

ENLACES

CON GRAN ÉXITO CNC LANZÓ LA CAMPAÑA

**“JUGUEMOS LIMPIO,
COMERCIO DE VERDAD”**



Nº 15 / JUN- 2019



CONVERSACIONES QUE IMPORTAN Y APORTAN

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

TELE13 | **RADIO**
103.3FM

#EsHoraDeEscucharnos



NUESTRA NUEVA IMAGEN

La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile es tan importante hoy como hace 160 años, y por eso debemos proyectar nuestra habilidad de sostenernos en el tiempo, mientras nos vamos adaptando a los vertiginosos cambios del siglo XXI. Por esta razón, hoy nos renovamos y modernizamos, así como nuestro sector lo hace también día a día.

En medio de inmensos cambios digitales, del e-commerce, la automatización, la reconversión laboral, las plataformas digitales, los nuevos medios de pago y un sinfín de otras modificaciones que hemos experimentado como gremio, quisimos dar un paso junto a nuestro sector y atrevernos, tal como lo hacen día a día todos los representantes del comercio, servicios y turismo de Chile, quienes se adaptan a una realidad que cada vez implica más desafíos.

Damos la bienvenida a nuestra nueva imagen, ésta representa la guía que entregamos como gremio a todos nuestros asociados y confirma que, aunque tengamos 160 años de prestigio y experiencia, podemos ser modernos y entender el nivel de cambios al que se enfrenta hoy nuestro entorno.

Toda organización exitosa tiene que hacer la transición de un mundo definido principalmente por repetición a uno definido principalmente por un cambio, tal como dijo Bill Drayton. Y eso es justamente lo que estamos haciendo ahora, cambiando y siendo parte de la transformación que viven hoy los sectores que representamos.

Buscamos, con esta nueva imagen, ser la voz de todos los sectores que son parte de nuestro gremio, dándoles un espacio en nuestro logo corporativo. Por otra parte, queremos resaltar los atributos actuales de la Cámara: historia, seriedad, solidez, representatividad, inclusión, vinculación, marca país y dar a conocer los que hoy se suman a nuestra gestión: modernidad, digitalización, dinamismo e influencia.

Los invitamos a visitar nuestra nueva página web, nuestras redes sociales y a leer esta nueva versión de la Revista Enlaces. ▶

ENLACES



ENLACES REVISTA DIGITAL
Cámara Nacional de
Comercio, Servicios y
Turismo de Chile F.G.N.

COMITÉ EDITORIAL:
Gerencias de Comunicaciones,
Gremial y Estudios CNC

EDICIÓN GENERAL:
Gerencia de Comunicaciones

DISEÑO Y PRODUCCIÓN:
Byacom

DISEÑADOR GRÁFICO:
Juan Díaz F.



Merced 230, Santiago - Chile
223 654 000
www.cnc.cl
comunicaciones@cnc.cl
[@CamaraNacional](https://twitter.com/CamaraNacional)

CONTENIDOS

COLUMNA DE OPINIÓN

DE LA CIUDAD AL PAÍS:
UN PLAN DE COMERCIO JUSTO PARA CHILE
Felipe Alessandri, Alcalde de Santiago

6

COLUMNA DE OPINIÓN REGIONAL

FORTALECIENDO A LOS GREMIOS REGIONALES
Carolina Arancibia, Gerente Gremial CNC

8

CNC NOTICIAS

10-33

PERFILES

CARLOS STANGE
Nuevo Vicepresidente CNC Chile

12

EN EL DEBATE

CAMPAÑA Y SEMINARIO JUGUEMOS LIMPIO

34

MUJERES EMPRENDEDORAS

SARA SMOK ÚBEDA
Directora CNC

44

PERFILES

BÁRBARA HENRY DA BOVE
Presidenta Cámara de Comercio de Valdivia

46

ESTUDIOS

XIX Encuesta de Victimización del Comercio,
segundo semestre 2018

50

NUEVOS SOCIOS

MARCELO LAZEN
Presidente de la Asociación de Empresas
de Factoring de Chile (EFA)

62

PUBLIRREPORTAJE

TRANSBANK
Automatización del metro: todo un cambio cultural

66

INTERNACIONAL

LORETO LEYTON
Directora ejecutiva de la Fundación Chilena del Pacífico

68

PUBLIRREPORTAJE

ACHS
Con una inversión total de US\$ 110 millones en 5 años,
la ACHS fortalece su plan de transformación digital

72

TURISMO

ANDREA WOLLETER
Directora Nacional Sernatur

76

TENDENCIAS

FRANCISCO SILVA
Secretario Ejecutivo de ChileValora

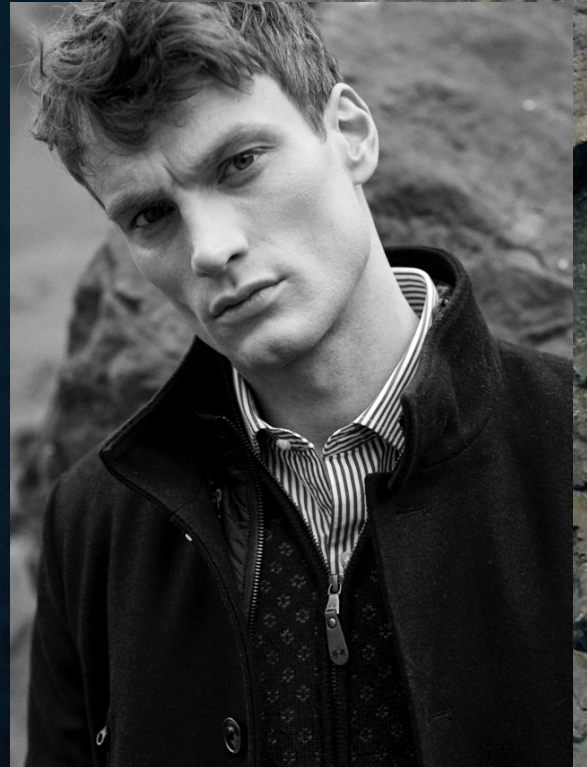
82

edición.



LA MARTINA

Telas inglesas tejidas con lanas extra finas peinadas o cardadas de texturas muy suaves acondicionadas especialmente para los intensos fríos de la temporada.



Disponible en Parque Arauco, Alto las Condes, La Dehesa, Los Dominicos y Falabella.com





Felipe Alessandri
Alcalde de Santiago

DE LA CIUDAD AL PAÍS: UN PLAN DE COMERCIO JUSTO PARA CHILE

Uno de los primeros desafíos que nos propusimos al asumir la administración de la comuna de Santiago fue el mantener un espacio seguro, limpio y ordenado, y recuperar espacios que estaban tomados por el comercio ilegal, la delincuencia y las incivildades.

Ante ese diagnóstico, implementamos el Plan Comercio Justo, una política que nació para recuperar nuestros espacios públicos, pero también para darle un espaldarazo a nuestros emprendedores locales. Así, creamos una gran alianza junto a Carabineros, la PDI, Aduana, S.I.I. y Metro S.A., para fiscalizar la venta ilegal o informal de productos en las calles de Santiago. Al mismo tiempo, conducimos una fuerte campaña comunicacional, para concientizar a los usuarios de la comuna de que sin ellos el comercio ilegal simplemente no existe.

En estos más de dos años de programa, los resultados han sido exitosos. Desde enero de 2017 a la fecha, se ha reducido en un 97% el comercio ambulante ilegal en los paseos peatonales del centro de la comuna, y un 40% en los barrios comerciales. Asimismo, se han decomisado 185

toneladas de alimentos que se vendían en la calle sin ningún cuidado sanitario, 160 productos de dudosa procedencia, 230 mil prendas de ropa falsificada y 6.300 carros que se usaban para la venta de comida, que en su mayoría habían sido robados de los supermercados, traduciéndose lo anterior, en 1.900 detenciones y citaciones ante el Juzgado de Policía Local. Además, se elaboró un plan de formalización local, para capacitar y asesorar a micro emprendedores que estaban dispuestos a establecerse bajo las reglas justas del mercado.

El Plan Comercio Justo ha reportado significativos avances para la comuna. Sin embargo, los ambulantes ilegales son la punta del iceberg de un problema mayor, llamado informalidad. Un tema que hace un tiempo no estaba en la agenda pública, pero que hoy gracias al esfuerzo de varios actores se ha logrado visibilizar.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en el último trimestre enero-marzo, a nivel país, se registraron 2,4 millones de ocupados informales, siendo en su mayoría, personas que se desempeñan en el sector de comercio.

Este es un grupo altamente vulnerable, donde más de la mitad son adultos mayores o jóvenes menores de 18 años, y cerca de un 80% sólo tiene nivel secundario de escolaridad. Se suma a lo anterior, la preocupante cifra que ha expuesto el Ministerio de Economía, que indica que un 73% de los ocupados informales no cuenta con cotizaciones ni previsionales ni de salud.

Esta realidad revela un círculo vicioso donde se reproduce la pobreza, la exclusión y remarca la noción de que no todos los ciudadanos tienen los mismos derechos y deberes. Este tipo de empleo está impactando negativamente en el desarrollo del país, afectando su crecimiento económico, evitando una mayor recaudación de impuestos y debilitando el rol subsidiario del Estado en beneficio de los más pobres.

Lamentablemente, como gobiernos locales el esfuerzo está limitado por el territorio. Es por eso que debemos avanzar hacia una política nacional de formalización, que como aconseja Naciones Unidas, asegure ocupaciones que se realicen en condiciones decentes: que sean productivas, justamente remuneradas, con reconocimiento legal y con la adecuada protección social. Para lograr este objetivo, se debe alcanzar un gran acuerdo entre el sector público, las empresas y la academia, que se materialice a través de una mesa de trabajo que apunte a desarrollar programas que controlen, pero que, sobre todo, acojan a los comerciantes informales.

Debemos fomentar el emprendimiento y microemprendimiento formal, que aumente los costos de saltarse las reglas e incremente los beneficios para quienes quieren ser parte del mercado regular. La misión es que juntos hagamos un cambio cultural, donde a través de políticas públicas a nivel nacional, incentivemos un comercio justo, en que el trabajo sea éticamente responsable y donde se garanticen condiciones de dignidad para todos los ciudadanos que deseen emprender.↗





Carolina Arancibia L.
Gerente Gremial CNC

FORTALECIENDO A LOS GREMIOS REGIONALES

Haciéndonos cargo de nuestra profunda vocación regionalista, el polo gremial sur creado el año 2017, que agrupa a gremios desde Temuco a Punta Arenas, ha ido aumentando su convocatoria y desarrollando su plan de trabajo durante el 2018 fortaleciendo la gestión gremial de cada cámara de comercio integrante.

Nos enorgullece la participación de cámaras representantes de pequeñas localidades, dando cuenta una vez más de la relevancia de nuestro sector en cada rincón del país. Esto se ha visto reflejado en un activo plan de relacionamiento con las autoridades de la zona y en el lanzamiento de un cada día más nutrido Directorio de Empresas asociado a la red que, a la fecha, cuenta con datos de contacto de casi 300 empresas de Temuco, Puerto Montt, Osorno, Calbuco, Puerto Varas y Puyehue.

En la última sesión de esta red gremial sur que en esta oportunidad se desarrolló en Osorno, los representantes de las Cámaras de Comercio de Valdivia, Osorno, Puerto Montt, Castro, Frutillar y Puerto Varas, participaron activamente de un taller de contenidos. Con una metodología

didáctica y participativa su objetivo fue establecer una línea de base común para el desarrollo de propuestas concretas de cara a la autoridad para alinear los esfuerzos de cada gremio integrante.

Esto en el marco del plan de acción 2018 – 2019 de la red que consiste en un trabajo permanente en los distintos ámbitos del mejoramiento de la gestión gremial, la difusión de sus actividades y la coordinación permanente con la CNC en materia de capacitación, representación y relacionamiento.

A este trabajo se suma la constitución, en el reciente mes de abril, de nuestro segundo polo gremial, en el centro sur del país, que agrupa a las Cámaras de Comercio socias y no socias desde las regiones de O'Higgins al Bío Bío, con sede en Chillán. Es así como hemos reunido en esta segunda instancia a representantes de gremios socios y no socios de Chillán, Los Ángeles, Concepción, Curicó, Bulnes, Chillán Viejo, Coihueco, El Carmen, Pinto, Quirihue y San Fabián.

Estas iniciativas surgen en respuesta a que en la actualidad existen diversas Cámaras de Comercio y Turismo y/o agrupaciones de pequeños empresarios localizados a lo largo de todo Chile, que evidencian limitadas capacidades técnicas, financieras o de gestión que impiden su desarrollo y crecimiento y requieren la incorporación de procesos de innovación que les permitan ser sustentables en el tiempo.

Como CNC debemos propiciar instancias de asociatividad y colaboración gremial, es decir, articulaciones que permitan la creación de instancias gremiales en el norte, centro y sur del país, que promuevan el fortalecimiento de nuestras organizaciones empresariales, la transferencia de conocimientos, intercambio de buenas prácticas, capacitación y generación de alianzas estratégicas, respetando por cierto la autonomía de los gremios socios y no socios y sus particularidades.

Con el lanzamiento de esta segunda red gremial en Chillán, tras el exitoso funcionamiento del primer polo en Puerto Montt y la futura creación de un tercer polo en el norte del país, buscamos cumplir con el objetivo de fortalecer a las organizaciones empresariales mediante la creación de polos regionales que nos permitan como CNC fomentar y apoyar la gestión gremial a nivel local, reforzando así desde el nivel central una sinergia virtuosa entre las cámaras de comercio, servicios y turismo de nuestras regiones y convertirlas en un referente líder en sus respectivas áreas de cobertura. ↗



AGENDA GREMIAL



ASAMBLEA ANUAL DE SOCIOS 2019

El 30 de mayo se realizó la versión número 161 de la Asamblea Anual de Socios 2019, que contó con la participación de los socios de las Cámaras Regionales y Binationales, Asociaciones Especializadas y representantes de los Socios Empresas, provenientes de todo el país.

Durante la Asamblea se constituyó el Consejo General. Una vez reunido este, se eligió la nueva mesa directiva mediante la aclamación del presidente, vicepresidente y tesorero de la CNC y se realizó la elección del resto de los miembros del Directorio.

En esta ocasión fue elegido como vicepresidente, por primera vez en diez años, un representante regional, el actual presidente de la Cámara de Comercio de Puerto Montt, Carlos Stange.

Dentro del directorio por primera vez fueron elegidas dos mujeres: Verónica Pérez, gerente de Asuntos Corporativos de BAT y Sara Smok, presidente de AGEST y de la Caja de Compensación La Araucana.

En el almuerzo de la Asamblea, se entregaron las Medallas al Mérito Gremial a cuatro destacados representantes de la federación gremial: Eduardo Salazar Retamales, de la Cámara de Comercio de Puerto Montt; Rodrigo Zúñiga Morales, de la Cámara Regional de Comercio de Rancagua y O'Higgins; Ramis Ramírez Ávila, de la Cámara de Comercio de Chillán y Alan Smith Tapia, de la Asociación Nacional de Agentes de Aduanas.

Los resultados de las elecciones gremiales fueron los siguientes:



DIRECTORIO

mayo 2019 - mayo 2021

- Manuel Melero Abaroa, presidente
- Carlos Stange Bravo, vicepresidente
- Carlos Dumay Perlwitz, tesorero
- Ricardo Mewes Schnaidt, Past President
- Rafael Montes González, director zona Norte
- Alejandro Lama Lama, director zona Sur
- Sara Smok Úbeda
- Verónica Pérez Weinstein
- Kenneth Werner Méndez
- Miguel Ángel Garderes Carbajal
- Mauricio Del Canto Gacitúa
(mayo 2019 a mayo 2020)
- Walter Aránguiz Aldea
(mayo 2020 a mayo 2021)

CONSEJEROS LIBRE ELECCIÓN

- Ángel Palazzi Lander
- Carlos Zulueta Govoni
- Pablo Bauer Jouanne
- Mark Thiermann Yeomans
- Walter Aránguiz Aldea
- Mauricio Del Canto Gacitúa
- Julio Millar Parra
- Guillermo Valdivielso Mayo
- Jorge Lee Mira
- Juan Manuel Pozo Salinas
- Marcelo Smith Burgos
- Ricardo Bernasconi Vera

REPRESENTANTE SOCIO EMPRESAS

- Verónica Pérez Weinstein,
British American Tobacco Chile
- Juan Luis Mingo Salazar,
Falabella Retail S.A
- Raúl Muñoz Sánchez,
Transbank
- Marco Antonio Álvarez Mesa,
Equifax Chile

TRIBUNAL SUPREMO

- Pablo Bauer Jouanne
- Ricardo Bernasconi Vera
- Raúl Muñoz Sánchez
- Mark Thiermann Yeomans
- Carlos Patricio Zulueta Govoni

ASAMBLEA ANUAL SOCIOS



CARLOS STANGE

Nuevo vicepresidente de la Cámara Nacional
de Comercio, Servicios y Turismo de Chile

¿Qué significa para usted su inédita elección como segundo vicepresidente regional en la historia de la CNC?

Es un honor que agradezco y también implica mucha responsabilidad estar a la altura de la confianza de nuestro actual presidente Manuel Melero, lo que me compromete a continuar trabajando con más fuerza en el desarrollo del gremio.

¿Cuántos años lleva trabajando en pro del comercio regional?

Soy socio de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Puerto Montt desde marzo del 2007. Entre el 2013 y el 2015 ejercí el cargo de presidente del Comité de Comercio y en el período 2015-2019 fui presidente de la Cámara de Puerto Montt.

¿Cuáles serán sus tareas como vicepresidente de la CNC?

Continuar trabajando para promover los vínculos con los gremios regionales, apoyando el desarrollo de los polos en regiones con la finalidad de consolidarlos y también fomentar su creación para aumentar la representación gremial en el país. También lograr que el turismo sea un eje de desarrollo para nuestros socios, basado en el crecimiento formal del rubro, para que se transforme en un eje real para el desarrollo económico de Chile. Otro eje de mi gestión será continuar trabajando en pos de la ciberseguridad, ya que como gremio debemos seguir perfeccionándola, porque en esta nueva economía digital y virtual debemos preocuparnos de la seguridad de nuestros socios y de los consumidores.

Y por supuesto, continuar apoyando a nuestros socios en el ingreso de una forma rentable y segura a las nuevas formas de consumo de los clientes, aportando en iniciativas de participación en la nueva economía digital.

¿Cómo potenciará el trabajo en regiones?

La vocación de la CNC siempre ha sido valorar el trabajo de las regiones y trabajar codo a codo con ellas. Continuaré desarrollando una comunicación permanente con los presidentes de los gremios regionales, para poder representar las preocupaciones de los socios en el comité ejecutivo y poder desarrollar ejes de acción.

A su juicio, ¿cuáles son los principales desafíos del sector?

Sin lugar a dudas, trabajar por el comercio justo y formal. Debemos usar todos los medios de que disponemos para hacer que la gente tome conciencia del daño que produce a toda escala el comercio ilícito.

Debemos llevar a las regiones el Observatorio del Comercio Ilícito para de esta forma incidir en que sea tema país. Creo que un punto importante es que nazcan iniciativas y preocupaciones desde regiones para ejercer la presión necesaria y demostrar que en esto la CNC no está sola y que tiene a todo un país que necesita generar conciencia a cerca de ese problema.

