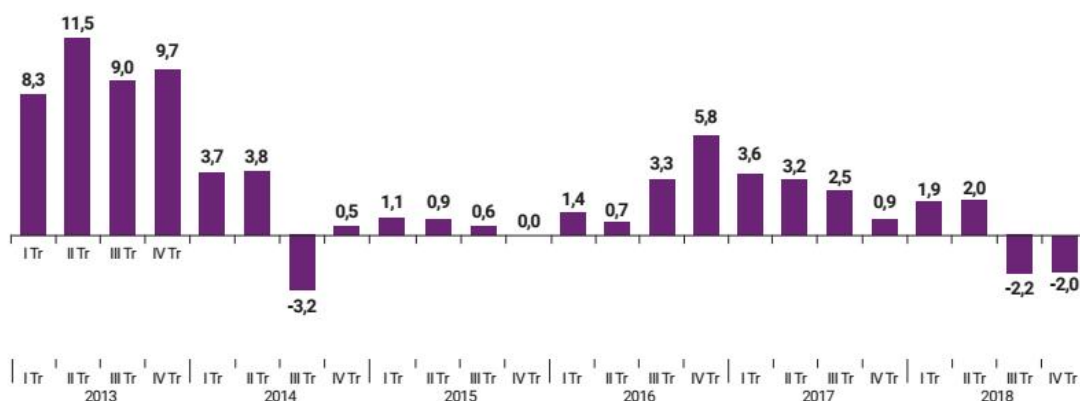
Fuente: Departamento de Estudios CNC

En cuanto al resultado trimestral, el último cuarto del 2018 marca una baja de 2,0% real anual, marginalmente sobre el resultado del tercer trimestre.

Por su parte, al analizar los trimestres móviles, el último período marca un quie-

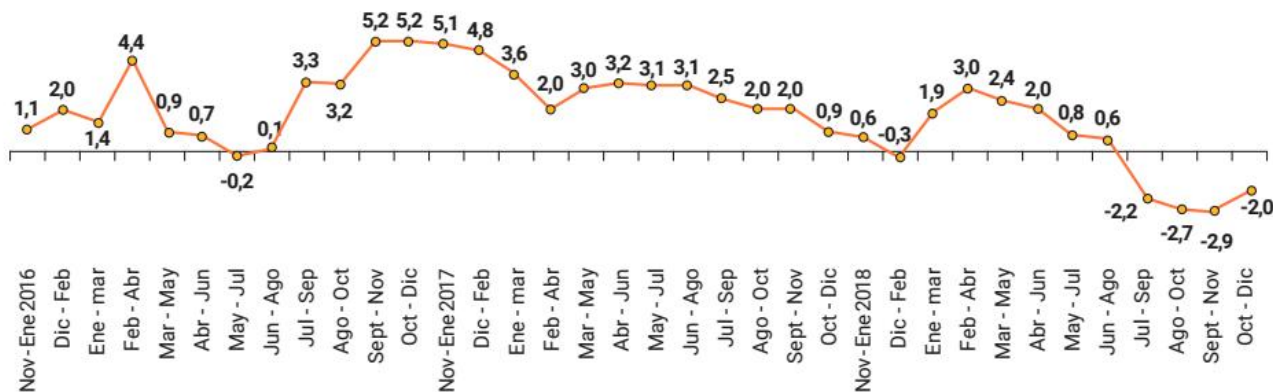
bre en la tendencia negativa que se venía observando desde el trimestre móvil marzo-mayo de 2018, lo cual será una señal positiva si se logra mantener en los próximos períodos.

Ventas Reales Comercio Minorista RM por Trimestre
(% Variación Anual)



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas Reales Comercio Minorista RM, Trimestre Móvil
(% Variación Anual)



Fuente: Departamento de Estudios CNC



2. Perspectivas

La actividad del comercio minorista en la RM, en términos de locales equivalentes, mostró durante diciembre un negativo resultado pese a contar con un día hábil más que en 2017, además de un domingo más si se considera el cierre por elecciones de 2017 previo a navidad.

El Índice marcó un débil comportamiento durante el 2018, año que comenzó con mayores niveles de optimismo, tanto empresariales como de consumidores, “lo que hacía prever un mayor repunte del sector. Sin embargo, y en línea con la economía del país, el indicador fue de más a menos, con una fuerte desaceleración en la segunda mitad del año” aseguró la ejecutiva.

“El comercio minorista realizó grandes esfuerzos por reactivar las ventas. Durante el año fue común ver estrategias promocionales, acompañados de fuertes bajas en los precios, pese a contar con un dólar más alto. Aún así, categorías como Vestuario, Calzado y Electrónica cerraron diciembre de 2018 con bajas anuales en sus precios de 6,5%, 6,4% y 8,1% respectivamente, dinámica de caída de precios que se evidenció durante todos los meses del año” aseguró Silva.

Distintos factores afectaron el desempeño del indicador. Durante el primer semestre del año “afectó fuertemente la alta base de comparación, dado el impacto que tuvieron los argentinos en las ventas desde fines de 2015 hasta la primera mitad de 2017. Luego en el segundo

semestre este impacto se atenúa y comienzan a ser factores internos los que no logran repuntar las ventas. La debilidad del mercado laboral que se ha visto durante el año y la desaceleración de la masa salarial, junto a la caída que ha tenido la confianza de los consumidores, la cual desde agosto que volvió a caer en terreno pesimista, han impactado fuertemente los resultados del sector” asegura Bernardita Silva.

Para 2018 se estima que el PIB del país alcanzará un alza de 4%, donde el Comercio habrá sido el motor de la economía, alcanzando un alza promedio de 5,9% en los tres primeros trimestres del año con un crecimiento entre 5% y 6% en el año. Sin embargo, dentro del sector no todo ha sido tan positivo. El Índice de Actividad del Comercio (INE) se espera que cierre el 2018 con un alza de 5,2%, liderado por el sector Automotriz que cerraría con un alza en torno al 10,5% y el sector Mayorista con un incremento de 6%. Pero la categoría Minorista -sin contar automóviles- cerrará el año con un alza en torno al 2% -por debajo del alza de 3% de 2017- marcando así el menor crecimiento en los últimos años.