Otro eje importante es el aportar al desarrollo de políticas públicas, tanto regionales como nacionales, haciendo eco de las problemáticas de nuestros asociados, con datos concretos y antecedentes que permitan tomar decisiones correctas.

En el sector Turismo debemos trabajar para que éste sea un eje económico, para lo que es necesaria una correcta difusión internacional que permita competir en forma directa o crear alianzas que nos potencien frente a otros destinos de América.↗

CON LA PARTICIPACIÓN DEL DIRECTOR NACIONAL DEL SENCE, SE LLEVÓ A CABO LA COMISIÓN JURÍDICA Y LABORAL DEL MES DE ABRIL



En el marco de las comisiones laboral y jurídica de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, se invitó al director nacional del Sence Juan Manuel Santa Cruz, a presentar las ideas matrices de los cambios legales propuestos por el Gobierno, así como algunas de las medidas administrativas que se pretenden instaurar en el nuevo Servicio Nacional de Capacitación y Empleo.

Con la participación del director nacional del Sence, Juan Manuel Santa Cruz, se llevó a cabo la comisión jurídica y laboral del mes de abril. En la ocasión, el titular ahondó en las ideas matrices de los cambios legales propuestos por el Gobierno, así como en algunas de las medidas administrativas que se pretenden instaurar en el sistema nacional de capacitaciones y que tienen como foco que este servicio se haga cargo de los cambios que se están generando en el mercado laboral producto de la irrupción de nuevas tecnologías.

Otros de los objetivos, según explicó Santa Cruz, es dotar de mayor calidad e impac-

to en empleabilidad a las capacitaciones propiamente tales, lo que se pretende lograr estableciendo la figura del copago por parte de las empresas en aquellos tramos de renta donde actualmente el sistema no lo considera y estableciendo que sólo se franquiciarán gastos y desembolsos que efectivamente se hayan utilizado en capacitación.

Asistieron a la reunión Juan Manuel Santa Cruz, director nacional del Sence; Sebastián Rodoni, abogado del Sence; Juan Eduardo Carmach, jefe del Departamento de Desarrollo del Sence; Jorge Guerrero, vicepresidente de la CNC y presidente de la Comisión Jurídica; Cristóbal Valdés, presidente de la OTIC del Comercio y de la Comisión Laboral de la CNC; Daniel Montalva, secretario general de la CNC; Sebastián Hurtado, fiscal de la CNC e integrantes de las Comisiones Laboral y Jurídica de la CNC. ↗



CNC SE REUNIÓ CON DIRECTOR DEL SII PARA REPRESENTAR LAS INQUIETUDES DEL GREMIO

Manuel Melero, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, sostuvo una reunión con Fernando Barraza, director del Servicio de Impuestos Internos, con el objetivo de conversar sobre los temas estratégicos del gremio, acordar una propuesta de trabajo en conjunto y representar las inquietudes del sector.

Informalidad y evasión, Ley de Pago a 30 Días, criterios del SII y una propuesta de trabajo colaborativo entre la institución y CNC, fueron algunos de los principales temas que abordaron Manuel Melero, presidente de la CNC; Fernando Barraza, director del SII; Daniel Montalva, secretario general de la CNC; Christian Aste, presidente de la Comisión Tributaria de la CNC y Luis Torres, representante del Colegio de Contadores de Chile en esta instancia.

“Nos reunimos hoy con motivo de presentar al nuevo presidente de la Comisión Tributaria de la CNC, así como hacer presente nuestras inquietudes como gremio y

generar un plan de trabajo conjunto, como lo hemos venido haciendo con diferentes autoridades como parte de nuestra labor y gestión. Dentro de los principales temas que tratamos, está por supuesto la informalidad, que hoy alcanza un alarmante porcentaje del 35% en el comercio”, explicó Manuel Melero, presidente de la CNC.

Para el director del SII la solución se debe trabajar en conjunto, “debemos hacer una alianza con el objetivo de generar sinergia. Falta una decisión política nacional. Debemos buscar como complemento al Observatorio del Comercio Ilícito de la CNC, una instancia amplia para resolver el tema de manera integral, ya que es un problema estructural y debe ser abordado de esa manera”, explicó Barraza. ↗

CON EL OBJETIVO DE PROFUNDIZAR EL TRABAJO CONJUNTO, CNC SE REUNIÓ CON DIRECTOR NACIONAL DE ADUANAS

Contrabando, informalidad y modernización aduanera, entre otros temas, fueron la hoja de ruta de la reunión que sostuvo Manuel Melero, presidente de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, junto con el director nacional de Aduanas, José Ignacio Palma.

Con un desayuno de trabajo se dio inicio a la reunión que sostuvo el presidente del gremio, Manuel Melero con el director nacional de Aduanas, José Ignacio Palma, con el objetivo de profundizar el trabajo conjunto que se ha venido haciendo en el combate del comercio ilícito y la protección de la propiedad intelectual.

“Para nosotros, como representantes del comercio, el trabajo cercano que históricamente hemos tenido con Aduanas ha sido un eje clave para el buen ejercicio de interacción público-privada con el fin de disminuir la ilegalidad y la informalidad”, explicó Manuel Melero, presidente de la CNC.

Así mismo lo percibió Aduanas, quien de igual manera reconoció el trabajo que se ha hecho en pro de combatir el contra-

bando, la informalidad y otros temas, de la mano del gremio.

“La reunión con CNC ha sido fructífera. Abordamos diversos temas, obviamente lo relacionado con el comercio ilícito en todas sus dimensiones y algunas características especiales que tienen que ver con las funciones y atribuciones del Servicio Nacional de Aduanas. Fue un encuentro muy grato en donde intercambiamos un sinnúmero de ideas, donde reforzamos y reiteramos nuestro compromiso de trabajo colaborativo con la CNC. Estoy seguro de que este trabajo conjunto continuará dando frutos, tal como hasta ahora lo ha hecho”, agregó José Ignacio Palma, director nacional de Aduanas.

Y es que la colaboración es clave. De acuerdo con datos de la institución, en 2018 se



confiscaron en frontera por atentar contra la propiedad intelectual 7,3 millones de productos con un valor de 104,4 millones de dólares. Un 33% de las unidades corresponden a juguetes, otro 15% a ropa y accesorios. A esto se suman 14,6 millones de unidades de cigarrillos confiscados por un valor de 64,6 millones de dólares.

Por esta razón, se destacó la labor del Observatorio del Comercio Ilícito de la CNC, el que trabaja en alianza con instituciones públicas que contribuyen a la detección y el control de este delito. Además, una de las instancias más productivas de trabajo de esta alianza, es la Mesa Público-Privada, en donde se congregan estos dos mundos interesados en poner atajo a la problemática del comercio ilegal. Resultado de ello fue el documento “Medidas para el combate del comercio ilegal”, que

contiene 22 propuestas de políticas públicas agrupadas en tres categorías: legislación, fiscalización y educación, estudios y comunicación.

En la reunión además participaron Carlos Escudero, subdirector de Fiscalización de Aduanas; Patricia Chamorro, jefa de gabinete de José Ignacio Palma; Patricio Zulueta, director de ANAGENA; Kenneth Werner, consejero de la Cámara Aduanera; Ricardo Mewes, presidente del Observatorio del Comercio Ilícito; Verónica Pérez, vicepresidenta del Observatorio del Comercio Ilícito; Daniel Montalva, Secretario General de la CNC e Ignacia Rodríguez, jefa de gabinete de Manuel Melero.➤

CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO JUNTO A PRINCIPALES GREMIOS EMPRESARIALES SE REÚNEN CON PRIMERA DAMA

En la actividad, Cecilia Morel junto al subsecretario del Trabajo, Fernando Arab, presentaron los programas que está llevando a cabo para incentivar la contratación de adultos mayores.

La Primera Dama, Cecilia Morel, recibió en el Palacio de la Moneda a los principales representantes de los gremios empresariales de nuestro país. En la ocasión, donde también estuvo presente el subsecretario del Trabajo, Fernando Arab, Morel les presentó el programa que lidera “Adulto Mejor”. Un plan que a través de diversas iniciativas intersectoriales busca integrar y relevar a los adultos mayores.

“Nuestro plan adulto mejor está en marcha. Nuestros adultos mayores no pueden seguir esperando. Y hoy muchos de ellos quieren seguir activos y trabajando. Es por eso que tenemos que implementar iniciativas que incentiven su contratación o que puedan emprender y estos programas que estamos presentando a los principales gremios empresariales van en esa dirección”, señaló la primera dama al finalizar la reunión.

La primera dama les detalló una de las iniciativas que están insertas en el programa “Adulto Mejor” que dice relación con que éstos puedan acceder sin límite de edad a todos los servicios y oferta de cursos de capacitación del Sence. En la práctica, los adultos mayores que quieran perfeccionarse pueden acceder a una parrilla de más de 60 mil cupos en cursos de capacitación.

Por otra parte, en el encuentro, la Primera Dama les detalló a los empresarios el programa “Experiencia Mayor”, el que considera una bonificación por concepto de contratación de hasta el 60% de un ingreso mínimo mensual y una bonificación opcional por concepto de capacitación de hasta 400 mil pesos por persona contratada. Su principal objetivo es facilitar la participación laboral de la tercera edad.

“Este programa responde a una necesidad histórica. Los adultos mayores han estado tradicionalmente relegados de las políticas públicas. A través de una serie de iniciativas, siendo una de ellas este



programa de Experiencia Mayor, el Gobierno del Presidente Sebastián Piñera junto a la primera dama quiere no solo devolverles la dignidad, sino que darles las oportunidades necesarias para que puedan mantenerse activos aquellos que lo deseen. La experiencia y vivencias que tienen nuestros adultos mayores es algo que debemos aprovechar”, señaló el subsecretario del Trabajo, Fernando Arab.

“Como principales empleadores de adultos mayores del país, del sector comercio, servicios y turismo, es importante avanzar y hacerse cargo de los grandes cambios que moldean el mundo del trabajo, entre los que están los cambios demográficos, ya que tenemos una población que cada vez vive más tiempo y que envejece rápidamente. Por lo tanto, es relevante hacernos cargo de esta realidad y si queremos que se mantengan activos, tenemos que darles posibilidades para mantenerse vigentes en el mundo del trabajo. Es por esto que nos parece muy importante el llamado de la Primera

Dama y como CNC estamos comprometidos a avanzar en este proyecto y en todos aquellos que permitan una mayor inclusión de los adultos mayores en el mundo del trabajo, lo que debe ir de la mano con una mayor adaptabilidad para poder compatibilizar los requerimientos del mercado laboral con los intereses de los adultos mayores”, señaló Daniel Montalva, secretario general de la CNC.

En Chile, el número de adultos mayores activos creció de 267 mil a más de un millón entre 1997 y 2017. Asimismo, la tasa de participación laboral de las personas mayores aumentó desde el 22,1% en 1990 a 31,8% en 2017.▲

MANUEL MELERO SE REUNIÓ CON MINISTERIO DE ECONOMÍA Y MINISTERIO DE HACIENDA PARA TRATAR TEMAS RELEVANTES PARA EL GREMIO

El presidente del gremio, Manuel Melero, junto con el Secretario General, Daniel Montalva, se reunieron con Ignacio Guerrero, subsecretario de Economía y Empresas de Menor Tamaño y con Francisco Moreno, subsecretario de Hacienda, para conversar sobre el reglamento de la Ley de Pago a 30 días, su implementación y su fiscalización y sobre la informalidad del comercio.

Dentro de los temas que se abordaron con Economía, se tomó como principal eje el monitoreo de la ley que comenzará a regir el próximo 16 de mayo, el reglamento que hace operativo el registro de contratos que excepcionalmente excedan el plazo de pago general de 30 días, especialmente de la simplicidad del sistema y la publicidad del registro, además de ver si sería aplicable a contratos celebrados con anterioridad a la entrada en vigor de la ley.

Además, se habló sobre el de cobro de intereses generados por el pago atrasado de facturas. Finalmente se consultó

respecto de los avances en materia de establecer que el crédito IVA puede ser aprovechado una vez pagada la correspondiente factura.

Por otra parte, en la reunión con el subsecretario de Hacienda se conversó respecto de la relevancia del Ministerio de Hacienda en materia de control y fiscalización de la informalidad, tomando en consideración que de dicha cartera dependen el Servicio Nacional de Aduanas, el Servicio de Impuestos Internos y la Unidad de Análisis Financiero.

En dicha instancia el subsecretario reiteró su compromiso por reducir la evasión fiscal que genera el comercio informal. A su vez, informó respecto de los planes de fiscalización de bodegas y casinos ilegales que está llevando a cabo a lo largo del país. Posteriormente se analizaron proyectos de ley que, de acuerdo con ambas partes, deben ser impulsados de manera decidida, como el que aumenta las penas para el contrabando de cigarrillos y el proyecto relativo a comercio ilegal. ↗

PRESIDENTE DE LA CNC PRESENTÓ LA NUEVA RED GREMIAL SUR A INTENDENTE DEL ÑUBLE



Con el objetivo de conversar sobre la preocupación por el comercio informal, la seguridad de los comerciantes y dar a conocer la formación de un Polo que agrupe las Cámaras desde O'Higgins a Biobío, se reunieron Manuel Melero y Alejandro Lama, presidentes de la CNC y la Cámara de Comercio de Chillán, respectivamente, junto con Martín Arrau, Intendente de Ñuble.

Manuel Melero, presidente de la CNC, se reunió con Martín Arrau, Intendente del Ñuble, para conversar, entre otros temas, del comercio informal y su efecto en la Región. “Vinimos a expresar nuestra preocupación por el comercio informal, a nivel regional y a nivel país. Como Cámara estamos muy preocupados del fenómeno de la informalidad en la actividad económica, del comercio callejero ilícito y estamos realizando una serie de iniciativas para contrarrestar este fenómeno”, explicó Melero.

Por su parte, el Intendente del Ñuble aseguró que “es importante agradecer a la Cámara Nacional de Comercio y a la Cámara de Comercio de Chillán por la labor que ellos realizan. Sin duda, que el trabajo de poner a “Chile en Marcha”, que nos encomendó el presidente Sebastián Piñera, incluye un trabajo conjunto entre el sector público y privado. Desde la vereda pública nos corresponde rayar la cancha, por decirlo así, pero el que juega el partido es el sector privado, el que genera empleos y en ese sentido, coincidimos con la formalización y la seguridad, que son temas que estamos trabajando, pero aún tenemos

un tema pendiente con el comercio informal en nuestra región”, aseguró Arrau.

Además, junto con el presidente de la Cámara de Comercio de Chillán, Alejandro Lama, y la gerente gremial, Carolina Arancibia, presentaron el proyecto Polo Gremial Centro Sur. Y es que, en la actualidad existen diversas Cámaras de Comercio y Turismo y/o agrupaciones de pequeños empresarios localizados a lo largo de todo Chile, que evidencian limitadas capacidades técnicas, financieras o de gestión que impiden su desarrollo y crecimiento, e incluso la incorporación de procesos de innovación que les permitan ser sustentables en el tiempo.

“Queríamos contarle al Intendente, sobre una iniciativa inédita gremial, la constitución de un Polo Gremial en Ñuble, presidido por el presidente de la cámara local, que va a agrupar a todas las Cámaras de Comercio, desde O'Higgins a Biobío. Hoy será su sesión constitutiva, con representantes de más de las 20 Cámaras de Comercio que incluyen estas regiones” agregó Manuel Melero. ↴

EN OSORNO SE LLEVÓ A CABO UNA NUEVA SESIÓN DE LA RED GREMIAL SUR



Representantes de las Cámaras de Comercio de Valdivia, Osorno, Puerto Montt, Castro, Frutillar y Puerto Varas, liderados por el presidente de la CNC, Manuel Melero, participaron activamente de un taller de contenidos y un taller de membresía y fidelización.

En una nueva sesión de la Red Gremial Sur, que en esta oportunidad se desarrolló en Osorno, los representantes de las Cámaras de Comercio de Valdivia, Osorno, Puerto Montt, Castro, Frutillar y Puerto Varas, liderados por Manuel Melero, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, participaron activamente de un taller de contenidos, con una metodología didáctica y participativa. Este tuvo como objetivo establecer una línea de base común para el desarrollo de propuestas concretas de cara a la autoridad, con la finalidad de alinear los esfuerzos de cada gremio integrante de cara a esos objetivos.

Esto en el marco del plan de acción 2018 – 2019 de la Red que consiste en un trabajo permanente en los distintos ámbitos del mejoramiento de la gestión gremial, la difusión de sus actividades, y la coordinación permanente con la CNC en materia de capacitación, representación, y relacionamiento.

Junto con este taller de contenido desarrollado por la gerente gremial, Carolina Arancibia, durante la jornada también se llevó a cabo un taller de membresía y fidelización a cargo de la secretaria ejecutiva de Contenidos y Políticas Públicas, María Ignacia Rodríguez.

La finalidad de la Red Gremial Sur es conformar una macroorganización que permita el fortalecimiento de los distintos gremios integrantes mediante la transferencia de conocimientos, intercambio de buenas prácticas, capacitación y generación de alianzas estratégicas, que puedan servir a los gremios socios y no socios de la CNC que decidan sumarse.

“Estamos sumamente orgullosos de este trabajo que ya va para los dos años de existencia, con el que no sólo nos estamos consolidando como una instancia descentralizada de apoyo gremial y de coordinación con las distintas cámaras de comercio del sur del país, sino que también como una iniciativa que busca instalar tanto en las autoridades locales como en la opinión pública las preocupaciones de nuestro sector, planteando incluso propuestas de solución concretas”, enfatizó Melero.

Además, el timonel del gremio, agregó que “estamos trabajando en replicar este exitoso proyecto en el centro sur del país con la constitución de una red con sede en Chillán el pasado mes de abril y en los próximos meses esperamos constituir la red gremial norte”.↗

CNC PARTICIPÓ DE CELEBRACIÓN DEL DÍA NACIONAL DEL COMERCIO EN LA CÁMARA DE CHILLÁN

Con motivo de conmemorar esta importante fecha, Manuel Melero, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, participó en representación de todos sus asociados de Arica a Punta Arenas.

Con la presencia del presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Manuel Melero, el gremio a nivel local celebró el Día Nacional del Comercio en el Centro Español, la que por primera vez se conmemoró en Ñuble en calidad de Región.

“Hoy es un día importante, porque por lo menos para nuestro gremio local, es la primera vez que celebramos este Día Nacional del Comercio, que fue instaurado en los años 60 y que dice relación con conmemorar la muerte de Diego Portales, que fue comerciante y el patrono de esta actividad”, dijo Alejandro Lama, presidente del gremio en Chillán.



A su vez, Manuel Melero, quien ofreció el discurso de inauguración, destacó la constitución del segundo Polo Gremial, en el centro sur del país, agrupando a las Cámaras de Comercio socias y no socias desde las regiones de O'Higgins al Bío Bío, con sede en Chillán.

“El objetivo de esta red gremial es fortalecer a las organizaciones empresariales del país mediante la creación de polos regionales que nos permitan como CNC fomentar y apoyar la gestión gremial a nivel local, mediante el intercambio de conocimientos y buenas prácticas, reforzando así desde el nivel central una sinergia virtuosa entre las cámaras de comercio, servicios y turismo de nuestras regiones y convertirlas en un referente líder en sus respectivas áreas de cobertura”, expresó.