“Bajo este escenario, esperamos que el PIB del país crezca en 2019 entre un 3,3% y un 3,8%. En cuanto al PIB del Comercio, enfrentado a una mayor base de comparación, proyectamos que crezca en un rango de 2,0% a 3,5%. Por el lado del consumo privado, proyectamos que crezca entre 3,4% y 3,6%, condicionado al repunte del mercado laboral y



los salarios. Finalmente, estimamos que nuestro Índice de Ventas Minoristas crecerá entre un 2% y 3,5% dependiendo en gran parte de la recuperación del empleo asalariado y de las confianzas, las cuales han dado cierta señal de mejora en este comienzo de año" asegura la experta.

La gerenta de Estudios de CNC agrega que "dado lo anterior, nos parece que los mayores desafíos están en reactivar las confianzas y afianzar la inversión, no solo en bienes de capital. Creemos que es clave reactivar las contrataciones en el sector privado, creando más y mejores empleos. Hemos visto que el Gobierno está impulsando una batería de reformas que creemos van en la línea correcta, como la modernización tributaria, la que es imprescindible sacar adelante. Sin embargo, falta ver iniciativas enfocadas concretas en reactivar el mercado del trabajo, mediante mayor flexibilidad y la eliminación de las rigideces existentes". Silva cierra asegurando que "dado el nuevo escenario tecnológico y las nuevas maneras de consumo que van ganando terreno, se hace urgente concretar proyectos como la adaptabilidad laboral, ya sea mediante el teletrabajo, la flexibilidad horaria o iniciativas que incentiven la contratación de adultos mayores, mujeres y jóvenes –entre otras-".

3. Ventas del Comercio – Evolución Sectores

Diciembre 2018

Durante diciembre de 2018 sólo Vestuario experimentó un alza anual en sus ventas, mientras que las demás categorías marcaron bajas de distinta magnitud.

Las ventas de Calzado, marcaron en diciembre una baja real anual de 5,4%, tras haber caído un 6,2% en noviembre, cerrando 2018 con una baja en el margen de 0,6% real, desace-lerándose respecto a 2017.

El rubro Vestuario, evidenció en diciembre un alza de 3,9% real anual, acelerándose respecto a noviembre, evidenciando una tendencia positiva en los últimos tres meses. El rubro

acumuló así, en los doce meses de 2018, un incremento real de 3,6%, bajo el alza de 6,9% anotada en el año 2017.

Dentro de la categoría, Vestuario Mujer y Vestuario Hombre marcaron alzas reales anuales de 5,3% y 5,8% cada uno en diciembre. Por su parte, Vestuario Infantil alcanzó una caída real anual de 3,4%. Así, entre enero y diciembre de 2018, Vestuario Mujer acumuló un aumento real en sus ventas de 7,3% y Vestuario Hombre cerró 2018 con un incremento de 2,9% real. En cuanto a Vestuario Infantil este terminó el 2018 con una baja real de 2,6%.

Respecto a las ventas de Artefactos Eléctricos, estas cayeron un 5,0% real anual en el último mes de 2018, tras la baja de 14,1% de noviembre, promediando un descenso de 1,6% entre enero y diciembre de 2018.

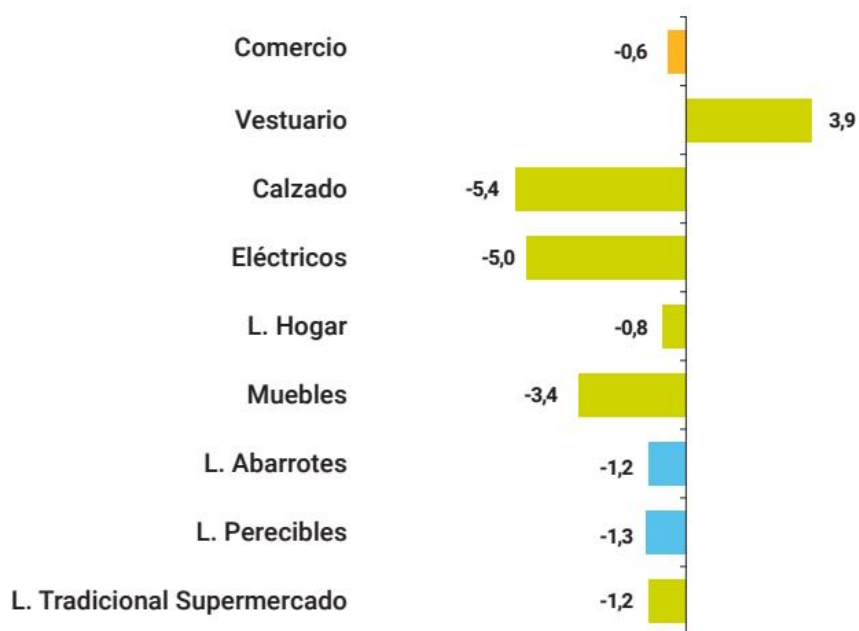
La categoría Línea Blanca y Electrodomésticos fueron las más golpeadas, con caídas reales anuales en diciembre de 9,5% y 8,1% respectivamente, cerrando 2018 con bajas de 2,4% y 1,5%. Por su parte, Electrónica registró una baja de 1,9% real anual en el último mes de 2018, acumulando así entre enero y diciembre de 2018 un descenso de 1,1% real.

En tanto, las ventas de Línea Hogar evidenciaron en diciembre una baja marginal de 0,8% real anual. Así, la categoría anota en 2018 un incremento real de 1,5%, en línea con el resultado de 2017.

La actividad de Muebles, por su parte, cayó un 6,3% real anual en el mes de diciembre, acumulando entre enero y diciembre de 2018 una baja real de 2,6%.