LOS DESTACADOS POR LA CÁMARA LOCAL

En el encuentro también se entregaron las distinciones Diego Portales al empleado destacado, promocionado por su empleador que debe ser socio de la Cámara; también al empresario destacado de 2019, por su actividad dentro del comercio local, que también debe ser socio. Y la tercera distinción fue al personaje público más destacado por su aporte a la comunidad.

En el caso del empleado destacado, la condecoración se la llevó Alicia Irribarra, de la empresa Larraín-Vial; en cuanto al empresario destacado, éste recayó en Juan Escrig, siendo su hijo, Fer-

nando Escrig, quien recibió en su lugar la distinción. Finalmente, en el caso del personaje público destacado, fue el intendente de Ñuble, Martín Arrau, quien recibió la distinción.

La autoridad regional, señaló que “quiero agradecer a la Cámara por el reconocimiento, por la tremenda labor que hacen durante el año y lo que aportaron durante la instalación de la región que nos acompañaron en ese proceso. Acá hay gente que día a día trabaja en los diferentes organismos públicos, así que recibo con mucho agrado y a nombre de todo el equipo que represento”.

CHARLAS



MÁS DE 460 PYMES DE CONCEPCIÓN, TALCAHUANO, TEMUCO E IQUIQUE SE CAPACITARON EN ADOPCIÓN TECNOLÓGICA

Empresas pequeñas y medianas del sur y norte de Chile aprendieron variadas herramientas digitales luego de participar del Taller de Adopción Tecnológica “Soluciones Digitales para Pymes”, organizado por Fundación País Digital, en alianza con la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile.

Metodologías de mejora continua con la adopción de tecnologías (registro, uso y portafolio), marketing digital y herramientas de seguridad de la información fueron algunos de los contenidos que se trataron en este taller, donde participaron todo tipo de pequeñas y medianas empresas pertenecientes al sur y norte del país.

El subsecretario de Economía y Empresas de Menor Tamaño, Ignacio Guerrero, destacó la instancia y aseguró que “el taller entregará herramientas a micro, pequeños y medianos empresarios para que puedan subirse al carro de la transformación digital, el que significa un potencial aumento de los clientes en sus negocios, mejoras en su gestión y aumento en sus ventas”. Junto

con ello hizo un llamado a todas las pymes del país a “sumarse a estos talleres y a las otras iniciativas que estamos ofreciendo a través del Programa Digitaliza Tu Pyme del Ministerio de Economía”.

Para Jorge Lee, presidente de la Comisión de Seguridad, Anti-delincuencia y Defensa del Comercio Formal, quien expuso la Guía de Ciberseguridad para Pymes en estos encuentros, comentó que “esta iniciativa de la Fundación constituye una herramienta integrada para las Pymes que sin lugar a duda es un activo que impacta positivamente en su desarrollo y las impulsa en su crecimiento digital. En el aspecto de ciberseguridad les ayuda a salir del escenario de desconocimiento de esta área y con una herramienta



concreta, amigable, amplia y flexible de acuerdo a sus características, como es la Guía de Ciberseguridad diseñada por la CNC (www.pymecibersegura.cl) pueden de manera más confiable incorporarse en este nuevo mundo digital que se les abre en toda su amplitud”.

Por su parte, Pelayo Covarrubias, presidente de la Fundación País Digital, destacó que “antes de realizar estos talleres habíamos hecho un diagnóstico respecto de las pymes de nuestro país y éste arrojaba que muchas de ellas aún no veían la digitalización como el cambio cultural que es y opinaban que las herramientas digitales eran muy costosas y sólo pensadas para las grandes compañías. Creemos que, en esta instancia, muchas py-

mes pudieron cambiar su perspectiva y esperamos que a través de la adopción digital logren acelerar sus negocios”.

Al finalizar el ciclo de talleres se publicará el libro “Cómo digitalizar tu Pyme: Conceptos prácticos”. El libro será redactado y editado a partir de los contenidos de las charlas, con un capítulo por cada tema. Asimismo, quedarán disponibles cápsulas de las charlas en el canal de YouTube País Digital TV. ↗

CNC EN EL CONGRESO

CNC EXPUSO SUS CONSIDERACIONES SOBRE EL PROYECTO QUE REFORMA EL SISTEMA DE PENSIONES

Manuel Melero, presidente de la CNC, presentó las consideraciones del gremio en la Comisión del Trabajo y Seguridad Social de la Cámara de Diputados y puso énfasis en la necesidad de aprobar con urgencia el proyecto que modifica el sistema de pensiones.

Como representante de más de 6.000 comercios a lo largo del país, Manuel Melero, puntualizó que “como CNC apoyamos este proyecto en términos generales y esperamos que se logren amplios consensos con objeto de avanzar de manera urgente. No podemos seguir postergando esta realidad, por el bien del país y especialmente de los actuales y futuros adultos mayores”. Posteriormente, en cuanto al proyecto en particular, Melero centró la presentación en tres puntos estratégicos de la reforma y en la necesidad de aprobarla con urgencia.

En primer lugar, expresó que los cambios demográficos hacen necesario aumentar la tasa de contribución obligatoria para adecuarse a las nuevas expectativas de vida de la población. “El proyecto propone aumentar la cotización para pensiones en 4%, de cargo del empleador, de manera gradual en un plazo total de 8 años. Como empleadores del comercio estamos dispuestos a hacernos cargo de dicho aumento. Incluso hemos sido propositivos en este sentido, por lo que estimamos adecuada esta medida, sobre todo tomando en consideración que se trata de cuentas de propiedad de los afiliados”, puntualizó.

En tanto, sobre la administración de este 4%, expresó que “valoramos la inclusión de mayor



competencia. Pero, cabe preguntarse si las AFPs, podrán establecer comisiones por los fondos sobre el 10%. Y, si deben competir, deberán considerar fuerza de ventas lo que actualmente se critica de las AFPs, por encarecer las comisiones” puntualizó. Por esa razón, el presidente de la CNC indicó que parece más adecuada la creación de un ente de administración privada y lícitada, como la Administradora del Fondo de Cesantía, que tenga por objeto exclusivo administrar el fondo generado con las cotizaciones del 4% adicional.

Finalmente, sobre los incentivos que se proponen para extender la edad de pensión de vejez, dijo que compartían las medidas, ya que un incremento de 5 años en la edad de jubilación de las mujeres podría aumentar su pensión entre un 35 y un 50%. Pero aclaró que “sin embargo, esto por sí solo no es suficiente, ya que es necesario adecuar nuestra regulación laboral con objeto que los adultos mayores puedan equilibrar de manera adecuada sus capacidades con los requisitos del mundo laboral”.

Al terminar la presentación, hizo un llamado para avanzar en mejorar las condiciones del mercado laboral con objeto que los trabajadores puedan mantenerse activos por más tiempo y a su vez, reducir las lagunas previsionales. “En este sentido, es imprescindible avanzar, entre otras medidas, en mayor flexibilidad laboral, incentivos y facilidades para la contratación de jóvenes, mujeres y adultos mayores. Esto permitirá que los jóvenes comiencen a cotizar desde edades más tempranas, las mujeres reduzcan sus lagunas previsionales al poder compatibilizar trabajo y familia y los adultos mayores puedan mantenerse activos durante más tiempo”, expresó.

Agregó, además, que se hace necesario establecer un nuevo sistema de sala cuna no discriminatorio y de mayor cobertura, junto con mejorar la coordinación entre el mundo educacional, principalmente la educación técnico-profesional y el productivo en materia de formación de capital humano. Y puso énfasis en “avanzar en la reducción de la economía informal ya que esta tiene un impacto directo en el sistema”.¹





MANUEL MELERO EXPUSO LAS CONSIDERACIONES DEL GREMIO SOBRE PROYECTO QUE REDUCE LA JORNADA LABORAL A 40 HORAS

Reconocer la realidad de cada sector laboral y promover la flexibilidad mediante acuerdos entre las partes fue la propuesta del gremio ante la Comisión de Trabajo de la Cámara de Diputados.

Manuel Melero, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, junto con Bernardita Silva, gerente de Estudios de la entidad, llegaron ante la Comisión de Trabajo y Seguridad Social de la Cámara de Diputados para presentar la postura del comercio frente a este nuevo proyecto.

“La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, representa a más de 5.000 empresas y 60.000 establecimientos de comercio, servicios y turismo a lo largo del país, de los cuales un 96% son pymes. Un 24% de los ocupados se encuentran el sector comercio, restaurantes y hoteles y, además somos los mayores empleadores de mujeres jóvenes, adultos mayores

y extranjeros por lo mismo, conocemos de primera fuente las necesidades y realidades de los empresarios de nuestro sector, así como de sus trabajadores”, expresó Melero al inicio de su presentación, destacando los efectos que estos cambios pueden tener en el sector que representa.

De acuerdo con los principales elementos del proyecto de ley, el objetivo es seguir los pasos de países de la OCDE, lo que significa mayor productividad y menos horas de trabajo. En ese sentido, Bernardita Silva expresó que “en Chile, en los últimos 16 años se ha reducido el número de horas trabajadas desde 2.263 a 1.974, pero en ese mismo período la productividad se ha mantenido es-

tancada, por lo que el reducir la jornada no aseguraría un aumento de ésta”.

En esa misma línea, la gerente de Estudios de la CNC aseguró que, “la tendencia mundial es a reducir las horas trabajadas, pero de manera gradual junto con una mayor flexibilidad laboral. En 44 años los países OCDE bajaron en promedio un poco más de 3 horas a su jornada laboral legal, en este proyecto se quiere bajar 5 horas de una sola vez”.

Además, la experta alertó de las implicancias que esto podría tener para el sector comercio, ya que la reducción de la jornada semanal en un 11% tendría un costo laboral directo, dado que aumentaría el salario 12,5% por hora -mismo salario, pero menos horas-, lo que traspasaría el precio final al consumidor. Por otra parte, no es posible asegurar que esto tendría efectos en la productividad, ya que dependerá de si las personas pueden hacer su mismo trabajo en menos horas.

“En el caso del comercio el escenario actual es complejo para hacer este tipo de cambios, pudiendo afectar fuertemente los márgenes y el empleo en el sector. Esto, en línea directa con los nueve meses que llevamos de descenso en el consumo, además de un difícil escenario laboral donde están creciendo fuertemente los cuenta propia y cayendo los asalariados en nuestro sector”, agregó Melero.

Por esta razón, el presidente del el gremio propone un visión diferente para abordar este proyecto, enfocándose en la flexibilidad laboral y en el diálogo social con los trabajadores. “Ahora mismo estamos dialogando con los trabajadores de nuestro sector a través de mesas tripartitas, ya que los efectos de la automatización y digitalización en este sector tendrán un fuerte impacto social en la vida de miles de personas y familias de



nuestro país, por lo que tratar estos temas se vuelve totalmente crucial”, explicó Manuel Melero.

Finalmente, Melero destacó que “más que una gradualidad en la reducción de la jornada laboral, se necesitan establecer diversas posibilidades que reconozcan la realidad de cada sector. Por eso, la clave es la flexibilidad mediante acuerdos entre las partes y confiar en la posibilidad de que las empresas y trabajadores dialoguen en lo que es más beneficioso para ambos, siempre velando porque no se generen abusos”, aseguró. ▴

ACTIVIDADES



OTIC DEL COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO CUMPLE 40 AÑOS

En 1979, se creó la OTIC bajo el nombre de “El Instituto de Fomento y Capacitación”, con la finalidad de ser nexo entre las empresas afiliadas, el Sence y los Organismos Técnicos de Capacitación.

El viernes 10 de mayo la OTIC del Comercio, Servicios y Turismo celebró sus 40 años de funcionamiento. Durante el evento, realizado en el Teatro Nescafé de las Artes de Providencia, se presentó la afamada obra nacional “La Negra Ester”.

En la oportunidad asistieron más de 300 personas, entre integrantes del gremio, empresas adheridas, directores y funcionarios de la OTIC del Comercio, Servicios

y Turismo, quienes participaron en una ceremonia de reconocimiento a algunas de las empresas adheridas y funcionarios de gran trayectoria.

Durante la ocasión se presentó además el nuevo logo corporativo, que da cuenta de una nueva imagen, más moderna, que representa la visión de futuro del OTIC del Comercio, Servicios y Turismo. El eje central de este cambio es la transformación, que contempla una nueva manera de capacitar como herramienta fundamental para los empleos del futuro. ➤

GRAN CONVOCATORIA TUVO SEMINARIO “LA EMPRESA FAMILIAR: NECESIDAD DE UN ENFOQUE MULTIDISCIPLINARIO”



La actividad, organizada por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, en conjunto con el Departamento de Derecho Privado de la Facultad de Derecho de la Universidad Alberto Hurtado, tuvo como objeto repasar las distintas regulaciones y enfoques multidisciplinarios de las empresas familiares.

Con más de 60 asistentes se llevó a cabo el seminario “La Empresa Familiar: Necesidad de un Enfoque Multidisciplinario”, organizado por la CNC y el Departamento de Derecho Privado de la Facultad de Derecho de la UAH.

En la ocasión, expusieron destacados abogados especialistas en Derecho Laboral, Civil, Comercial y Público, pertenecientes a destacadas universidades, quienes entregaron distintas miradas de las regulaciones de la Empresa Familiar y sus diferentes enfoques multidisciplinarios.

La actividad comenzó con los saludos de bienvenida de Manuel Melero, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile y de Alfredo Ferrante, director del Departamento de Derecho Privado de la UAH. En la oportunidad, Melero señaló que «la realización de este Seminario se produce en un momento de extraordinaria transformación: la tecnología digital está interrumpiendo industrias enteras y la sos-

tenibilidad se está convirtiendo en un elemento central para la conducción de negocios, donde la construcción de confianzas es más importante que nunca. Creemos que las empresas familiares tienen una ventaja competitiva en un momento como este: de acuerdo con un informe del barómetro Edelman Trust 2017, las empresas familiares gozan de más confianza que aquellas que no lo son, por un margen global de 16 puntos. Y es que se reconoce que una empresa familiar, trata a su negocio más como una inversión de largo plazo, dando prioridad a una amplia gama de intereses de las partes interesadas, yendo más allá de sólo satisfacer el objetivo de las ganancias y la rentabilidad».

Luego, se dio paso a la exposición de Fernanda Hurtado, de la Asociación de Empresas Familiares (AEF), quien comentó sobre la “Empresa Familiar: Una Visión Longitudinal”; posteriormente continuaron presentando sus materias de expertise en el seminario, Pedro Irureta, profesor de Derecho Laboral de la UAH; Alfredo Ferrante, profesor de Derecho Civil de la UAH; Manuel Barría, profesor de Derecho Civil de la Universidad de Concepción; Lorena Carvajal, profesora de Derecho Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso; Mauricio Baquero, profesor de Derecho Comercial de la UAH y Enrique Rajevic, profesor de Derecho Público de la UAH.◀



ROYAL CANTUCCINI GANÓ EL CLÁSICO CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO EN EL HIPÓDROMO CHILE

El 6 de junio se llevó a cabo el tradicional Clásico Cámara Nacional de Comercio disputado en el Hipódromo de Santiago.

La carrera se realizó sobre la distancia de 1.400 metros y la victoria se la llevó el caballo Royal Cantuccini del Haras Las Camelias, jineteado por Rodolfo S. Dorés y preparado por Juan Pablo Baeza.

En la entrega del premio participaron el director del Hipódromo Chile, Pedro Pablo Echeverría; el presidente de la entidad, Juan Cúneo; Miguel Angel Garderes, director de la CNC y el secretario general de la CNC, Daniel Montalva. ↗

CNC RECIBIÓ A MÁS DE 1200 PERSONAS EN EL DÍA DEL PATRIMONIO CULTURAL



El pasado domingo 26 de mayo, el gremio abrió las puertas del Palacio Bruna para celebrar el Día del Patrimonio Cultural, sumándose así a las más de 1.800 actividades inscritas por el Ministerio de las Culturas,

las Artes y el Patrimonio. En este contexto, se pudo conocer la historia del Palacio, sus principales salones, el segundo piso, jardines y cocheras. ↗



DIRECTOR DEL TRABAJO EXPLICA FINIQUITO ELECTRÓNICO A SOCIOS DE LA CNC

La Asociación de Empresas de Recursos Humanos (AGEST), socio de la Cámara Nacional de Comercio, invitó al Director del Trabajo, Mauricio Peñaloza, a explicar el nuevo beneficio del finiquito electrónico para las empresas. Esta nueva modalidad, que se enmarca en el proceso de transformación digital, permitirá facilitar y agilizar los trámites administrativos de las empresas.

El Director Nacional del Trabajo, Mauricio Peñaloza, expuso sobre los avances de la DT en materia de digitalización de trámites y servicios. La autoridad destacó que el proceso que está impulsando la institución se explica en el desafío de la Modernización del Estado, por tanto, tiene como objetivo facilitar la atención a los usuarios mediante una mayor oferta de servicios en línea.

“Estamos facilitando el cumplimiento laboral, proveyendo a los trabajadores y empleadores de una plataforma que pueden usar 24/7, sin papel, sin costo, disponible, fácil, amigable y que además entrega un avance significativo, porque estamos certificando el pago. El finiquito

actual presencial no certifica el pago, a través del medio electrónico podemos certificar que se hizo una transferencia a una cuenta unipersonal bancaria de un trabajador y, por lo tanto, estamos generando un avance en un beneficio importante para los trabajadores chilenos”, expresó Peñaloza.

Sara Smok, directora de la CNC y presidenta de AGEST, agregó que “para nosotros, es de alto interés saber que están haciendo las entidades gubernamentales en este proceso de transformación digital. Sobre todo, porque la DT se ha enfocado mucho en sus clientes finales, es decir, en los trabajadores y los empleadores y en ver de qué manera se les puede facilitar estos procesos que suelen ser engorrosos como es la firma del finiquito”.

En la actividad, participó el presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, Manuel Melero; Fabio Bertranou, Director de la Oficina de la OIT para el Cono Sur de América Latina; Lorenzo Pelaez, especialista Principal en Actividades con los Empleadores; entre otros. ▶



CON GRAN ÉXITO CNC LANZÓ LA CAMPAÑA “JUGUEMOS LIMPIO: COMERCIO DE VERDAD”

A mediados de mayo, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), junto con el Observatorio de Comercio Ilícito (OCI), lanzaron una campaña en plataformas digitales y redes sociales que busca visibilizar cómo afecta el comercio informal e ilegal a la sociedad en su conjunto y al desarrollo del país. La iniciativa cuenta con el apoyo de las subsecretarías de Economía y Empresas de Menor Tamaño y de Prevención del Delito y la Cámara de Comercio de Santiago.

Protagonizada por los tenistas Fernando González y Nicolás Massú, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) y el Observatorio del Comercio Ilícito (OCI), lanzaron una campaña que busca visibilizar el problema del comercio informal en Chile. Esta campaña, denominada “Juguemos Limpio: comercio de verdad”, y que apela al respeto a las reglas del juego y hace un llamado a valorar la importancia del comercio formal, ha sido vista por una gran cantidad de personas a través de las redes sociales YouTube, Instagram y Facebook.