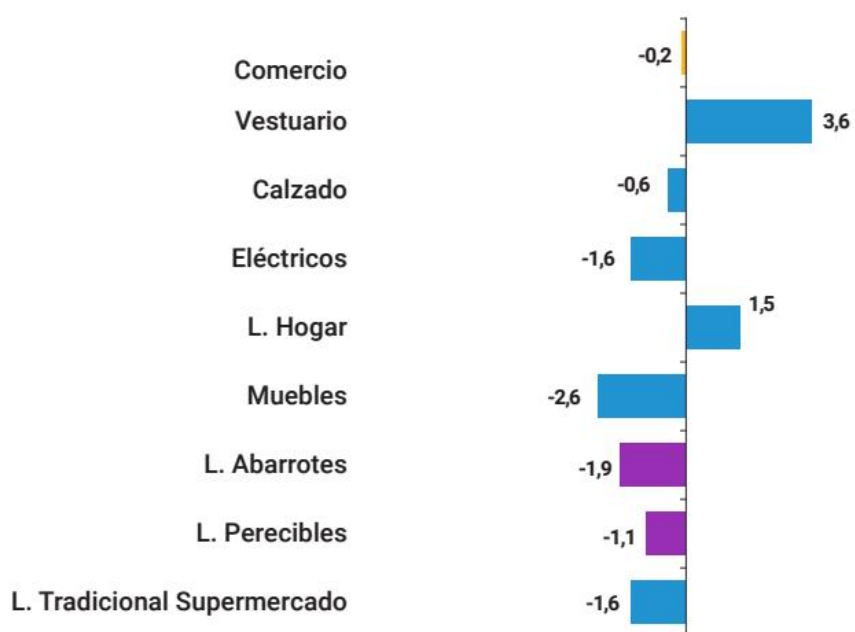
La Línea Tradicional de Supermercado, en término de locales equivalentes, marcó en el último mes de 2018 una baja de 1,2% real anual, tras caer 1,8% en noviembre, cerrando el año con una caída real de 1,6%. Dentro del rubro, Abarrotes marcó una baja de 1,2% real anual en diciembre, acumulando una caída de 1,9% real en 2018. Por su parte, las ventas de Perecibles cayeron 1,3% real anual en diciembre, anotando una baja de 1,1% real en el 2018.

Ventas Reales del Comercio Minorista de RM por Subsectores
Diciembre 2018/2017 (% Variación Anual)



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Ventas Reales del Comercio Minorista de RM por Subsectores 2018/2017
(% Variación Anual)



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas Reales del Comercio Minorista RM
(% Variación Anual)

Período	Total Comercio	Vestuario	Calzado	Artefactos Eléctricos	Línea Hogar	Muebles	Línea de Supermercados		
							Abarrotes	Perecibles	Total L T Superm.
2012	6,0	9,7	22,1	10,2	10,9	0,8	-0,5	-5,2	-3,0
I Trimestre	6,2	3,7	12,6	16,8	19,2	2,9	2,6	-0,7	0,6
II Trimestre	5,2	6,3	19,2	8,4	13,5	-3,3	0,8	-2,8	-1,0
III Trimestre	6,8	14,7	28,2	9,3	9,6	2,0	-0,6	-7,4	-4,0
IV Trimestre	5,8	12,6	27,4	8,6	2,3	1,9	-4,2	-8,9	-6,6
2013	9,7	18,1	26,3	9,8	6,0	3,3	0,5	-1,8	-0,7
I Trimestre	8,3	18,8	30,9	8,5	1,2	8,2	-1,8	-4,2	-2,9
II Trimestre	11,5	23,5	31,0	10,2	5,7	6,1	0,2	-1,4	-0,8
III Trimestre	9,0	16,1	23,5	10,1	9,3	2,6	1,2	-1,0	-0,1
IV Trimestre	9,7	15,1	21,4	10,0	8,0	-3,2	2,2	-0,7	0,7
2014	1,2	7,3	13,9	1,4	1,8	-5,1	-0,4	-6,8	-3,4
I Trimestre	3,7	14,3	18,0	8,7	5,4	-2,1	0,4	-7,4	-3,2
II Trimestre	3,8	6,8	11,9	11,0	2,2	-4,0	3,4	-6,7	-1,0
III Trimestre	-3,2	0,5	7,9	-10,2	-2,1	-8,3	-1,9	-6,4	-4,0
IV Trimestre	0,5	8,5	17,2	-3,1	2,1	-6,2	-3,1	-6,9	-5,0
2015	0,6	5,6	10,4	1,4	-7,1	-5,6	-2,6	-2,7	-2,5
I Trimestre	1,1	7,3	12,3	-0,6	-10,0	-7,3	-1,4	-1,2	-1,4
II Trimestre	0,9	9,3	9,7	-3,0	-7,6	-4,6	-3,1	-0,6	-2,2
III Trimestre	0,6	5,6	14,2	5,4	-6,2	-7,2	-3,4	-4,2	-3,7
IV Trimestre	0,0	1,7	7,1	4,7	-4,8	-3,1	-2,4	-4,4	-2,8
2016	2,7	2,9	10,3	7,7	3,1	-10,4	-0,6	1,7	0,3
I Trimestre	1,4	0,5	10,5	6,0	5,5	-8,6	-1,1	-0,2	-0,8
II Trimestre	0,7	1,2	9,4	4,0	0,3	-13,9	-2,1	-0,7	-1,5
III Trimestre	3,3	5,2	10,1	8,6	3,2	-7,4	-0,7	2,3	0,4
IV Trimestre	5,8	5,6	13,7	12,5	4,5	-10,7	1,9	5,3	3,2
2017	2,5	6,9	3,6	1,9	1,8	-7,2	-0,5	2,8	0,8
I Trimestre	3,6	10,5	7,0	5,9	-1,6	-11,0	-1,1	3,1	0,5
II Trimestre	3,2	7,4	7,3	2,9	5,9	-5,1	-0,4	1,6	0,4
III Trimestre	2,5	5,2	1,9	0,2	2,5	-3,9	0,9	4,8	2,4
IV Trimestre	0,9	5,4	-1,2	-0,4	-1,0	-8,7	-1,4	1,9	-0,1
2018	-0,2	3,6	-0,6	-1,6	1,5	-2,6	-1,9	-1,1	-1,6
I Trimestre	1,9	2,8	3,4	2,7	8,1	-1,1	-0,3	1,8	0,5
II Trimestre	2,0	6,6	-0,3	4,7	0,6	1,0	-2,0	0,2	-1,1
III Trimestre	-2,2	1,6	-2,6	-3,8	-1,1	-5,4	-3,2	-3,8	-3,4
IV Trimestre	-2,0	2,9	-2,5	-9,4	-1,2	-4,9	-2,2	-2,3	-2,3

CASTILLO DE MOLINA



MENOS ENCUENTROS VIRTUALES
MÁS ENCUENTROS REALES



DISFRUTA EL AQUÍ Y EL AHORA

Conoce más en castillodemolina.cl/facetoface



Producto para mayores de 18 años.

A portrait of Fernanda Vicente, a woman with long, wavy brown hair and blue eyes, smiling at the camera. She is wearing a black blazer over a white top and has her arms crossed. A silver watch is visible on her left wrist. The background is a light-colored wall with framed artwork, including a piece with the word 'Adulto' in Spanish.

Fernanda Vicente,

presidenta y Fundadora
de Mujeres del Pacífico



Mujeres del Pacífico

¿Qué significa ser emprendedora en Chile?

Es un gran desafío, además de todos los roles que cumplimos como mujer, liderar empresas tiene los desafíos de mercados pequeños, del acceso al financiamiento, de incorporar modelos de negocios innovadores, de que nuestra propuesta de valor tenga relación con el mercado, de liderar equipos que comulguen con tu propósito, etc.

Pero, creo que se está armando una fuerza femenina muy grande en los negocios. Por eso en Mujeres del Pacífico abrimos las puertas para que todas las mujeres que emprenden en Latinoamérica, sin importar su origen, profesión, industria ni zona geográfica puedan ser parte.

¿Cuál es el valor de “la mirada femenina” en los negocios?

Es fundamental, hoy las empresas tienen que ser empáticas, vivir y sentir las necesidades de quienes buscan servir y de sus colaboradores, es así como el rol de lo femenino es cada vez más importante y urgente de incorporar. También generamos redes más fáciles y lazos fuertes, fundamental para la nueva economía colaborativa.

¿Cuáles son a su juicio las 3 claves para tener éxito con una idea o emprendimiento?

- a) Constancia - perseverancia
- b) Trabajo 24/7
- c) Foco en el negocio- estar permanentemente en búsqueda del mejor modelo de negocio y ser flexible para adaptarse.

¿Cuáles son las 3 mayores dificultades para emprender?

- a) No tener claro el segmento de cliente y la propuesta de valor adecuada a esos segmentos.

- b) La desvinculación de redes de contactos importantes.
- c) La dificultad de acceder a financiamiento para crecer.

¿Creen que existe en el país un ecosistema para las pymes?

El ecosistema creo que aún está enfocado en el emprendimiento y hasta ahora en etapas tempranas o en lo que llaman el “alto impacto”. Creo que ahora viene el turno de las MiPymes tradicionales, generar apoyos para que se profesionalicen, digitalicen y sea más innovadoras, así serán más competitivas y productivas.

¿Qué proponen en materia de políticas públicas para mejorar las condiciones para innovar?

Primero acercar la innovación a todos y no sólo que quede en las elites. Creo que las investigaciones innovadoras debieran aplicarse primero en el sector público, validarlas y de ahí democratizarlas. Hay que invertir fuerte en capacitar en innovación a las y los emprendedores chilenos y vincular más a las empresas-academia con los emprendedores.

¿Creen que se debe potenciar más el liderazgo femenino en temas de emprendimiento?

Sin duda, hoy cerca de un 40% de los emprendimientos son liderados por mujeres, pero su nivel de profesionalización es bajo. Necesitamos urgentemente impulsarnos para que generen mayor valor social.☞



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)

Por un país que promueve un comercio formal



CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE CHILE

El Observatorio del Comercio Ilícito, es una alianza público-privada impulsora de iniciativas para educar e incentivar una cultura hacia la legalidad y respeto a la propiedad intelectual.

ALIANZAS PÚBLICAS

Subsecretaría
del Interior

Subsecretaría
de Prevención
del Delito

FISCALIA

Intendencia
Región
Metropolitana

DIRECON

INAPI
Ministerio de
Economía, Fomento
y Turismo

ADUANAS
CUSTOMS

SII
Servicio de
Impuestos
Internos

Carabineros

PDI

SANTIAGO
Ilustre Municipalidad



Rodrigo Arangua

Víctor San Martín

Claudio García

Equipo Qüis:

“Somos una solución tecnológica para la transformación digital del micro, pequeño y mediano comercio”.



El comercio ha tenido que comenzar un proceso de adaptación a una nueva realidad digital, pero muchas veces se ven afectados por la envergadura del cambio, el no tener conocimiento sobre el tema y no saber a quién acudir cuando se les presente un problema. ASÍ NACE QÜIS.

Hoy el comercio se ve enfrentando a nuevos procesos digitales asociados a cambios legislativos, circulares y nuevas normativas que obligan a las micro, pequeñas y medianas empresas a operar sus documentos tributarios de manera electrónica, como lo son la boleta y factura electrónica, la firma digital, la casilla electrónica, entre otros productos que se comenzaron a gestar en Chile en transformación digital.

Frente a este ineludible escenario de modernización, el comercio inició un proceso para adaptarse a una nueva realidad digital y superar la desinformación o el requisito de un soporte técnico adecuado.

Así, la fundación de Qüis surgió luego de una investigación que llevó a cabo el ingeniero Víctor San Martín, dedicado por años a las tecnologías disruptivas, junto con otros profesionales emprendedores, para actuar en consecuencia, pensando en una solución integral y resolver los problemas en esta transición.