Los resultados de Juguemos Limpio han sido sorprendentes, ya que en Facebook e Instagram la campaña ha sido vista en diferentes dispositivos más de 12 millones de veces y 4 millones de personas se expusieron a sus contenidos. Además, los videos sumaron más de 800.000 visualizaciones en las redes sociales oficiales y en YouTube, los testimoniales superaron los 3 millones de visualizaciones.

Por otra parte, si se observan los medios tradicionales, la campaña apareció en diversas notas en canales de televisión; en prensa y medios online y los voceros fueron entrevistados en variados programas de radio, totalizando 80 apariciones.

Esta iniciativa busca educar y poner en la discusión pública la realidad del comercio informal en el país, para lo que contó con el apoyo de las subsecretarías de Prevención del Delito y de Economía y Empresas de Menor Tamaño, así como de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS). Al respecto, el presidente de la CNC, Manuel Melero, señaló que “con ese objetivo se escogieron las figuras de Massú y González” porque

“ambos creen en el juego limpio y formal y fueron medallistas olímpicos que ganaron el oro jugando en equipo, respetando las reglas y entendiendo cada partido como un reto para y por Chile”. Agregó que “la informalidad afecta a los propios vendedores que viven en la total precariedad; a los comerciantes formales y sus trabajadores, quienes día a día, además de esforzarse por sacar adelante su negocio, deben competir con un comercio que no cumple las reglas y, en definitiva, afecta a toda la sociedad. “Juguemos Limpio” es una invitación a que, como país, reflexionemos respecto al comercio informal que crece de manera vertiginosa y los graves efectos que genera”.

Por su parte, Ricardo Mewes, presidente del Observatorio del Comercio Ilícito, agregó que “las medidas –tanto públicas como privadas– tendientes a impulsar el comercio formal deben considerar la multicausalidad que está asociada a este fenómeno, pues factores económicos, burocráticos, falta de información o situaciones familiares pueden provocar que las personas caigan en la informalidad. Causas de las que todos debemos hacernos cargo. El principio rector de esta campaña apela a lo que queremos como sociedad: un país formal”, aseguró.

Katherine Martorell, subsecretaria de Prevención del Delito, comentó cómo esta problemática afecta a la seguridad pública “el comercio ilegal aumenta el riesgo de delitos, reduce los espacios y pone en riesgo a los propios consumidores. A eso se suma la participación de organizaciones criminales que explotan a los vendedores informales”.

Ignacio Guerrero, subsecretario de Economía y Empresas de Menor Tamaño, contó que decidieron sumarse a esta campaña ya



**juguemos
limpio**

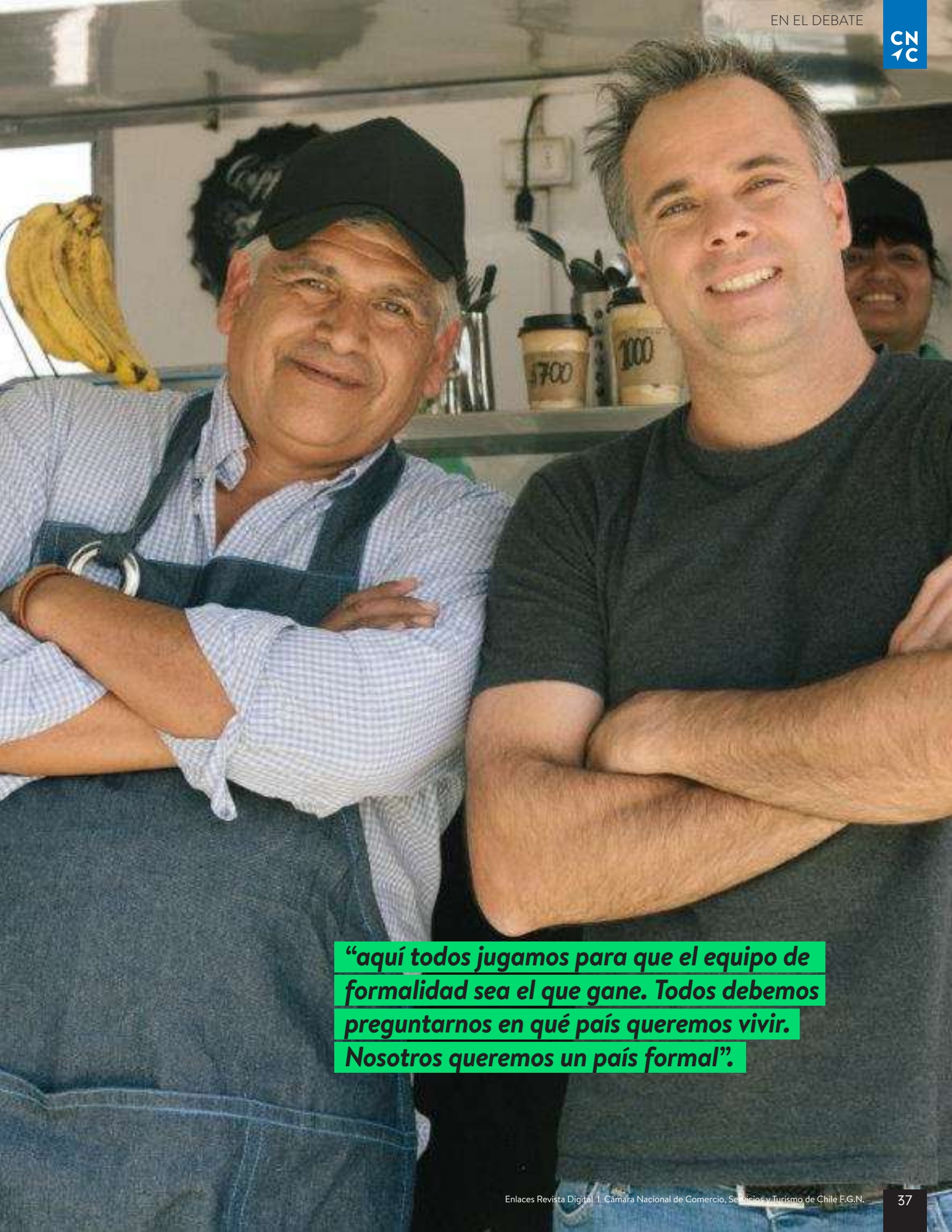
Comercio de Verdad

que “esta es una causa país, porque queremos que este partido lo gane el comercio formal. Para ello es necesario formalizar los negocios de quienes aún no lo han hecho y desde el Ministerio de Economía estamos comprometidos en ayudarlos poniendo herramientas a disposición de aquellas personas que quieren formalizar sus negocios pero no saben cómo hacerlo”.

Por su parte, Peter Hill, presidente de la CCS aseguró que esta campaña ayudará a crear conciencia de lo que verdaderamente significa el comercio ilícito, “muchas veces las personas no se dan cuenta el daño que ocasionan al adquirir productos a través del comercio informal, se traduce en un perjuicio para el comercio establecido, que afecta la recaudación fiscal, precariza el empleo y expone a los consumidores a productos sin respaldo, que incluso –en algunos casos– pueden ser fabricados de formas que pueden atentar contra la salud y la seguridad de las personas”.

Para Fernando González y Nicolás Massú, la mirada sobre el tema es contundente: “aquí todos jugamos para que el equipo de formalidad sea el que gane. Todos debemos preguntarnos en qué país queremos vivir. Nosotros queremos un país formal”.

Actualmente, una de cada tres personas que trabajan en el comercio lo hacen de manera informal y eso, según cifras del INE, representa a cerca de 500 mil trabajadores que no tienen beneficios básicos ni seguridad social. ↗



“aquí todos jugamos para que el equipo de formalidad sea el que gane. Todos debemos preguntarnos en qué país queremos vivir. Nosotros queremos un país formal”.

CNC REUNIÓ A LAS PRINCIPALES AUTORIDADES DEL SECTOR EN SEMINARIO “JUGUEMOS LIMPIO”





En el marco de la Asamblea Anual de Socios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, se realizó el seminario “Juguemos Limpio”, que contó con la participación de las principales autoridades involucradas y de Fernando González, rostro de la campaña.

Se estima que anualmente se dejan de percibir 5.000 millones de dólares debido al comercio ilícito. En el comercio hay 482.630 informales, que representan el 31,4% de los ocupados del sector.

En el contexto de la Asamblea Anual de Socios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile se realizó el seminario “Juguemos Limpio”, donde la CNC reunió a las autoridades más importantes del sector y las convocó a discutir y plantear soluciones para promover la formalización de los comerciantes, con el objetivo de todos puedan jugar en la misma cancha.

En la instancia, en que participaron diversas autoridades gubernamentales y comunales, asistieron el ministro de Hacienda, Felipe Larraín; Peter Hill, presidente de la CCS; Katia Trusich, presidenta del directorio de la Cámara Chilena de Centros Comerciales; Ricardo Mewes, presidente del OCI; Fernando Barraza, director del SII; Verónica Pérez, vicepresidenta del OCI; Ignacio Allard, gerente comercial de British American Tobacco Chile y Alejandra Tapia oficial de cumplimiento DIREC-TV de Alianza TV de pago de Alianza de TV de pago, además de representantes de las Cámaras de Comercio Regionales.

El ministro de Hacienda, Felipe Larraín y el presidente de la CNC, Manuel Melero, dieron inicio al seminario con una conversación en torno a la informalidad del comercio ilegal, lo que la CNC considera como un problema país. “La informalidad afecta a los propios vendedores que viven en la total precariedad; a los comerciantes formales y sus trabajadores, quienes día a día, además de esforzarse por sacar adelante su negocio, deben competir con un comercio que no cumple las reglas y, en definitiva, afecta a toda la sociedad. “Juguemos Limpio” es una invitación a que, como país, reflexionemos respecto al comercio informal que crece de manera vertiginosa y los graves efectos que genera”, afirmó Melero. “Este es un llamado a tomar conciencia a la ciudadanía sobre este tema y también para los que quieren formalizarse y competir lealmente

con los demás comerciantes e insertarse a la economía formal. Este es un problema estructural país y podemos y debemos trabajar juntos para avanzar en este tema, lograr la incorporación de los informales a la formalidad y atacar a las mafias del crimen organizado que lucran con esta actividad y que tanto dañan al país por la vía de la evasión”.

Por su parte, el Ministro de Hacienda, Felipe Larraín, expresó que “estamos avanzando en varios frentes para enfrentar la formalidad y legalidad en el comercio. Tenemos el proyecto de ley de Modernización Tributaria que considera la boleta electrónica que va a disminuir la evasión tributaria, regulará las plataformas digitales y simplificará el sistema tributario. También estamos modernizando la legislación laboral, facilitando la formación de microempresas, fortaleciendo la fiscalización de aduanas y del SII, fortaleciendo la fiscalización del comercio vía envíos postales (...) Tenemos grandes expectativas y estamos dispuestos a trabajar en conjunto con el comercio”, explicó Larraín.

Para continuar con el debate en torno al tema, el seminario contó con dos paneles de autoridades que pusieron sobre la mesa los planes de trabajo que están llevando a cabo para enfrentar el comercio informal. El primero, contó con la participación de Katherine Martorell, subsecretaria de Prevención del Delito; Ignacio Guerrero, subsecretario de Economía; el senador Felipe Harboe, y el ex subsecretario del Interior, Mahmud Aleuy. En su intervención, el senador Harboe, señaló que “debemos asumir como país que el comercio ilegal es parte del crimen organizado, se observan los vendedores ambulantes que son el último eslabón de la cadena, muchas veces abusados por el crimen organizado con gran rentabilidad, pensemos que a nivel mundial más de 860 billones de dólares 1,5% del PIB mundial se desarrolla por comercio ilícito



que genera una competencia desleal con los comerciantes que pagan sus patentes, pagan sus impuestos y resulta que al lado se les instala alguien a vender sin ninguna garantía de calidad. Es importante que nos pongamos de acuerdo como país sobre cuál va a ser el valor que le vamos a dar, se hagan estrategias para fortalecer el comercio formal y formalizar a los que dependen del comercio ambulante”.

Por su parte, el subsecretario de Economía, Ignacio Guerrero, expresó que “creemos que el comercio informal genera una cancha dispareja e injusta para aquellos emprendedores que, en un doble esfuerzo, por un lado, levantan sus negocios y, por otro, lo hacen formalizándolos y respetando las normas vigentes. Sin duda, la realidad del comercio informal es muy compleja y no existe una solución con una sola dimensión, sino que con diversas aristas y por sobre todo con la colaboración de entidades tanto públicas y privadas. Como Ministerio estamos trabajando y avanzando en la entrega de información y herramientas para que los emprendedores se formalicen, a través de los Centros de Negocio

de Sercotec, facilitando y simplificando los trámites de formalización e inicio de actividades, educando, a través del Sernac, sobre el riesgo que toman los consumidores al adquirir productos no certificados y, por supuesto, también promoviendo la inversión que genera empleos con contratos y con seguridad social, entre otras iniciativas”.

En el segundo panel participaron los alcaldes de Santiago, Felipe Alessandri; el de Concepción, Álvaro Ortiz; el de Iquique, Mauricio Soria y el de Estación Central, Rodrigo Delgado, quienes, más allá de sus diferencias políticas, coincidieron de forma unánime en la necesidad de coordinar a todos los entes públicos y de mejorar la legislación con el objetivo de trabajar en conjunto para lograr la formalización de los comerciantes ambulantes de sus respectivas comunas, donde según comentaron, el escenario informal toma cada día más fuerza.

LOS CAPITANES



Fernando González: “la gente no tiene conciencia de este tema, cree que ayuda comprando en el comercio informal y no se da cuenta a cuántas personas está dañando con esto. No estamos contra ellos, estamos con ellos para que puedan regularizarse. Esta es una causa país, buscamos crear conciencia, ya que comprar en el comercio formal beneficia tanto a los consumidores como a los vendedores, ya que todos jugamos bajo las mismas reglas. Aquí todos jugamos para que el equipo de la formalidad sea el que gane. Todos debemos preguntarnos en qué país queremos vivir, nosotros queremos un país formal”.



Nicolás Massu: “en el caso de nosotros, el tenis siempre te enseña a jugar limpio y a respetar a tu rival. Hemos visto con esta campaña que aquello no sucede en el comercio informal, ya que al no jugar bajo las mismas reglas, esto termina afectando a los comerciantes establecidos, al empleo y a la economía del país, exponiendo a los consumidores a productos sin respaldo, por eso finalmente es algo que nos afecta a todos. Por eso hacemos un llamado a los consumidores a tomar conciencia y a los comerciantes informales a formalizarse”.👊

¡SÚMATE AL EQUIPO! NO TE PIERDAS EL PRIMER SET DEL COMERCIO DE VERDAD

juguemos
limpio

Comercio de Verdad



CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO



CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE CHILE



CHILE LO
HACEMOS
TODOS



SARA SMOK ÚBEDA

Directora CNC

Siempre preocupada por las temáticas de género y por fomentar la participación de las mujeres en el ámbito laboral, socia fundadora de la Red Mujeres Alta Dirección y Woom Up, Sara Smok además es miembro del grupo de liderazgo de la Iniciativa de Paridad de Género en Chile. Y no sólo eso, sino que ha trabajado incansablemente para apoyar a los emprendedores, a través de la Red de Mentores por Chile. Así es la nueva directora de la CNC, quien además posee una vasta trayectoria empresarial, siendo actualmente gerente general de Manpower Group y presidente de la Caja La Araucana.

¿Cómo partió su interés en los temas de género?

Creo que siempre estuvo latente, ya en el colegio y al interior de mi familia me cuestionaba el hecho de que las mujeres tenían el camino decidido por otros: encontrar novio, casarse, tener hijos y si decides estudiar estas son tus opciones de carrera, yo sentía que podía llegar a ser lo que me propusiera. No era la primera del curso ni la más popular, era más bien tranquila y algo tímida, pero no me limitaba cuando había que levantar la mano para participar, apoyar, tomar desafíos, responsabilidades y también para defender lo que creía correcto. Luego vino mi ingreso al mundo laboral, ahí se hizo mucho más evidente que la mera voluntad y determinación no servían para llegar lejos, sino que también importaba encontrar las oportunidades y esas eran más esquivas para las mujeres.

¿Cuál es su visión acerca de la participación de las mujeres en el ámbito empresarial?

No encuentro razones reales ni objetivas para que las mujeres laboralmente no alcancen una mayor relevancia. Tiene que ver con factores sociales, culturales, legales y económicos, los que determinan una cierta postergación de las mujeres en el ámbito empresarial. El acceso a créditos y la dedicación en tiempo al negocio se ven limitados. Las mujeres son vistas como pequeñas empresarias, como casi un hobby, son pocas las que logran traspasar esa barrera, pero no por falta de capacidades, sino porque las barreras son sin duda más altas y cuesta mucho superarlas si eres mujer.

¿Cómo llegó a fundar Red Mujeres de Alta Dirección?

En el año 2012, luego de haber terminado en la UAI una preparación específica en Gobierno Corporativo para mujeres ejecutivas, junto a otras egresadas pensamos en que había que hacer algo para promover el talento femenino en las esferas de alta dirección.

Sabíamos que no era fácil, que había muchos sesgos instalados y que la cultura imperante en el mundo de los negocios no nos favorecía. Pensamos en unirnos con este propósito entendiendo que era una forma de tener una voz pública. Partimos 8 mujeres que nos reuníamos a comer todos los martes en la oficina de una de ellas y así nació Mujeres en Alta Dirección (MAD).

Al poco andar se nos apareció un importante grupo de otras mujeres que estaban organizadas bajo el nombre de Red. Decidimos que teníamos que unir fuerzas y así, en enero de 2015, nació Red MAD, una corporación sin fines de lucro que al día de hoy reúne a 300 mujeres ejecutivas que buscan no solo avanzar en sus carreras, sino que también abrir caminos a las que vienen.

¿Cómo llegó a interesarse por la actividad gremial?

12 años atrás conocí el mundo gremial, integrando el Directorio de la AGEST. Desde el inicio me atrapó. Me di cuenta de que tenía que comenzar a pensar ya no como gerente de un negocio, que es lo que venía haciendo, sino de una manera colectiva, aceptando que mis ideas no eran las que se ejecutarían sino construir nuevas ideas en conjunto con otros, que además eran mis competidores.

Creo que la actividad gremial debe ir de la mano de una apertura, madurez y generosidad importante. De lo contrario, termina siendo cooptada por quienes tienen el poder de decisión y los líderes comienzan a correr una propia carrera donde los más pequeños suelen ser los que quedan atrás. Descubrí que tenía cierta habilidad que podía desarrollar en esa línea y creo que no lo he hecho tan mal. Hoy soy presidente de AGEST y recientemente fui elegida directora de libre elección en la CNC.

¿De qué manera es importante potenciar el trabajo de los emprendedores para la economía del país?

En un mundo en constante cambio necesitamos fuerza creativa, flexible, que se adapte rápidamente, asumir riesgos. Creo que los buenos emprendedores tienen esas capacidades desarrolladas y pueden generar un efecto virtuoso, que contagia y que hace que muchos otros quieran imitarlos y seguir ese camino.

Chile ha sido una buena plataforma de emprendimiento en los últimos años, aún hay mucho que mejorar en términos de las barreras burocráticas que deben salvar. La energía que allí gastan la necesitamos haciendo negocios, generando empleo y no pérdidas en las ventanillas de las oficinas de partes o de atención de un determinado servicio.