Víctor, hoy director de Qüis, concluyó que la mejor solución era combinar las obligaciones tributarias establecidas por el Servicio de Impuestos Internos (SII), a través de una potente plataforma que fuera capaz de impactar sobre estas empresas de manera fácil, personalizada, justa y humana.

“Hace cinco años comenzó esta idea de crear una solución tecnológica que pudiera apoyar la transformación digital del comerciante. Hubo una investigación extensa detrás y logramos concluir que el mayor conflicto era que la gente no estaba informada y no entendía los beneficios de estas herramientas”, explica San Martín.

“Esperamos formar un equipo multidisciplinario exitoso, compuesto por jóvenes especialistas y profesionales de distintas áreas, preparados para hacer frente a este gigante desafío en la construcción de nodos” dice Claudio García, encargado UX. Y con el apoyo de diversos organismos, logró crear una red de alianzas para reunir a todos los servicios digitales relacionados con las nuevas exigencias tecnológicas: ACEPTA, Vale Electrónico, Kimn-IT, entre otros, se sumaron y se siguen uniendo a este plan de democratización comercial liderado por Qüis.

“Cuando comenzamos a tener alianzas, nos dimos cuenta de que también debíamos proveer de soporte técnico a estos comerciantes que se estaban reconvirtiendo. Entonces, pensamos en una manera óptima para acompañarlos en este difícil proceso y creamos los “quioscos”, una unidad independiente, física, de soporte real y amigable, implementada para los usuarios directos”, agrega Rodrigo Arangua, gestor comercial de Qüis.

Con ese objetivo, identificaron los clústeres de comercio, como los que se encuentran en la Vega Central, Patronato, Barrio Meiggs, Lo Valledor o Barrio Franklin para empezar a proyectar el trabajar con ellos. Actualmente, con Lo Valledor están en conversaciones avanzadas de implementación y acciones conjuntas.

En esos puntos estratégicos, se planifica inaugurar quioscos que ofrezcan una completa oferta de insumos y servicios como seguros, POS electrónico, boleta electrónica, firma digital, casilla digital, servicios post venta, última milla, balanzas digitales, servicios municipales, repuestos, etc.

“Contaremos con un quiosco en cada clúster importante para ofrecer nuestros servicios de venta y postventas de manera estratégica, con el objetivo de facilitar herramientas que ayuden a reducir costos y aumentar las ventas a través de una plataforma que tiene impacto directo sobre los servicios de información, para que sean útiles y accesibles a sus usuarios”, explica García. Además, afirma que: “representamos la habilidad de generar múltiples fuentes de ingreso sobre un mismo conjunto de activos tecnológicos”. Hoy, la empresa está en la actualidad en fase de implementación.

Entre otros beneficios, Qüis ofrece al comerciante planes a la medida, acceso a la información tributaria 24 horas, la posibilidad de ser parte del Marketplace que han creado potenciando los alcances de cada comercio, posibilitar la trazabilidad de la data informativa que se acumula y se desperdicia, más ahorros importantes en recursos varios como el tiempo.◀



Con nosotros,
modernizar tu negocio
es sólo el primer paso



Ahorra tiempo al
emitir tus boletas



Nunca más acude
al SII a timbrar
balonarios



Ahorra costos en
tu contabilidad



Ordena tu gestión
de ventas

Para más información, visita
www.quis.cl

ACEPTA



LA BATALLA DE TODOS LOS DIAS SE GANA EN LA CALLE

LA SUCURSAL MÓVIL SIN LÍMITES



Poderoso Gestor Documental



Verificación Biométrica



Gama profesional Samsung



Monitoreo y Control



Eficiencia financiera



Firmas Digitales





En el sector comercio los mayores riesgos psicosociales son la violencia de terceros y la necesidad de esconder emociones



DANIELA CAMPOS,
Jefa de Riesgos
Psicosociales ACHS

¿Qué son los riesgos psicosociales?

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), los riesgos psicosociales son “aquellas características de las condiciones de trabajo que afectan a la salud de las personas a través de mecanismos psicológicos y fisiológicos, a los que se llama estrés”.

¿Cuáles son los principales riesgos a los que están expuestos los trabajadores del sector?

En el sector comercio, especialmente dada las características del trabajo en relación con la atención al público, los principales riesgos psicosociales a los que están expuestos los trabajadores es la violencia por parte de terceros y la necesidad de esconder emociones. La violencia laboral puede ser externa o interna, la externa por ejemplo son los asaltos o la violencia a la que está expuesto un trabajador frente a un cliente violento, la violencia interna se refiere al acoso laboral.

Hay estudios que demuestran que quienes se desenvuelven en trabajos que exigen contacto continuo con usuarios/clientes muestran una más evidente y frecuente prevalencia de trastornos asociados a estrés ocupacional: ¿cómo está nuestro sector en este sentido?

El 20% de todas las enfermedades de salud mental corresponden al sector comercio. El estrés afecta directamente a la productividad del trabajador, generando consecuencias que afectan la salud física y mental. Según cifras del MINSAL y de la dirección del trabajo un 38,3% de los trabajadores declaran sentir cansancio, un 36% sufre de dolores de cabeza, el 32,6% tiene dificultades para conciliar el sueño, mientras que un 31% se siente tenso e irritable, sintomatologías que afectan directamente su desempeño, provocando baja productividad o riesgos de sufrir accidentes laborales.

¿Cuál sería el análisis por corte de género y rango etario en cuanto a los riesgos psicosociales?

Sabemos que un gran porcentaje de los trabajadores en el sector comercio son mujeres, además son las mujeres quienes en mayor porcentaje tienen los cargos más bajos den-

tro de todos los rubros económicos. Asimismo, en Chile la sensación de estrés es más alta en mujeres que en hombres debido a dos grandes tópicos, el primero es la doble presencia en la jornada laboral, según la encuesta ENETS (2011) la mujer debe conciliar las actividades que demanda su trabajo y al mismo tiempo con las responsabilidades que conllevan la vida familiar, como por ejemplo la preocupación de tareas doméstica, el cuidado de niños y enfermos.