¿En su trabajo en Red Mentores por Chile como se potenció el trabajo con los emprendedores?

Trabajar con emprendedores e intentar aportar con mi experiencia ha sido un gran aprendizaje y una fuente de energía, además de apoyar a otros que resulta tan reconfortante. Los resultados se pueden ver por lo general en corto tiempo y cuando recibes el reconocimiento del emprendedor recibes un regalo. Me gusta mucho en verdad.

¿Cree que ha habido avances en esta temática (potenciar el rol femenino en los emprendedores)?

Hay agrupaciones que lo intentan y prestan apoyo, lo que evidencia que es porque resulta más difícil. A todo lo anterior le agregas ser mujer y ya la pendiente de la cuesta se eleva.

Aún falta por resolver algunas barreras críticas, como por ejemplo que el sistema financiero le exige más a las mujeres para otorgarles un crédito, aun cuando está demostrado que son mejores pagadoras o cuando los clientes estrujan el precio solo porque es atractivo negociar con una mujer y ganarle, etc. ↴

A portrait of Bárbara Henry da Bove, a woman with long, wavy blonde hair, wearing a dark blazer over a white shirt and a gold chain necklace. She is standing in front of a bookshelf filled with books. A decorative fish-shaped object is visible on the shelf to the right.

BÁRBARA HENRY DA BOVE

Presidenta Cámara de Comercio de Valdivia

Defínase en 140 caracteres (como twitter)

Mujer, madre, profesional, inquieta, me interesa aprender mil cosas todo el tiempo y poder reinventarme mil veces también. Disfruto los cambios y los desafíos.

Cuéntenos de su trabajo, a qué se dedica.

Desde los 26 años he trabajado en Bancos e Instituciones Financieras, administrando activos de renta fija, acciones y mercados internacionales. Me he desarrollado como Gerente de la Zona Sur, para distintas instituciones, teniendo muchas oficinas y personal a mi cargo. Mi trabajo consiste en estudiar y proponer las mejores alternativas de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo de cada cliente.

¿Cómo es el empresario chileno?

Hoy en día, gracias a la tecnología, el empresario chileno está vinculado con el mundo, el medio y su comunidad. Ha generado mayores y mejores nexos con sus trabajadores, ya que sabe que el éxito de su empresa depende de las personas que trabajan con él.

En general es un empresario respetuoso de las leyes y normas existentes, lo veo muy abierto a reinventarse y adaptarse a temas como tecnología, trato justo, inclusión, sustentabilidad, etc. intentan-

do cambiar esa imagen demonizada que existía de ellos, ejemplos claves de esto es la inclusión de la mujer en distintos ámbitos (Directorios, Gerencias Generales, Gremios, etc.) cargos que anteriormente eran exclusivamente de hombres, temas como la sustentabilidad y cuidado medio ambiental están hoy en la agenda de cada empresario, pero sin duda faltan mucho por avanzar en otros temas, como las barreras de entrada para profesionales recién egresados, dado que la exigencia de 5 años de experiencia para comenzar a trabajar es INVALIDANTE y FRUSTRANTE. Como logran esos 5 años, si no se les da la posibilidad de entrar.!

¿Cómo llegó a ser parte de la Cámara de Comercio e Industrias de Valdivia?

En representación de la empresa en que trabajo, fui elegida como Directora y posteriormente presidenta de la CCIV en Valdivia. Este hecho me permitió ser la primera mujer en ocupar este cargo en la CCIV en sus 110 años de existencia.

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

Cuando niña soñaba con estudiar teatro, me fascinaba la idea de poder vivir distintas vidas a través de un personaje.

¿Cómo describiría el aporte de la Cámara de Comercio e Industrias de Valdivia al desarrollo de su región?

La Cámara participa activamente en el desarrollo de la Región, siendo un referente que permite relacionar al empresariado con el estado, la academia y la comunidad, propiciando siempre instancias de diálogo entre las partes, buscando objetivos comunes, siendo un articulador para atraer inversiones a nuestra región, mejorando de esta forma la calidad de vida de nuestros habitantes generando un mejor futuro para las nuevas generaciones.

Hace 45 años, la Cámara de Comercio e Industrias de Valdivia entrega el Premio Pedro de Valdivia, premiando a importantes empresarios de nuestra región y destacando el trabajo responsable e inclusivo, el cuidado del medio ambiente y por sobre todo aquellos que son un ejemplo de que es posible emprender desde regiones.

Cómo explicaría el trabajo de la Cámara de Comercio e Industrias de Valdivia a un niño/a de 10 años?

Le diría que es un grupo de personas que se trabajan juntas, para ayudar a lograr un mejor futuro para nuestra ciudad.

¿Qué significa ser presidenta del gremio?

Ha sido un honor presidir uno de los gremios de mayor trayectoria nacional, en una ciudad con tanta historia de emprendedores, inmigrantes y visionarios, que han sabido compartir lo mejor de sus culturas para integrarse a nuestro país, donde la perseverancia y el amor a nuestra hermosa región nos ha permitido recuperarnos de los embates de la naturaleza, y poder

convertirnos en una de las ciudades más hermosas de nuestro país, siendo hoy referente como polo universitario, ciencia y turismo.

¿Algún lugar que le gustaría visitar y por qué?

He sido muy afortunada en poder viajar a muchos países, conocer sus culturas y costumbres. Me faltan muchos países por conocer, donde sin duda la India está en mis prioridades. Me parece muy interesante conocer de cerca como las personas pueden convivir donde hay tanta diversidad de culturas, creencias, clases sociales, muchas veces sólo con lo mínimo para subsistir.

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

Chile país oportunidades y desafíos, tierra fértil para emprendedores.

¿Cómo se ve dentro de 20 años?

Espero estar viviendo frente al mar en un lugar del mundo, que tenga un clima cálido, haciendo algo entretenido junto a mi marido y compañero de toda una vida, un lugar donde mis hijos y afectos siempre quieran volver.➤



EXPO
2019



ALLÁ
VAMOS

6 AL 21 DE JULIO



La FERIA Internacional de Ganadería, Industria, Agricultura, Comercio y Servicios organizada por la Unión Industrial Paraguaya (UIP) y la Asociación Rural del Paraguay (ARP), es la mayor exposición del trabajo en el país. La Feria se llevará a cabo del 6 al 21 de julio de 2019 en Asunción, Paraguay y prevé la realización de ruedas de negocios.

La "EXPO" como es coloquialmente conocida la Feria Internacional, es una muestra integral del sector productivo del Paraguay, tales como la ganadería, agricultura, servicios e industria.

Ediciones anteriores del evento congregaron a más de 1.500 expositores y más de 600.000 visitantes en un predio de aproximadamente 25 hectáreas.

En el segmento internacional, mostrando y compartiendo el país que queremos ser, la Expo Rueda Internacional de Negocios es la plataforma que cada año reúne a empresarios y emprendedores de Paraguay, la región y el mundo en búsqueda de las mejores oportunidades comerciales y de inversión.

En el año 2018 se generaron 1.820 reuniones entre empresarios nacionales y extranjeros de 549 empresas participantes, además se crearon expectativas de negocios de alrededor de 157.000.000 de dólares.

En su edición XXIII busca brindar una atención segmentada de empresas extranjeras vendedoras de productos, insumos, equipos y servicios para el mercado paraguayo. Tendremos un sector de importadores y distribuidores nacionales que buscan ampliar su cartera de productos y quieren un trato directo con los empresarios del extranjero, evitando así la intermediación que hace que el precio sea más alto y muchas veces pierda competitividad.

INFORMACIONES

<http://expo.org.py> | mail: embaparchile@123.cl o chileembaparsc@mre.gov.py



XIX Encuesta de Victimización del Comercio, segundo semestre 2018:

VICTIMIZACIÓN DEL COMERCIO CAE 10 PUNTOS, PERO SENSACIÓN DE INSEGURIDAD SE MANTIENE ALTA

- Si se compara con el resultado de la medición del segundo semestre 2017 (59,3%), la baja es significativa y muestra una importante diferencia en los períodos estudiados. Sin embargo, y respecto de la primera mitad del 2018, cae solo 3,3 puntos porcentuales.
- Al comparar los resultados con información histórica, se observa que la victimización del comercio se ha mantenido en niveles similares en las 19 mediciones realizadas, donde el promedio de victimización del comercio alcanza 49,1%.
- Las ciudades de Concepción-Talcahuano, Santiago y Viña del Mar-Valparaíso, superan el índice nacional de victimización con 58%, 53,9% y 50,3%, respectivamente. Por el contrario, se ubica Antofagasta con 32,3%, con el menor índice de victimización.
- Según la Decimonovena Encuesta de Victimización del Comercio de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), el Gobierno y la Fiscalía son los organismos con menor nivel de satisfacción en su accionar para enfrentar la delincuencia. En el otro extremo, se sitúa Carabineros de Chile.



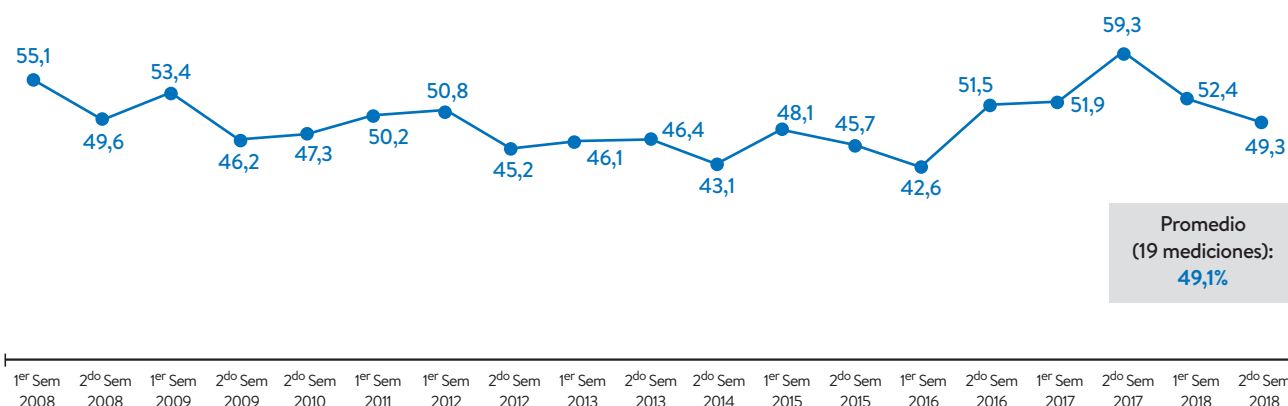
Un 49,1% de los establecimientos comerciales, hoteles y restaurantes del país fueron víctimas de uno o más delitos durante el segundo semestre de 2018, según la XIX Encuesta de Victimización del Comercio, realizada por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC).

El resultado del sondeo, que se realizó entre el 12 de febrero y el 28 de marzo de 2019, a 1.222 establecimientos de Iquique, Antofagasta, Viña del Mar-Valparaíso, Gran Santiago, Concepción-Talcahuano, Temuco y Puerto Montt, da cuenta de una baja de 10 puntos porcentuales respecto del segundo semestre 2017 y una caída de 3,3 puntos porcentuales si se compara con el primer semestre 2018 (52,4%). En el caso de regiones, se ubicó en 45,8%; 11,4 puntos porcentuales menos que en el segundo semestre 2017.

Los establecimientos de Concepción-Talcahuano (58%), Gran Santiago (53,9%) y Viña del Mar-Valparaíso (50,3%) son los que reportan mayor nivel de victimización. Aunque, en el caso de este último, registra un baja significativa de 16 puntos porcentuales respecto de igual período 2017. Temuco y Antofagasta siguen esta misma línea y marcan bajas significativas, ubicándose como las dos ciudades con menores tasas de victimización de las regiones medidas por la encuesta.

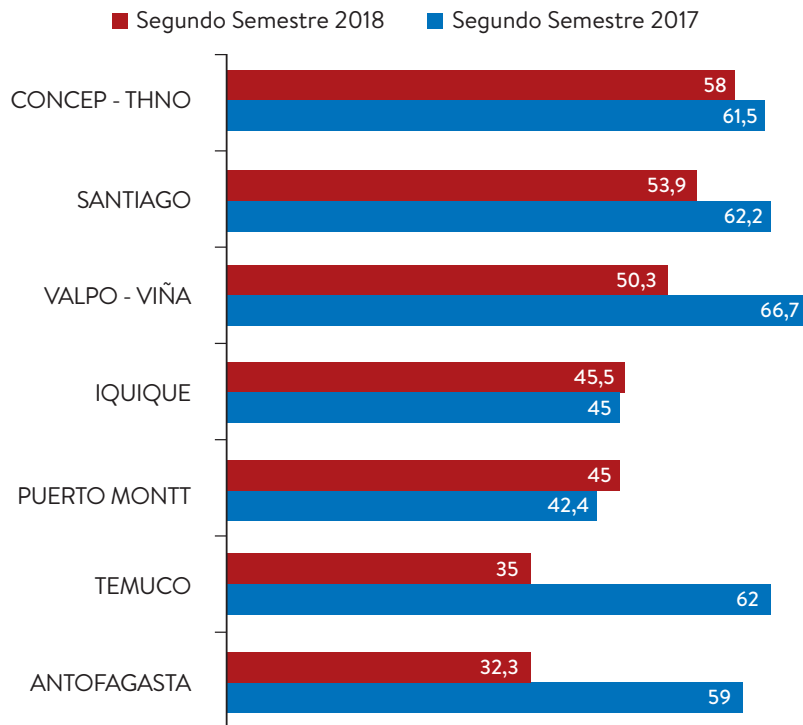
Por su parte, en Iquique y Puerto Montt este indicador se mantuvo en niveles similares al segundo semestre de 2017 con un alza marginal en cada una de ellas.

TASA DE VICTIMIZACIÓN DEL COMERCIO (%)



Departamento de Estudios Cámara Nacional de Comercio

TASA DE VICTIMIZACIÓN POR CIUDAD (%)



Departamento de Estudios Cámara Nacional de Comercio

Tal como ha ocurrido en sondeos anteriores, el Retail (tiendas por departamentos, supermercados y farmacias) es el rubro más victimizado, con una tasa de 92%, aunque de igual manera reportó una baja de 5,6 puntos respecto a la medición de igual semestre en 2017. Le siguen Minoristas (otros negocios por menor) y Otros (Compra y venta de automóviles, empresas de logística, estaciones de servicio) con un 45,4% y de cerca, el sector Hoteles y Restaurantes con un 42,3%.

El delito y/o falta con mayor ocurrencia es el hurto hormiga (20,9%); seguido del hurto (19,4%); delito económico (14,3%), rayados (8,7%) y robo con violencia (6,9%). A su vez, el Retail es el sector donde se registra la mayor cantidad de estos delitos por sobre los otros rubros, existiendo una alta incidencia del hurto hormiga (72,8%) y hurto (56%).

Los delitos que tienen una alta tasa de revictimización durante el primer semestre de 2018, con ocurrencia de más de una vez, fueron hurto hormiga (89%), seguido por el rayado no autorizado (74,5%), hurto (65,8%),

delito económico (58,8%) y robo de vehículos (56,3%). Cabe destacar que el robo con violencia también tiene un porcentaje alto de revictimización de 47,6%.

Por otra parte, la mayoría de los encuestados, de manera transversal en los rubros, opina que sería de ayuda la adopción de medidas conjuntas entre vecinos y comerciantes (asociatividad) para reducir la delincuencia. Sin embargo, sobre el 80% no participa en ningún tipo de organización, donde las mipymes presentan mayor participación y asociatividad que las empresas grandes.

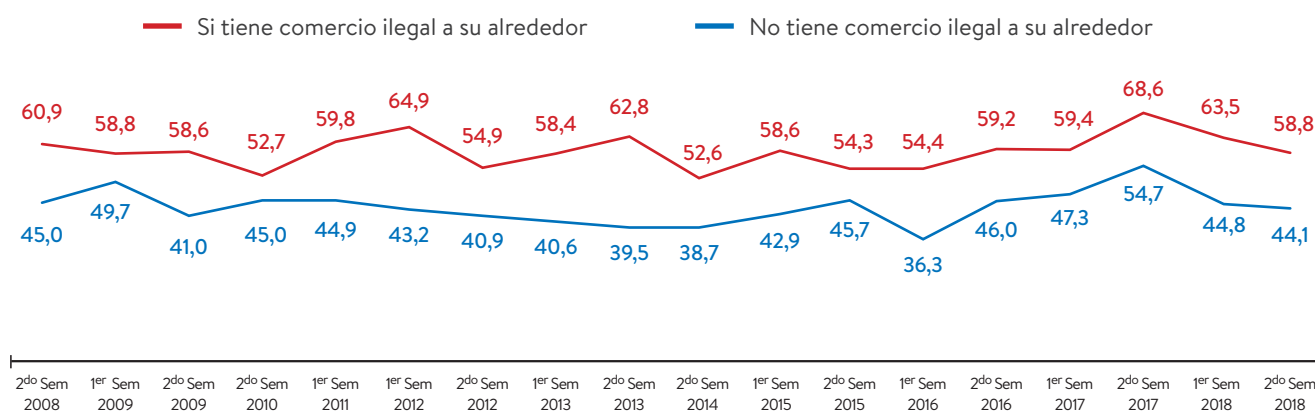
Concepción-Talcahuano e Iquique destacan por mayor asociatividad entre los comerciantes. En la vereda opuesta, se encuentra Temuco y Valparaíso-Viña, donde sobre el 90% de los encuestados declara no participar en nada. En el sector Minoristas, tanto como en el sector Turismo, se apreciara mayor tendencia a asociarse, mientras que el sector definido como Otros (estación de servicio, logística y compra-venta de autos) presentan menos niveles de espacios colaborativos.

COMERCIO ILEGAL Y VICTIMIZACIÓN

El 35,4% de los comerciantes, reporta presencia de comercio ilegal en la cercanía de sus negocios, factor que se acentúa principalmente en el retail (92%) y, en comercios o tiendas grandes (75,6%). Al igual que en mediciones anteriores, la presencia de comercio ilegal, tendría directa incidencia en la

Victimización del comercio, donde el 58,8% de los comerciantes que reportan presencia de comercio ilegal en las cercanías, ha sido víctima de algún delito o falta, condición que se mantiene en niveles similares respecto del segundo semestre 2017 (59,4%).

TASA DE VICTIMIZACIÓN (%)



Departamento de Estudios Cámara Nacional de Comercio

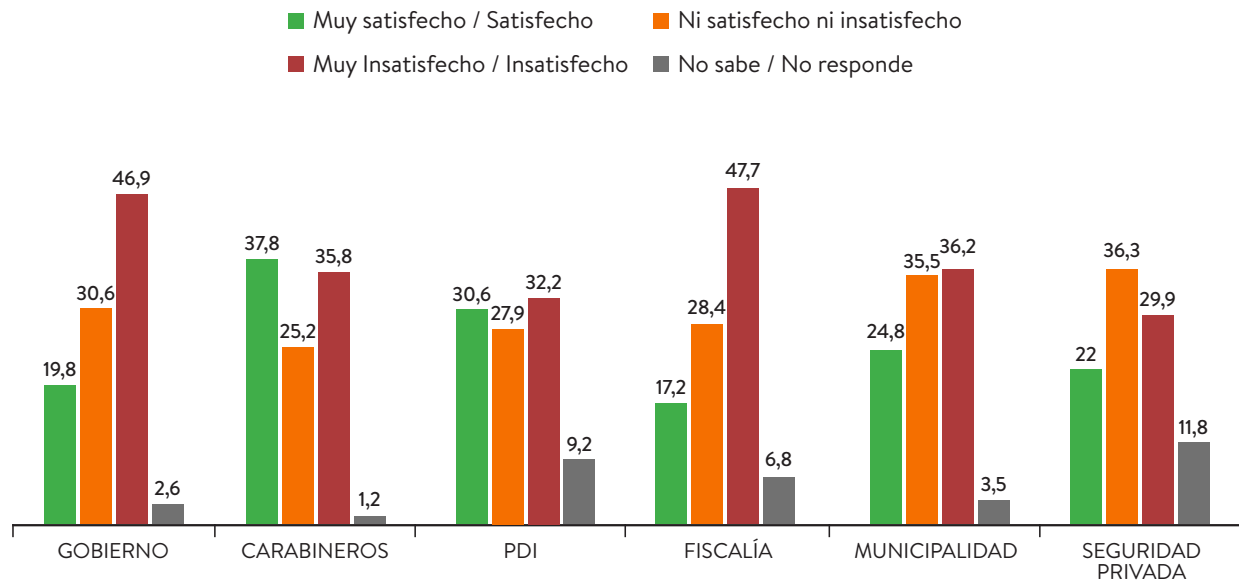
SATISFACCIÓN Y EXPECTATIVAS

Según los comerciantes encuestados, las entidades que en su accionar presentan menor nivel de satisfacción a la hora de enfrentar a la delincuencia son la Fiscalía (47,7%), el Gobierno (46,6%) y los municipios (36,2%). Por el contrario, Carabineros (37,8%) es percibido por los encuestados con un mayor nivel de satisfacción en su accionar junto con la PDI (30,6%).

A juicio de los comerciantes, la principal falencia del Gobierno y de la Fiscalía es la ineficiencia de los protocolos. Por otra parte, los comerciantes critican que Carabineros tiene poca dotación de personal para enfrentar la delincuencia.

En cuanto a expectativas para los próximos 6 meses, la mayor parte de los comerciantes (59,5%) sienten que la delincuencia seguirá igual o mayor, condición que es levemente mayor en Santiago (60,7%). Comparativamente, se observa que las expectativas de los comerciantes sobre el nivel de delincuencia respecto del semestre futuro van decreciendo, ya que el segundo semestre del 2017 era de 60%, el primer semestre 2018 era de 42,8% y el segundo semestre del mismo año, llegó a 39%.

SATISFACCIÓN RESPECTO AL ACCIONAR FRENTE A LA DELINCUENCIA (%)



Departamento de Estudios Cámara Nacional de Comercio

DENUNCIAS

En términos de denuncia, se observa un comportamiento similar a lo observado en la medición anterior, donde 6 de cada 10 comerciantes (61,5%) opta por no denunciar los delitos o faltas que les afectan, siendo los minoristas quienes reportan menor nivel de denuncia (71,3%).

Por otra parte, 1 de cada 4 comerciantes (24,5%) declara haber denunciado cada vez que fue victimizado, donde los comerciantes del retail los que mas denuncian (37,4%).

Las principales barreras que frenan las denuncias se relacionan con la baja cuantía de los robos (55,9%); no confía o es perder el tiempo (41,6%); no tiene pruebas/testigos (23,1%); no tiene tiempo (16,7%); y encuentra que es un trámite engorroso y burocrático (12,6%)

Consecuentemente con lo observado en mediciones pasadas, la baja tasa de denuncia sería producto de los resultados obtenidos en este trámite, donde el

68,1% de los comerciantes que ha optado por denunciar, declara no haber obtenido los resultados que esperaba.

MEDIDAS DE SEGURIDAD

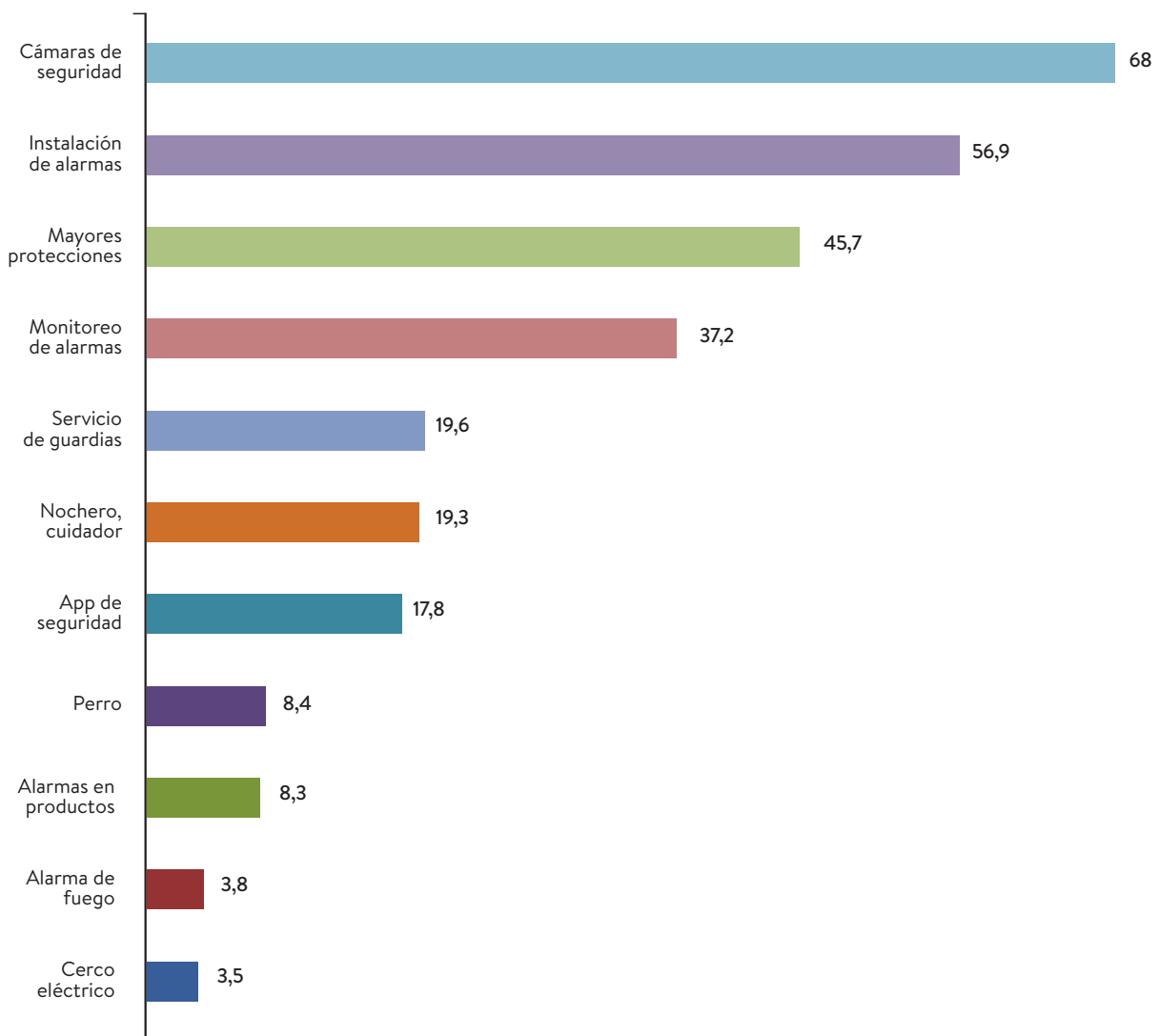
Cámaras de seguridad (68%), Instalación de Alarmas (56,9%), Mayores Protecciones (45,7%) y Monitoreo de Alarmas (37,2%), son las principales medidas de seguridad que declaran poseer los comerciantes en esta medición. En promedio los establecimientos tienen 3 medidas de seguridad, llegando las grandes tiendas a tener hasta 6 medidas distintas en sus establecimientos.

Respecto de los principales efectos de los delitos en el comercio, un 75% de los encuestados dijo que lo principal era la interrupción de la actividad comercial, mientras que, en segundo lugar, se encuentra la baja moral en los trabajadores (74,8%). Por otra parte, la postergación de inversiones en el negocio (48,4%) y el daño a la imagen del negocio (41,3%), están en tercer y cuarto lugar respectivamente.

Al igual que en ediciones anteriores, las cámaras de seguridad (84,7%); instalación de alarmas (84,3%) y mayores protecciones (84%), son las medidas de seguridad percibidas con mayor eficiencia. Al contrario, se ubican las armas de fuego con 5% de eficiencia. Comienza a aparecer también el uso de Apps de seguridad sobre todo en los establecimientos de mayor tamaño con mayor conocimiento tecnológico.



MEDIDAS DE SEGURIDAD QUE POSEEN LOS ESTABLECIMIENTOS (%)



Departamento de Estudios Cámara Nacional de Comercio

VIOLENCIA E INSEGURIDAD

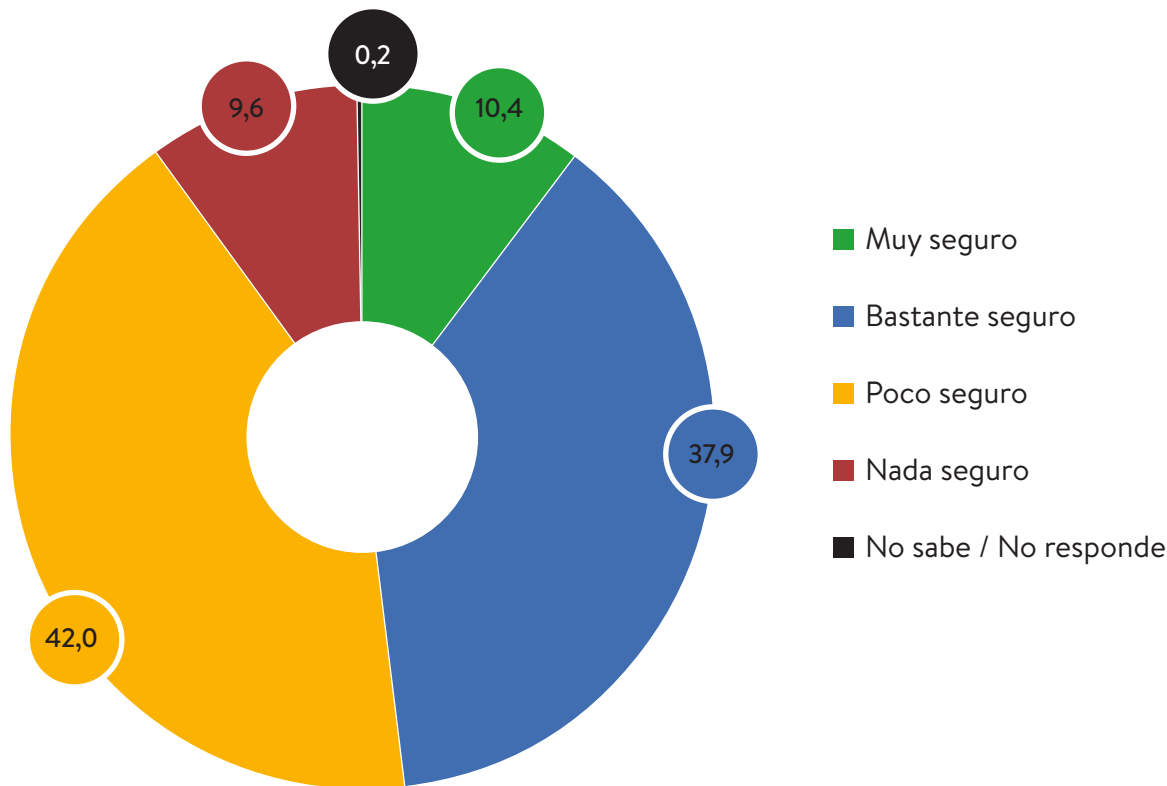
Como se ha observado en mediciones pasadas, los barrios donde están emplazados los negocios, son inseguros para la mayor parte de los comerciantes (51,6%), condición que disminuyó en 1,1 puntos porcentuales respecto del segundo semestre 2017 (52,7%). Por el contrario, un 48,3% opinó que el barrio donde está su establecimiento es “bastante” y “muy seguro”.

En el Retail y Otros (compra y venta de Automóviles, estaciones de servicio, empresas de logística) prevalecen las percepciones de mayor inseguridad, con un 64% y 56,7%, respectivamente.

En términos regionales, los comerciantes de Valparaíso-Viña (69,5%), Santiago (59,7%) e Iquique (56,4), perciben mayor inseguridad en los barrios donde están ubicados. En el otro extremo, un 71,8% de los comerciantes de Antofagasta perciben más seguro el barrio donde se ubican sus negocios.

A nivel nacional, la percepción de la violencia de los delincuentes (igual o mayor que un año atrás) se ha mantenido en los últimos años, alcanzando 89,9%. Un 37% declara que el nivel de violencia de como atacan los delincuentes ha aumentado y solo un 10% declara que ha disminuido

PERCEPCIÓN DE INSEGURIDAD RESPECTO
AL BARRIO DONDE SE UBICA EL NEGOCIO (%)



Departamento de Estudios Cámara Nacional de Comercio

RESULTADOS POR CIUDAD

GRAN SANTIAGO

Un 53,9% de los establecimientos comerciales del Gran Santiago fueron victimizados durante el segundo semestre de 2018. La cifra representa un baja si se compara con el sondeo correspondiente a igual período de 2017 (62,2%), aunque de igual manera posiciona a esta ciudad como el segundo índice de victimización más alto, por debajo de Concepción-Talcahuano con un 58% y sobre Valparaíso-Viña del Mar que lograron un 50,3%.

El hurto hormiga es el delito con mayor ocurrencia (20,9%); seguido por el hurto (19,4%); delito económico (14,3%); rayado no autorizado (8,7%); y robo con violencia (6,9%).

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 59,7% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro, 3,3 puntos porcentuales menos que en la encuesta del segundo semestre 2017.

Por área geográfica, los comerciantes de los sectores nor-oriente (86,1%); nor-poniente (90,1%) y sur oriente (89,7%) mostraron menores niveles de inseguridad en comparación con igual período 2017. En cambio, en el sector sur poniente (94,7%) mostró un alza de 6,5 puntos porcentuales, en comparación con la medición anterior.

El 89,9% de los comerciantes del Gran Santiago perciben que los delincuentes atacan con mayor o igual violencia que hace un año y sólo 10,1% que con menor violencia que en segundo semestre 2017.

Respecto a si la adopción de medidas conjuntas entre vecinos y comerciantes podrían ayudar a reducir la delincuencia en su barrio o localidad, un 57% respondió que ayudaría

mucho, pero un 84,5% declaró no participar de ninguna de ellas. En la vereda contraria, el 13,8% que sí participa, declaró que en un 51,4% lo hacen en Juntas de Vecinos, seguido de Locales Organizados en un 34,7% y en Unión Comunal con un 6,9%.

En Santiago, respecto de cómo las instituciones enfrentan la delincuencia que afecta al comercio, un 57% de los encuestados dijeron estar insatisfechos o poco satisfechos con el Gobierno y la Fiscalía, mientras que sobre las Municipalidades y los Carabineros la cifra fue de un 44,6% y un 44,4%, respectivamente.

En el caso de la PDI y la Seguridad Privada, las cifras no fueron muy distintas, correspondiendo a un 38,5% y un 38,2%, respectivamente, de comerciantes que se declararon insatisfechos con el actuar de las instituciones antes mencionadas.

IQUIQUE

Un 45,5% de los negocios comerciales de Iquique fue víctima de un delito y/o falta en el segundo semestre de 2018, 0,5 puntos porcentuales más que en igual período de 2017 (45%).

Los delitos con mayor incidencia en la ciudad son el hurto (21,8%); seguido del hurto hormiga (12,9%); delito económico (9,9%); robo con violencia (8,9%); y rayado no autorizado (4%).

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 56,4% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro, 8,6 puntos porcentuales menos que en la medición del segundo semestre de 2017, aunque un 85,2% manifestó que la violencia cuando atacan los delincuentes es mayor o igual que hace un año.

Por otra parte, al preguntarles a los encuestados si la adopción de medidas conjuntas entre vecinos y comerciantes podrían ayudar a reducir la delincuencia en su barrio o localidad, un 63,4% respondió que ayudaría mucho, pero solo un 20,8% declaró participar activamente de alguna de ellas. Las Juntas de Vecinos lideraron con la preferencia de un 46,7% de quienes sí participan, seguidos de Locales Organizados, con un 28,6% y en igual medida, con un 9,5% se ubicaron las Organizaciones Comunales y Barriales.

En Iquique, respecto de cómo las instituciones enfrentan la delincuencia que afecta al comercio, un 49% de los comercios dijeron estar satisfechos o muy satisfechos con el actuar de Carabineros, seguido por la PDI con un 47,6% y la Municipalidad con un 42,6%.

Por el contrario, las institución peor evaluada, donde los encuestados declararon estar insatisfechos o muy insatisfechos con su labor, se encuentra el Gobierno, con 32,7%.

ANTOFAGASTA

Un 32,3% de los establecimientos de Antofagasta fue victimizado en el primer semestre 2018, versus 59% registrado en la medición correspondiente a igual período de 2017.

En esta ciudad un 14,1% de los delitos corresponden a hurto hormiga; seguido por un 8,1% de hurto; 7,1% de rayados no autorizados; 6,1% de delitos económicos y 4% de robos con violencia.

Sobre de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 28,2% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro y el 58% que es bastante o muy seguro. Esta cifra muestra una baja de 13,8 puntos porcentuales respecto de la encuesta del segundo semestre 2017.

Respecto de la violencia cuando atacan los delincuentes, el 99% manifestó que es mayor o igual que hace un año. Respecto a si la

adopción de medidas conjuntas entre vecinos y comerciantes podrían ayudar a reducir la delincuencia en su barrio o localidad, un 48,5% respondió que ayudaría mucho, pero solo un 12,1% participa de alguna de ellas. De acuerdo con lo declarado, 83,3% de los que sí participa, declaró que lo hace en Juntas de Vecinos, seguido de un 8,3% en organizaciones barriales.

Al momento de evaluar a las autoridades respecto de cómo estas enfrentan la delincuencia que afecta al comercio, Antofagasta tuvo la mejor percepción de la gestión de las entidades en comparación con las otras ciudades de la medición. Un 78,8% dijeron estar satisfechos o muy satisfechos con la labor de Carabineros, seguido por la PDI con un 68,7% y la Fiscalía con un 66,7%. Muy cerca, y bajo el mismo criterio, se ubicó el Gobierno con un 65,6%, la Seguridad Privada con un 61,6% y finalmente la Municipalidad, con un 56,6%.

VALPARAÍSO - VIÑA DEL MAR

Un 50,3% de los establecimientos comerciales de Valparaíso y Viña del Mar fue víctima de un delito y/o falta en los primeros seis meses de 2018, menor al 66,7% registrado en igual semestre de 2017. Este resultado la sitúa como la tercera ciudad con el índice más alto de victimización considerado en esta medición.

El hurto hormiga y el hurto, son los delitos con mayor incidencia (25,2%); seguido de delitos económicos (19,9%).