De hecho, el 45% de las mujeres trabajadoras refiere que siempre o casi siempre debe dejar el trabajo para solucionar un problema en la casa, a diferencia de los hombres que solo llega a un 7,4%. Es importante mencionar que un factor que ayuda o potencia la prevención del estrés es disponer de espacios de tiempo libre que permitan el desarrollo de otras actividades.

El segundo factor que influye en que la mujer tenga tasas más altas de estrés dice relación con la capacidad de que tiene la mujer de reconocer y expresar emociones de forma más clara, por lo que muchas veces frente a un mismo estresor la mujer reconocerá que está estresada, y en el hombre es menos probable que reconozca esta situación, por lo que posiblemente presentará algún síntoma psicósomático como por ejemplo colon irritable o alergia.

¿Existe algún “mapa de riesgos emergentes”? cuáles son los riesgos psicosociales del sector?

Los riesgos psicosociales del sector se centran en las exigencias psicológicas de esconder emociones, exigencias psicológicas cuantitativas y doble presencia. Sin embargo, también debemos agregar los riesgos psicosociales que no se miden con el cuestionario SUSESO-ISTAS 21, como es la violencia externa por parte de clientes, y el acoso laboral.

¿Alguna buena práctica del sector que podamos contar?

Fomentar el apoyo entre las trabajadoras y los trabajadores y de los superiores en la realización de las tareas, así como garantizar el respeto y el trato justo a las personas; garantizando la equidad y la igualdad de oportunidades entre géneros y etnias.



Defínase en 140 caracteres.

Soy una persona perseverante, muy detallista y autoexigente, que le gusta tomar objetivos y llevarlos a cabo, trabajar para cambiar el “Hay que” por “Tenemos que”, me gusta el trabajo en equipo aportar y mejorar el entorno de las distintas actividades donde participo.

Carlos Stange

Presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo A.G. de Puerto Montt

Cuéntenos de su trabajo, a qué se dedica.

Empresario en el rubro informática, con una empresa que ya tiene 25 años de vida, y nos dedicamos a solucionar problemas de negocios, aplicando tecnología que les permita a nuestros clientes ser más competitivo y mejorar desde todo punto de vista su gestión. Pretendemos ser socios con nuestros clientes toda la vida.

¿Cómo es el empresario chileno?

Como no existe la universidad de empresarios, la gran mayoría viene a ser una persona autodidacta que aprende de sus errores y se va adaptando. Creo que en un inicio nos integramos a nuestro equipo de trabajo, pero lamentablemente esto se va perdiendo a medida que vamos creciendo, lo cual no es algo positivo, ni bueno.

Admiro al empresario chileno por su espíritu emprendedor, por atreverse a salir del estado de confort por los motivos que sean, de tener el valor de desarrollar un sueño asumiendo los costos que esto trae, somos nosotros, y como testigos nuestras familias los que conocemos el sacrificio que ser empresario conlleva. Ser el primero en llegar y el último en irse, es solo inicio, y a esto tenemos que sumarle que independiente del estado físico o anímico tenemos que seguir adelante.

En la actualidad nos encontramos en un estado de evolución, en donde crear empleo no es suficiente, sino hay que aprender a vincularse con el medio y los territorios, ser aún más transparente y desarrollar nuestra actividad basada en la sustentabilidad.

¿Cómo llegó a ser parte de la Cámara de Comercio de Puerto Montt?

En un principio era una persona pasiva, muy crítico de cómo se hacían las cosas, pero sin hacer nada para cambiarlo, hasta que unos socios me desafiaron a participar, dejar la crítica y empezar a aportar.

Pensaba que la responsabilidad del gremio, no era solo preocuparse del tema particular de quienes representa, sino que debía mejorar el entorno, para que de esa forma se puedan aumentar las posibilidades de desarrollo, donde se genere un círculo virtuoso de vinculación con la actividad que se desarrolla.

Cuando niño, ¿qué soñaba con ser de adulto? ¿Por qué?

Ser transportista y tener un camión para manejarlo toda la vida y vivir en él, esto se debe a que mi papá fue transportista

y además dirigente gremial, por lo que siempre estuve vinculado a esa actividad.

¿Por qué no lo desarrolle? Mi Padre fue mi mayor distractor, no quería que fuera camiónero por los sacrificios y los riesgos que esto conlleva.

Pero aun así me quede con uno de los legados más importantes de mi padre, que tiene relación con la dirigencia gremial.

¿Cómo describiría el aporte de la Cámara de Puerto Montt al desarrollo de su región?

Como un referente responsable en el desarrollo de la Ciudad de Puerto Montt y la región, vinculada y respetada por la autoridad local, regional y la ciudadanía.

Como estrategia definimos ser líderes y trabajar mediante alianzas público-privadas con un objetivo de hacer de Puerto Montt una ciudad más amigable, segura e Inteligente. Además de:

- Combatir cualquier actividad de comercio ilícito.
- Ser un referente válido antes las autoridades y organismos pertinentes.
- Aportar al crecimiento y desarrollo de la Asociación Gremial, priorizando los mejores beneficios para nuestros asociados.
- Gestionar y facilitar el acceso a las capacitaciones, asesorías, desarrollo y análisis estadístico e indicadores que permitan un mayor valor agregado a la labor empresarial.
- Apoyar iniciativas que propendan a fomentar el emprendimiento y la innovación.
- Aportar al desarrollo y fortalecimiento de la actividad turística de la zona.
- Permanente vinculación con el medio (Cultura, deportes, Otros).

Cómo explicaría el trabajo de la Cámara de Puerto Montt a un niño/a de 10 años?

Un medio para aportar al desarrollo del comercio, turismo y servicios con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Ciudad desde el mundo empresarial, con trabajo responsable y sustentable.

¿Qué significa ser director de la CNC?

Es la tarea más importante en la que me ha tocado ser parte, ser la vinculación entre la Capital del país, participando en actividades y poniendo en valor a las regiones como un hilo conductor que, permite generar políticas públicas, estar

en constante debate y recibir suministro de primera línea para desarrollar la actividad gremial desde las regiones.