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, los comerciantes de Valparaíso-Viña del Mar perciben el barrio más inseguro que sus pares de Antofagasta, Puerto Montt, Temuco y Concepción-Talcahuano, donde un 69,5% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro. En el segundo semestre de 2017 este resultado fue 20,1 puntos porcentuales menor.

El 90,1% manifestó que la violencia cuando atacan los delincuentes es mayor o igual que hace un año. Pero, al preguntarles a los encuestados si la adopción de medidas conjuntas entre vecinos y comerciantes podrían ayudar a reducir la delincuencia en su barrio o localidad, un 49% respondió que ayudaría mucho, pero solo un 6,6% declaró participar activamente de alguna de ellas. De quienes participan, un 50% lo hace en Locales Organizados y un 40% en Juntas de Vecinos.

En la evaluación de las autoridades respecto de cómo estas enfrentan la delincuencia que afecta al comercio, al contrario de Antofagasta, Valparaíso-Viña del Mar, marcaron los porcentajes más bajos de satisfacción, donde se mostraron insatisfechos o muy insatisfechos en un 68,9% con la Fiscalía, seguido de un 68,2% del Gobierno; un 66,2% de la PDI, Seguridad Privada y Municipalidad, para terminar con un 63,6% de Carabineros.

CONCEPCIÓN - TALCAHUANO

Un 58% del comercio, servicios y turismo de Concepción y Talcahuano fue victimizado en el segundo semestre de 2018, y aunque es 3,5 puntos porcentuales menos que el mismo semestre del año anterior, estas ciudades obtienen el primer lugar como las más victimizadas del período en estudio.

Un 26% de los delitos ocurridos corresponde a delitos económicos; un 17,3% hurto hormiga; seguido de un 15,3% de hurto; en el caso de robo con violencia, la medición alcanzó un 16% y el rayado no autorizado, un 4,7%.

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 36,7% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro. Sobre de la violencia cuando atacan los delincuentes, el 85,3% manifestó que es mayor o igual que hace un año.

De acuerdo con que, la adopción de medidas conjuntas entre vecinos y comerciantes podrían ayudar a reducir la delincuencia en su

barrio o localidad, un 45,3% respondió que ayudaría mucho, pero solo un 32% declaró participar activamente de alguna de ellas. Respecto a en qué tipo de asociación vecinal participa, los Locales Organizados y las Juntas de Vecinos lideraron las preferencias con un 64,6% y un 31,3%, respectivamente.

Al momento de evaluar a las autoridades, respecto de cómo estas enfrentan la delincuencia que afecta al comercio, un 43,3% dijo estar satisfecho o muy satisfecho con el actuar de Carabineros, seguido de la PDI con un 24,7% y la Seguridad Privada con un 20,7%. Por el contrario, con un 44%, los encuestados manifestaron estar insatisfechos o muy insatisfechos con el actuar de Fiscalía.

TEMUCO

Un 35% de los establecimientos comerciales de Temuco fue víctima de un hecho delictual en el primer semestre de 2018, significativamente menor al 62% alcanzado en igual período de 2017, una caída 27 puntos porcentuales. Junto a Antofagasta marcan la menor victimización de esta medición.

El delito que ocurre con mayor frecuencia en la ciudad de Temuco es el hurto con un 20%; seguido por hurto hormiga (18%); robo con violencia (12%); rayado no autorizado (8%) y delito económico (5%). El robo con violencia solo representa el 1%.

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 63% de los encuestados dijo sentir que es muy o bastante seguro. Por el contrario, el 37% manifestó que su barrio es poco o nada seguro; este resultado destaca en comparación con las demás ciudades encuestadas y se ubica al mismo nivel de Puerto Montt.

Un 9% manifestó que la violencia cuando atacan los delincuentes es menor que hace un año; y un 41% de los encuestados manifestó que el nivel de violencia es mayor.

Sobre la evaluación que hacen los encuestados de las autoridades, por cómo estas enfrentan la delincuencia que afecta al comercio, dijeron estar satisfechos o muy satisfechos con el actuar de Carabineros en un 44%, con la PDI en un 33% y en un 25% con la Municipalidad. En la vereda contraria, un 33% está insatisfecho o muy insatisfecho con la labor de la Seguridad Privada.

Respecto a que la adopción de medidas conjuntas entre vecinos y comerciantes podrían ayudar a reducir la delincuencia en su barrio o localidad, un 41% dijo que ayudaría mucho, pero solo un 9% declara participar de alguna de estas medidas.

PUERTO MONTT

Un 45% de los establecimientos de Puerto Montt fue víctima de una acción delictual en los últimos seis meses de 2018, mientras en igual período de 2017 registraba un 42,4%; lo que representa un alza 2,6 puntos porcentuales.

El delito que más alto porcentaje tiene es el hurto hormiga (20%); seguido del hurto (17%); rayado no autorizado (14%) y delito económico (5%).

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 37% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro. Mientras que el 19% manifestó que la violencia cuando atacan los delincuentes es mayor que hace un año y el 72% que se mantiene igual.

De acuerdo con que, la adopción de medidas conjuntas entre vecinos y comerciantes podrían ayudar a reducir la delincuencia en su barrio o localidad, un 53% respondió que ayudaría mucho, pero solo un 17% declaró participar activamente de alguna de ellas. Respecto a en qué tipo de asociación vecinal participa, las Juntas de Vecinos y las Uniones Comunales lideraron las preferencias con un 70,6% y un 11,8%, respectivamente.

Al momento de evaluar a las autoridades, respecto de cómo estas enfrentan la delincuencia que afecta al comercio, un 50% dijo estar satisfecho o muy satisfecho con el actuar de Carabineros, seguido de la PDI con un 37% y el Gobierno con un 20%. Por el contrario, con un 15%, los encuestados manifestaron estar insatisfechos o muy insatisfechos con el actuar de la Seguridad Privada y la Municipalidad.



FICHA TÉCNICA

La encuesta se realizó vía telefónica entre el 12 de febrero y el 28 de marzo de 2018, a 1.222 administradores o encargados de establecimientos de Retail, Hoteles y Restaurantes, Otros (compra y venta de Automóviles, estaciones de servicio, empresas de logística) y Minoristas de las regiones de Iquique, Antofagasta, Viña del Mar - Valparaíso, Gran Santiago, Concepción - Talcahuano, Temuco y Puerto Montt.

Tiene un nivel de confianza de 95% y un margen de error de +/-2,8%.

En razón a los diez años que la CNC ha realizado la Encuesta de Victimización del Comercio y en que esta medición n°19 vuelve a arrojar cifras y resultados similares a las antiguas mediciones, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, decidió ponerle fin a este producto.

Que históricamente 1 de cada 2 comerciantes sean victimizados, lamentablemente evidencia que, independiente del gobierno de turno, las políticas públicas en materia de seguridad han sido ineficientes en casi una década y que pese a hacer este esfuerzo de cuantificar los delitos, no hemos sido capaces como Estado de buscar soluciones efectivas.

Esto, y con el objetivo de destinar esfuerzos y recursos hacia nuevos levantamientos de contenidos que permitan agregar valor tanto a nuestro sector, como a la opinión pública y a las autoridades, tanto en la toma de decisiones como en la elaboración de políticas públicas que, en materia de seguridad y prevención del delito, tengan una efectividad mayor a la alcanzada hasta ahora. ↗



A portrait of Marcelo Lazen, a middle-aged man with a beard and mustache, smiling. He is wearing a dark navy blue suit jacket over a light-colored, button-down shirt. He is standing in front of a large window that looks out onto a cityscape with various buildings under a cloudy sky. The lighting is soft and natural, coming from the window behind him.

MARCELO LAZEN

Presidente de la Asociación de Empresas de Factoring de Chile (EFA)

En esta nueva edición de la Revista Enlaces, quisimos crear una sección que le de un espacio especial a nuestros nuevos socios. En esta oportunidad, le damos la bienvenida a la Asociación de Empresas de Factoring de Chile (EFA), cuyo presidente es Marcelo Lazen. ¿Quieres saber a qué se dedica nuestro nuevo asociado, a quiénes agrupa y qué los motivó a ser socios CNC? No te pierdas la siguiente entrevista.

¿Cuál es el origen de EFA?

EFA nace en 2003, cuando las empresas de servicios financieros no bancarios venían consolidándose como un actor y complemento importante para las pymes. En este contexto, seis socios crearon este gremio que hoy aglutina 27 compañías, que se rigen por un marco de autorregulación, buenas prácticas empresariales y libre competencia. Hemos realizado un arduo trabajo con nuestros asociados, con las autoridades pertinentes y con las propias pymes para que nuestros miembros marquen la diferencia en términos de transparencia, buenas prácticas y calidad en la entrega de sus servicios. Por una parte, cifras informales indican que en Chile existirían entre 200 y 300 “factoring” pero en la Unidad de Análisis Financiero (UAF) -dependiente del Ministerio de Hacienda y que fiscaliza a estas entidades- se contabilizan sólo 134. Por lo tanto, es bastante evidente que tenemos un problema de actores que operan por un carril que no compartimos en absoluto.

¿Cómo funciona EFA?

Nuestro gobierno corporativo se compone de un Directorio, con siete miembros permanentes y tres suplentes; un gerente general, del cual dependen unidades de servicios que entregan distintos beneficios a nuestros asociados; cinco comités de trabajo permanente, que sustentan la agenda temática de la Asociación, en el que participan todos los miembros de EFA, para garantizar la representatividad de los asociados. Estos comités son el de Ética, que vela por el cumplimiento de nuestros estatutos y códigos de autorregulación y buenas prácticas; el Legal, que lleva la agenda legislativa y normativa de todo lo

que tenga que ver con nuestra industria; el de Tecnologías e Innovación, que está a cargo de imponerse de las tendencias de la industria; el Técnico, que levanta los nudos específicos del sector en materia operativa y el de Capacitación, que canaliza las necesidades y oferta de actualización continua de nuestros asociados.

¿Qué es y qué no es el factoring? ¿Cuál es el marco legal que regula su operación?

El factoring es, en simple, la venta de documentos y cuentas por cobrar (facturas, letras y otros) para obtener liquidez inmediata. Cuando una empresa vende o cede este documento al factoring, éste le anticipa el dinero aplicando un diferencial de precio hasta la fecha de su vencimiento real. Es una alternativa que le permite a una empresa, de cualquier tamaño, contar con capital de trabajo y concentrarse en su foco. Por su rapidez y flexibilidad es un instrumento financiero muy atractivo para las pymes y de amplio uso en países desarrollados. En Chile las estimaciones indican que aún son de un uso más bien bajo.

En cuanto al marco legal que regula las operaciones de factoring, está la Ley 19.983, que regula la transferencia y otorga mérito ejecutivo a la copia de la factura, delimitando las obligaciones de quienes emiten y reciben una factura de venta. En 2009 fue complementada con la Ley 20.323, que ayudó a hacer más expedito el proceso. El otro cuerpo legal relevante es del 2014, la Ley 20.727 de Factura Electrónica, que ha sido crucial para la industria. Junto con lo anterior, nuestras empresas socias son entidades informantes de la Unidad de Análisis Financiero.

¿Cuáles son los beneficios que existen para las pymes al hacer uso del factoring como vía de financiamiento?

En las operaciones de factoring que realizamos las empresas miembros de EFA, además de comprar cuentas por cobrar, nos hacemos cargo del proceso de cobranza, estamos de cara permanentemente al cliente, los apoyamos en una serie de temas relacionados a la contabilidad y gestión de su empresa y asumimos el riesgo y respondemos. Desde este punto de vista, la retroalimentación con nuestros clientes pymes ha sido muy positiva, pues cuentan con liquidez y apoyo en una serie de procesos a los que muchas veces no están en condiciones de hacer frente y lo agradecen. Hay todo un tema vinculado a la formalización de las pymes, insertarlas en el uso de la factura electrónica y de una serie de trámites a los que no puede dedicarle mucho tiempo y necesita una contraparte.

Esta relación uno a uno con el cliente, en donde se genera un apoyo en temas financieros, contabilidad, de gestión y management permite un real “acompañamiento” a la pyme, en áreas que aún son una brecha que muchas veces les impide dar un salto cualitativo para su supervivencia.

¿Hay algún nudo que sea problemático para las pymes que factorizan?

Hasta el momento, el único nudo que nos preocupa es que hay empresas que prohíben a sus proveedores realizar operaciones de factoring, lo que es absolutamente ilegal. Estas empresas privilegian su sistema de pronto pago, con tasas bastante más altas; hay otras que cobran a sus proveedores una comisión adicional en caso de que realicen operaciones de factoring y hay otras que simplemente no quieren hacerse cargo de un proceso distinto al que ya tienen. Tenemos denuncias de los propios proveedores de estas empresas, que nos las hacen llegar pidiendo no ser individualizados pues temen ser vetados en el futuro. Aquí vemos un abuso bestial, el que

hemos expuesto ante el Ministerio de Economía y realizado gestiones uno a uno.

¿Cuál es la evaluación de EFA de la Ley de pago a 30 días?

Es muy pronto para hacer una evaluación general, aunque algo nos dice el maquillaje que ha experimentado al poco andar. Estamos observando cómo les impactará a las pymes esta obligación de también tener que ser pagadores a 30 días, en industrias que tienen retornos bastante más amplios por la naturaleza de su ciclo de negocios.

¿Cómo ven el efecto de la tecnología en esta industria? (factura electrónica)

Tras la factura electrónica las operaciones de factoring son electrónicas. Por lo tanto, el impacto fue inmediato y obligó a hacer un up grade no sólo en tecnologías, sino que también en conocimientos y procedimientos del recurso humano bastante rápido. Hoy los desafíos vienen de la mano de la ciberseguridad en toda esta transacción de documentos y datos y en la experiencia digital del usuario que está avanzando a pasos agigantados.

¿Qué los motivó a ser socios de la CNC?

Desde hace dos años estamos con una agenda de capacitación y orientación directa a la pyme en materia de financiamiento inclusivo. En este contexto, vimos una serie de coincidencias entre las agendas de EFA y la CNC, especialmente en materia de inclusión financiera, apoyo a la formalización de las pequeñas y medianas empresas, los desafíos que existen en el tema de la ciberseguridad, así como en todo lo que apunte hacia una mayor transparencia gremial. Creemos que pertenecer a la CNC era el paso que debíamos dar tanto por madurez gremial como por todo el trabajo que nos encontramos realizando de cara a las pymes. ↗

CONSIGUE TU FIRMA ELECTRÓNICA AVANZADA

**Lleva tu pase para firmar con la misma validez
legal que tus documentos impresos**

- Puedes autenticarte en varios portales
- Firmar documentos electrónicos y casillas de correo
- Consultar declaraciones y rectificaciones

WWW.FIRMAAVANZADA.CL





AUTOMATIZACIÓN DEL METRO: TODO UN CAMBIO CULTURAL

Durante estos últimos años Metro ha cambiado la forma de transportar a los chilenos al incorporar tecnología de vanguardia mundial basada en la automatización de la operación y de cada uno de sus servicios.



● Roland Zamora

● Felipe Mahuzier

Trenes con pilotaje automático, máquinas de autoservicio para la venta y carga de las tarjetas bip! y puertas en los andenes, son solo algunas de las novedades con las cuales Metro ha ido sorprendiendo en los últimos años a los santiaguinos. Se trata de una nueva experiencia tecnológica que lleva implícita un verdadero cambio cultural, y que se vive en forma más integral en las líneas 6 y 3, que se incorporaron al sistema en noviembre de 2017 y enero de 2019, respectivamente.

El eje de esta modernización, que busca la eficiencia tanto como mejorar la experiencia de viaje del usuario, es la automatización de los servicios, un camino que el Metro debió iniciar en el 2007, en el contexto del creciente aumento de la afluencia de pasajeros en la red. Hoy, el tren subterráneo transporta diariamente del orden de 2,7 millones de personas.

Una de las primeras medidas que tomó Metro para abordar el incremento de pasajeros fue la instalación de “tótems” en las estaciones para cargar la tarjeta, con el objetivo de poder atender a más personas y evitar las filas que se generaban en boleterías.

Asimismo, de manera gradual, con la puesta en servicio de las nuevas Líneas 3 y 6, incorporó el medio de pago electrónico que ofrece Transbank en las máquinas de autoservicio. “El pago con tarjeta ha permitido que los pasajeros de Metro cuenten con una mayor cantidad de alternativas de venta y carga, lo cual es valorado por ellos a través de las encuestas de satisfacción que aplicamos de forma per-

manente”, señala Felipe Mahuzier, gerente de la División de Medios de Pago de Metro. Actualmente, el 30% de las cargas bip! se realiza con tarjeta de crédito o débito, tasa que va en alza permanente.

En este sentido, uno de los principales desafíos que ha debido enfrentar el tren subterráneo es el cambio cultural relacionado con la incorporación de tecnología. “Son procesos de aprendizaje que contemplan acompañamiento y ayuda a los pasajeros, aunque se busca incorporar tecnología cuyo uso sea intuitivo”, explica Roland Zamora, gerente de Canal de Ventas de Metro. Y añade como un aspecto positivo el sentimiento de “identificación con la modernidad” que sienten las personas, especialmente las más mayores, cuando empiezan a poder usar este tipo de cosas.

Según las encuestas de satisfacción, entre los beneficios que más valoran los usuarios de Metro figuran la disminución en los tiempos de viaje, las soluciones remotas y las distintas alternativas de medio de pago. “Los clientes de Metro son cada vez más exigentes, lo que implica un desafío constante para poder entregar un servicio acorde a sus expectativas. Tenemos que mirar lo que está pasando afuera, recoger las buenas prácticas para ver cómo podemos implementarlas acá, tanto en las líneas automáticas como en las convencionales”, agrega Roland Zamora. Para el Metro, la automatización ha sido clave para brindar un mejor servicio, mayor seguridad y también para poder atender a más pasajeros.

A portrait of Loreto Leyton, a woman with long dark hair, wearing a white collared shirt and a necklace with a green bead. She is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a blurred indoor setting with blue and white tones.

LORETO LEYTON

Directora ejecutiva de la Fundación Chilena del Pacífico

Fue diplomática durante 23 años, participó en la Misión de Chile ante la ONU y estuvo a cargo del seguimiento y negociaciones de temas sociales, humanitarios y culturales. También fue jefe de gabinete del canciller Ignacio Walker y miembro del gabinete del secretario general de la OEA, José Miguel Insulza; además de formar parte del equipo ejecutivo de ProChile. Fueron estas instancias las que hoy le permiten ser la Directora Ejecutiva de la Fundación Chilena del Pacífico, donde gracias a su experiencia, imprime un sello a la fundación que hoy dirige. Conoce más de su historia en la siguiente entrevista.

Cuéntanos de tu trayectoria en el mundo diplomático y de tu sello liderando la Fundación Chilena del Pacífico (FChP)

Fui diplomática de carrera por más de 23 años en el Ministerio de Relaciones Exteriores. Destaco mi experiencia como primer secretario en la Misión de Chile ante la ONU durante 5 años, período en el que estuve a cargo del seguimiento y negociaciones de temas sociales, humanitarios y culturales. Me tocó liderar, entre otras cosas, las negociaciones a nombre de los países del Grupo de Río en la sesión especial de la Asamblea General “Women 2000: Gender Equality, Development and Peace for the Twenty-First Century”.