Ser parte como director, de un gremio nacional es consecuencia de lo que hemos estado trabajando, que las regiones sean parte integral de la gobernanza le da valor a la gestión, por lo que se debe asumir con la responsabilidad que embiste el cargo. Pensando Global más que local.

Para mí fue un orgullo haber sido elegido para cumplir tan importante papel, que atesorare por siempre, y no escatime esfuerzos para responder a esa confianza.

Conocer el profesionalismo de las personas que trabajan en la CNC y el cariño que ponen a cada actividad, superando siempre las expectativas que se espera de ello es una experiencia digna de conocer y valorar que permite estar tranquilo de dirigir e ir tomando nuevos desafíos, donde el límite es el apoyo y la creatividad que podamos aportar como directores.

¿Algún lugar que le gustaría visitar y por qué?

Belén, porque es un lugar en donde nació el líder más grande y consecuente que conozco y admiro, nació con una visión y misión específica, de cambiar el mundo y aportar desde su humilde posición, asumiendo los sacrificios que esto traía, y que claramente lo logro.

Si tuviera que "vender" nuestro país, ¿cuál sería su slogan?

Chile, Un lugar donde Ser Feliz, depende de ti ...

¿Cómo se ve dentro de 20 años?

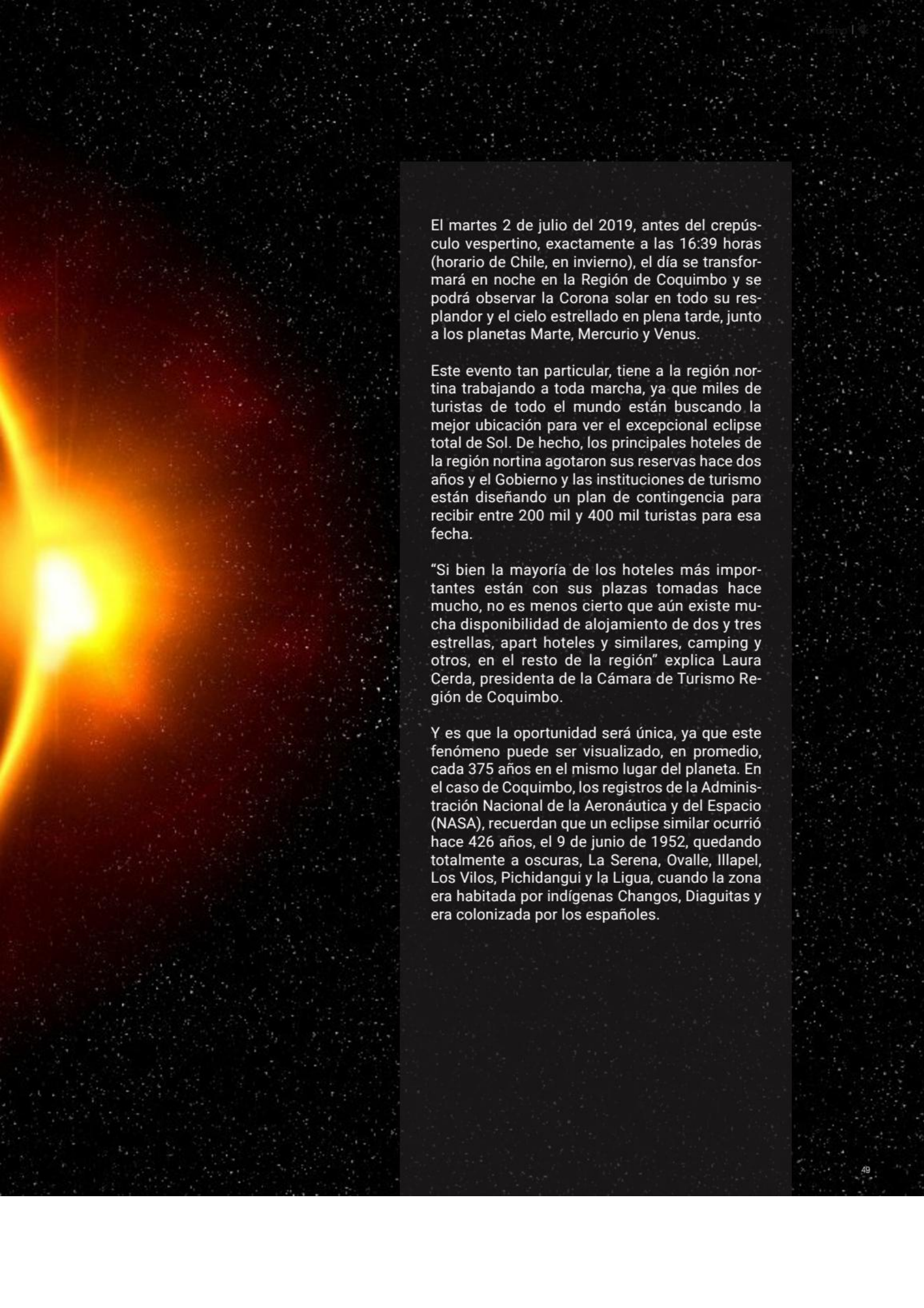
Trabajando siempre para que eliminemos de una vez por todas el individualismo y aprendamos a trabajar juntos, por el bien de todos.

Nos hemos puesto a esperar a que alguien haga algo, que nuestras autoridades tomen conciencia de la importancia de una u otra cosa, incluso nuestra calidad de vida. Pero ¿Es de ellos la total responsabilidad?

Los problemas no son, de unos ni de otros, sino de todos; si todos cumpliéramos nuestro rol, tanto la administración pública, como privada, y sí, cada uno de nosotros, deja de mirar al lado, y quitamos de nuestro vocabulario "Hay que" por un "Tenemos que", podemos cambiar nuestra vidas y la de los demás... 

Evento astronómico del año: La Región de Coquimbo se prepara para recibir el eclipse total de sol

La ciudad nortina tiene preparado un plan de contingencia para dar la bienvenida a entre 200 y 400 mil turistas la semana del 2 de julio de este año. Y, aunque los principales hoteles de la región agotaron sus reservas hace dos años, sigue habiendo disponibilidad para aprovechar este inusual evento astronómico.



El martes 2 de julio del 2019, antes del crepúsculo vespertino, exactamente a las 16:39 horas (horario de Chile, en invierno), el día se transformará en noche en la Región de Coquimbo y se podrá observar la Corona solar en todo su resplandor y el cielo estrellado en plena tarde, junto a los planetas Marte, Mercurio y Venus.

Este evento tan particular, tiene a la región nortina trabajando a toda marcha, ya que miles de turistas de todo el mundo están buscando la mejor ubicación para ver el excepcional eclipse total de Sol. De hecho, los principales hoteles de la región nortina agotaron sus reservas hace dos años y el Gobierno y las instituciones de turismo están diseñando un plan de contingencia para recibir entre 200 mil y 400 mil turistas para esa fecha.

“Si bien la mayoría de los hoteles más importantes están con sus plazas tomadas hace mucho, no es menos cierto que aún existe mucha disponibilidad de alojamiento de dos y tres estrellas, apart hoteles y similares, camping y otros, en el resto de la región” explica Laura Cerda, presidenta de la Cámara de Turismo Región de Coquimbo.

Y es que la oportunidad será única, ya que este fenómeno puede ser visualizado, en promedio, cada 375 años en el mismo lugar del planeta. En el caso de Coquimbo, los registros de la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio (NASA), recuerdan que un eclipse similar ocurrió hace 426 años, el 9 de junio de 1952, quedando totalmente a oscuras, La Serena, Ovalle, Illapel, Los Vilos, Pichidangui y la Ligua, cuando la zona era habitada por indígenas Changos, Diaguitas y era colonizada por los españoles.

“Estamos tomando los resguardos pertinentes en los ámbitos de seguridad, infraestructura vial, salud y todas las áreas que se relacionen con el buen desempeño de lo que significara atender la cantidad de visitantes que llegaran a la zona. El último eclipse total de Sol ocurrió el 21 de agosto del 2017 en Estados Unidos y movilizó 10 millones de personas, convirtiéndolo en el fenómeno natural más visto y fotografiado de la historia. Ahora nos toca a nosotros y debemos estar preparados”, explica Cerda.

Según la entidad que representa el turismo local, los tres Valles de la región: Elqui, Limarí y Choapa, están igualmente preparados en los servicios de hotelería y restaurantes, además de contar con agencias de viaje que ofrecen traslados a los visitantes interesados en vivir una experiencia inigualable, como es el Eclipse Total.

Tan populares son los fenómenos astrológicos, que la Cámara de Turismo de la Región de Coquimbo cuenta con un director a cargo del área Turismo Astronómico, quien cuenta con más de 20 años de estudios en el tema, y quien orienta a la región sobre estos eventos, para que de esta manera compartan su agenda con el sector público y puedan prepararse de la mejor manera para los eventos científicos y de gran envergadura.

SOL Y SOMBRA

El eclipse del martes 2 de julio del 2019 durará 2 horas con 24 minutos y 8 segundos desde que la Luna Llena roza el limbo solar (primer contacto) hasta que abandona el borde del sol (cuarto contacto).

Si bien, el eclipse comienza en la polinesia francesa, en medio del Océano Pacífico -la Isla Pitcairn, la sombra o umbra (banda de totalidad) de 146 kilómetros de ancho, ingresará por la zona de costera de Guanaqueros-Chañaral de Aceituno, y bajo la oscuridad total quedarán Guanaqueros, Tortalillo, Coquimbo, La Serena, Vicuña, Pisco Elqui, Samo Alto, La Higuera, Punta de Choros, Cachiuyo y Domeyko, además de los observatorios astronómicos Tololo, La Silla y Las Campanas.



DURACIÓN DEL ECLIPSE

El máximo o totalidad del eclipse solar durará en Coquimbo 2 minutos y 1 segundo. Lo suficiente para emocionarse hasta las lágrimas con ese encuentro cósmico indescriptible entre el satélite natural y nuestra estrella más cercana.

Fuera de la zona de totalidad el eclipse será visualizado como parcial: Vallenar (99,15 % de oscuridad), Tongoy (99,94 %), se debe destacar que se verá parcialmente en el resto de la región. Debemos sumar a esto que luego del eclipse vendrá la puesta del sol, que se verá magnífica a lo largo de la costa.

LENTES SOLARES

La observación del eclipse total de sol requiere el uso de lentes especiales certificados con norma ISO 12312-2, especialmente los recomendados por la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio (NASA) y la Sociedad Astronómica Estadounidense (AAS), en venta desde Astronomy Valley. 

HORARIO DEL ECLIPSE EN LA SERENA



15:22
2 de julio



16:39
2 de julio



17:46
2 de julio



Cámara Nacional de Comercio,
Servicios y Turismo de Chile

ARRIENDO DE SALONES

PALACIO BRUNA



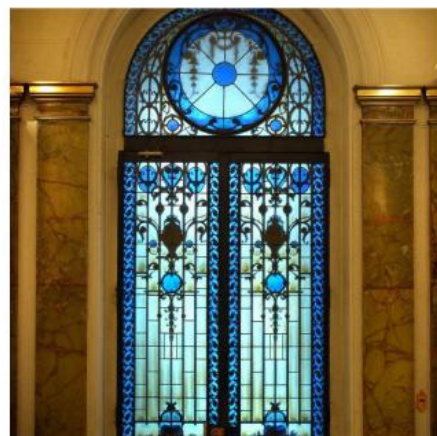
HALL

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.



FACHADA

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



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.

INFORMACIONES Y RESERVAS

Contacto: Cristina Infante

mail: cinfante@cnc.cl / Fono: 223654391

Merced 230, Santiago | www.cnc.cl