Los últimos años de mi carrera como diplomática fui jefe de gabinete del canciller Ignacio Walker y miembro del gabinete del secretario general de la OEA, José Miguel Insulza. Antes de dejar el Servicio Exterior, formé parte del equipo ejecutivo de ProChile durante dos años. Desde ahí migré al sector privado y pasé a ser parte del equipo de Corpgroup Interhold Inversiones por aproximadamente dos años hasta que, en el 2016, me ofrecieron asumir la dirección ejecutiva de la Fundación Chilena del Pacífico.

Sin duda que mi trayectoria como diplomática más lo aprendido en ProChile fueron muy relevantes a la hora de imprimir un sello a la dirección de la Fundación. Este se ha caracterizado por orientar los trabajos hacia los intereses del sector privado, sin desmerecer su vínculo con lo público. Hemos tratado de hacer cada vez más eficientes el uso de los recursos de la institución para mejorar las redes, atraer a nuevos socios, incluir nuevas temáticas y asumir nuevas responsabilidades, como

lo ha sido este año al ser nombrada directora ejecutiva del Consejo Asesor Empresarial del APEC (ABAC).

¿Cuál es el rol de la FChP en APEC 2019?

La FChP es la sede del capítulo chileno del Consejo Asesor Empresarial del APEC, que es más conocido por sus siglas en inglés, ABAC. Por esta razón, parte de nuestra labor es apoyar el trabajo de los miembros titulares de ABAC, tanto para las reuniones y planes de trabajo anuales como de cara a las cumbres que organiza el sector privado de APEC en noviembre de este año. Desde la Fundación estamos particularmente involucrados en la organización de la Cumbre de Pymes y Emprendedores APEC 2019, un evento de primer nivel que dejará beneficios muy concretos, como el lanzamiento de la plataforma MondeB2B y la primera versión del concurso para startups. Dado el enorme potencial de los mercados asiáticos creo firmemente que la plataforma de negocios puede ser un tremendo aporte al desarrollo exportador/importador de nuestras pequeñas y medianas empresas. En la primera fase del desarrollo de la plataforma serán ocho las economías de APEC que participarán, entre las que se incluyen Brunei, Indonesia, Malasia y Filipinas. En ABAC Chile estamos igualmente convencidos de que el Siglo 21 es el del emprendimiento, el de las iniciativas con base en las enormes oportunidades que ofrece el avance imparable de la economía digital, así que a partir de ahí se nos ocurrió en la FChP lanzar el concurso APEC Start-Up Challenge Contest. Los ganadores podrán viajar con todos los gastos pagados a Singapur donde tendrán rondas de reuniones con inversionistas de riesgo durante 5 días.

Históricamente las empresas más pequeñas han visto que los “temas internacionales” le pertenecen más al mundo de las elites o de las grandes empresas. En ese contexto, ¿cómo ves la incorporación/inclusión de las pymes, en especial de aquellas provenientes de regiones, en este tipo de foros como APEC? ¿Cómo podrían aprovechar mejor los beneficios y oportunidades que se abren a través de los tratados de libre comercio o de la propia cumbre APEC?

La incorporación de las pymes y de emprendimientos en foros como APEC tiene un sentido enorme. Es evidente que el desarrollo acelerado de la economía digital elimina barreras de entrada para el acceso a mercados cada vez más grandes, lo que constituye un enorme abanico de oportunidades para las pymes y emprendedores. Y no sólo para ofertar bienes, sino que también servicios. En el Consejo Asesor Empresarial del APEC hemos decidido apoyar estos procesos firmemente y están incorporados en nuestra agenda de trabajo durante todo el año. Los espacios y foros de ABAC-APEC tienen que ayudar como catalizadores de la plena incorporación de las pymes y emprendedores a la fuerza exportadora y en eso estamos. La Cumbre de Pymes y Emprendedores de Pymes APEC 2019 que mencioné antes es un paso significativo en esa dirección y si además contribuimos a que una proporción significativa de estas pymes y emprendimientos provengan de regiones, el esfuerzo habrá valido doblemente la pena. Queremos que vengan muchos emprendedores y pequeños y medianos empresarios de regiones, los que tienen enorme potencial y muchísima gente talentosa. En suma, diría que la mejor forma que tienen las pymes para beneficiarse de los tratados de libre comercio e integración económica es subiéndose de lleno al tren de la economía digital, que plantea desafíos, sin duda, pero sobre todo ofrece oportunidades.

En un contexto de fuertes ruidos en defensa del proteccionismo, ¿cuál es la importancia

que le asignas a espacios como la Alianza del Pacífico y cuál crees debiese ser la mirada del Estado en ese sentido?

Diría que contextos como el que vivimos en materia de comercio internacional, muy en especial a partir de las tensiones entre las dos economías más grandes del mundo, Estados Unidos y China, ponen en evidencia la importancia de esfuerzos integradores como la Alianza del Pacífico. Lo mismo se podría decir de casos como el del BIMP (Brunei, Indonesia, Malasia y Filipinas) y otros. Son ejemplos bien concretos de unión entre economías no muy grandes, entre pequeñas y medianas, que se posicionan de una mejor manera para enfrentar aguas turbulentas como las actuales. De manera que, en momentos como éste, la Alianza del Pacífico no sólo debería redoblar sus esfuerzos para continuar con su proceso integrador y salir a explorar terceros mercados como un bloque, sino que comenzar a concretar alianzas con bloques de similares características. Sin duda, el Estado juega un rol determinante en aquello.

¿Cuál sería tu invitación para todos aquellos que aún no se suben o participan de la agenda empresarial APEC?

Mi invitación es a aprovechar este año en que somos sede de APEC para conocer mejor las oportunidades que ofrece el mercado del Asia Pacífico, subirse al carro del desarrollo acelerado de la economía digital y profundizar en el comercio de servicios donde aún hay mucho espacio para crecer. Ofertar bienes y servicios en países que, además, tienen un altísimo grado de apertura comercial por su red de acuerdos y tratados - como Chile - nunca antes estuvo tan a la mano. La agenda del sector privado de APEC tiene un fuerte énfasis en estos aspectos.

Este APEC nos desafía, no sólo a incorporarnos a la digitalización global, sino también a impulsarla, regularla y también a funcionar bajo nuevos estándares tecnológicos y de seguridad. En ese escenario, ¿cuáles

son las principales brechas que identificas y que nos distancian de aquellos países más avanzados? ¿cuáles son los elementos centrales que nos faltan para alcanzar una real democratización en torno al tema digital?

Sin duda que junto a las oportunidades hay desafíos. La seguridad en los negocios en línea, por ejemplo, es uno bien evidente, aunque se ha avanzado mucho en los últimos años. Los delitos cibernéticos afectan todavía a industrias clave, como la financiera, pero también a los pequeños y medianos empresarios. Es por esto, entre otras razones, que hemos querido que instituciones como las cámaras de comercio sean las administradoras de la plataforma MondeB2B que lanzaremos durante la Cumbre de Pymes y Emprendedores APEC 2019. Por lo tanto, uno de los grandes desafíos para aprovechar la economía digital es una adecuada capacitación no sólo en cómo usarla, sino también en entenderla en el contexto de un mundo altamente globalizado y conectado. También tenemos que aprender a pensar en grande, atrevernos a jugar en las grandes ligas, lo que para el mundo de los pequeños y medianos empresarios también implica cambios culturales. Todo este proceso requiere habilidades nuevas, lo que implica grandes desafíos también desde el punto de vista de la gestión del capital humano.

Diversos estudios demuestran que la inclusión laboral femenina es un factor clave para la reducción de la pobreza. Siendo el tema de género uno de los focos de esta cumbre, ¿cómo será abordado y dónde estarán los énfasis?

La plena incursión de las mujeres al mundo del trabajo no sólo es clave para la reducción de la pobreza, sino que es también la mejor garantía para el desarrollo sostenible. Desde el sector privado del APEC apoyamos plenamente todos los esfuerzos por avanzar firmemente hacia la plena equidad de género, está en nuestra agenda de trabajo y en la agenda del sector público.

Una vez concluido el año de Chile para esta cumbre APEC, ¿cuáles te gustaría que fueren las principales conclusiones o mensaje que queden para los empresarios del país?

El mensaje de la inclusión firme y decidida de los pequeños y medianos empresarios, así como de los emprendedores, a los procesos productivos exportadores e importadores que favorecen las nuevas tecnologías y la integración impulsada por el libre comercio internacional. Hay mayores oportunidades para todos, que la cancha, si se quiere, es más pareja en materia de posibilidades de desarrollo de negocios. Todo esto, desde luego, con plena conciencia de los grandes desafíos que nos plantea nuestro tiempo, como la incorporación de criterios de sustentabilidad ambiental, el cambio climático y la equidad de género. Un mensaje que enfatice que es posible desarrollar el mundo de los negocios con una mirada cada vez más inclusiva.

Cuéntanos sobre las fechas relevantes que se vienen y a las que hay que estar atentos en la programación de APEC

Hay varios eventos relacionados con APEC que organiza el gobierno durante el año y que tocan aspectos sectoriales muy relevantes, como la minería, la agricultura y la integración de aspectos financieros, entre otros.

En el ámbito de los trabajos de ABAC, destacaría la Cumbre de Pymes y Emprendedores APEC 2019 (que se efectuará el 14 de noviembre), la Cumbre de CEOs de APEC (el 15 y 16 de noviembre), y el encuentro entre los representantes de ABAC y los líderes de las economías de APEC (también el 16 de noviembre). Quisiera aprovechar esta oportunidad para invitar especialmente a las pymes y emprendedores a participar en la cumbre del 14 de noviembre, para lo cual podrán registrarse en la página web de la misma y en una aplicación que daremos a conocer en los próximos días. ◀

ACHS

Con una inversión total de US\$ 110 millones en 5 años, la ACHS fortalece su plan de transformación digital

La meta del país en cuanto a lo que accidentes del trabajo se refiere, es alcanzar una tasa de accidentabilidad de 3% para el año 2020. Objetivo que la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), mutualidad que cubre a un 49% de los trabajadores adheridos al sistema privado, no consideró suficiente desafiándose a lograr un 2% al 2021 de la mano de un gran plan de Transformación Digital, el cual ya lleva cuatro años de implementación.

MIGUEL ZAPATA,
Gerente de
Estrategia Preventiva
ACHS





“Es un proceso que, siendo permanente, para su implementación lo dividimos en tres etapas diferentes. En la primera, iniciada el 2015, se repensó la forma de trabajar y se cambió el “core” tecnológico, migrando a la plataforma SAP que nos permite administrar los procesos y la data con tecnología de punta. En la segunda etapa, se reforzó la infraestructura tecnológica y se migró la información y nuestros procesos a esta nueva infraestructura, poniendo un fuerte énfasis en todo lo que es ciberseguridad. Cualquiera que haya realizado una migración de sistemas comprende las múltiples complejidades operacionales, tecnológicas y sobre todo de adaptación para las personas que estos procesos implican, pero este cambio representa la base para poder seguir avanzando sobre cimientos sólidos. Hoy, ya en la tercera etapa, estamos avanzando hacia la nueva ACHS Digital que incorpora la tecnología al proceso de manera integral y de cara al usuario”, dice Miguel Zapata, Gerente de Estrategia Preventiva ACHS.

Esta última fase de la transformación de la ACHS tiene como foco la prevención y el facilitar la implementación de todo el ciclo de gestión preventiva; materias que hoy pueden hacer llegar a sus empresas asociadas a través de una nueva herramienta, que es parte de este proceso de transformación digital.

Se trata de ACHS Gestión, Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) que permite a las empresas asociadas gestionar la

seguridad y salud ocupacional de forma ágil y eficiente, generando los resultados buscados. “Nosotros en el año visitamos a las empresas asociadas, las asesoramos en cuanto a su gestión preventiva, los apoyamos en sus capacitaciones y definición de medidas de control, entre otras cosas. Sin embargo, esta herramienta facilitará el trabajo preventivo de las empresas, desde la planificación y definición de objetivos, hasta la ejecución y definición de ajustes para alcanzar mejores resultados”, dice Zapata.

La plataforma fue diseñada durante dos años por un equipo multidisciplinario de la entidad y hoy se encuentran disponibles sus primeras funcionalidades, a través de un proceso de liberaciones progresivas que durará hasta el 2020. Destacan, entre sus ventajas, que reduce al máximo la carga administrativa que tradicionalmente exigen los sistemas de gestión. Esto porque incorpora la normativa nacional vigente y las exigencias de los estándares internacionales como la ISO 45001, y puede ser implementado por cualquier organización sin importar su tamaño o tipo de actividad.

“Es una guía muy específica en cuanto a qué hay que hacer, quién debe hacerlo, cuándo y cómo lo debe hacer”, añade Zapata, quien orgulloso señala que, desde su puesta en marcha, en noviembre de 2018, a la fecha ya son más de 4.800 entidades adheridas a la ACHS las que han generado su plan de prevención a partir de ACHS Gestión.

ACCIDENTES TOTALES

Rubro	N° Acc. Totales		Variación año móvil Marzo 2018 vs 2019	
	A marzo 2018	A marzo 2019	N° Acc.	Variación (%)
Comercio al por Mayor	7825	7678	-147	-1,91%
Comercio al por Menor	9883	9722	-161	-1,66%
Otros servicios	18041	17324	-717	-4,14%
Total	35749	34724	-1025	-2,95%

TRABAJADORES

Rubro	N° Acc. Totales		Variación año móvil Marzo 2018 vs 2019	
	A marzo 2018	A marzo 2019	N° Acc.	Variación (%)
Comercio al Por Mayor	19,67	20,52	0,84	4,10%
Comercio al Por Menor	16,91	18,06	1,15	6,36%
Otros servicios	146,98	147,81	0,83	0,56%
Total	183,57	186,38	2,82	1,51%

ACCIDENTES CTP

Rubro	N° Acc. Totales		Variación año móvil Marzo 2018 vs 2019	
	A marzo 2018	A marzo 2019	N° Acc.	Variación (%)
Comercio al por Mayor	4197	4120	-77	-1,87%
Comercio al por Menor	5327	5180	-147	-2,84%
Otros servicios	9749	9582	-167	-1,74%
Total	19273	18882	-391	-2,07%

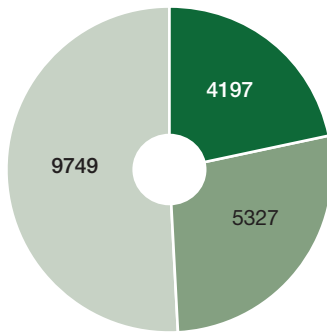
Dif. N° Acc. Totales	Dif. Prom. Trabajadores	Dif. N° Acc. CTP
-1025	2,82	-391
-2,95%	1,51%	-2,07%

LOS RESULTADOS PERMITEN CONCLUIR QUE DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2019:

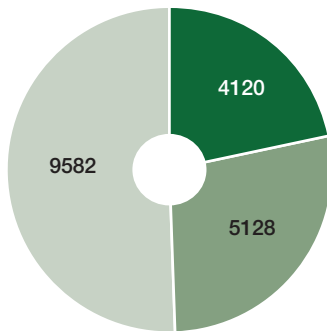
- La tasa de Accidentes Totales presenta una disminución de un 2,95%.
- Mientras que el numero promedio de trabajadores del sector comercio presento un incremento de 1,5%.
- La tasa de accidentes con tiempo perdido (CTP) se redujo en un 2%.

Los resultados muestran que los indicadores de accidentabilidad del sector comercio, durante el primer trimestre del 2019, se mantienen con tendencia a la baja en relación al mismo periodo del año anterior (2018). Esto indica que la estrategia estructurada por ACHS y las acciones de preventivas implementadas por las empresas del sector comercio han sido efectivas; en especial la implemetación de los planes de accidentabilidad focalizados y las campañas con foco en el comportamiento de los trabajadores. Sin embargo aún persiste el desafío de reducir los accidentes graves y fatales (LGF) y los accidentes de trayecto.

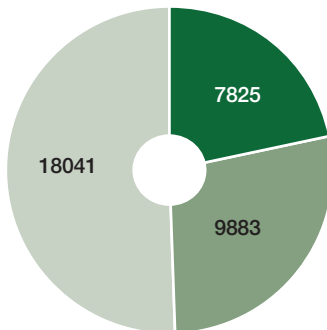
ACCIDENTES CTP MAR18



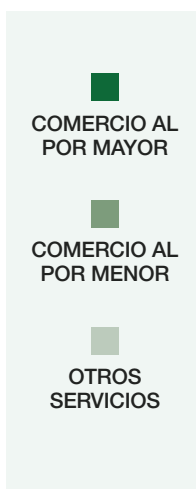
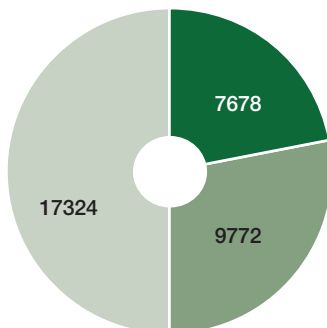
ACCIDENTES CTP MAR19



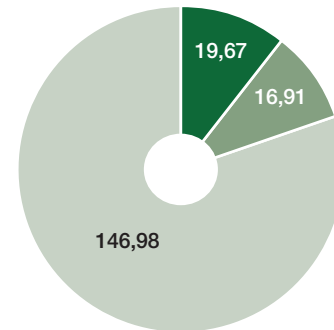
ACCIDENTES TOTALES MAR18



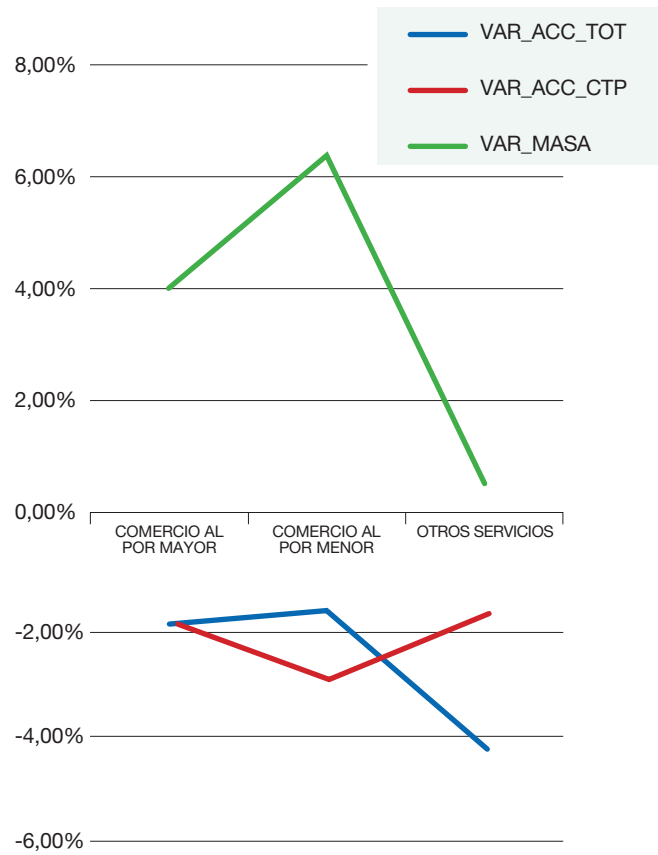
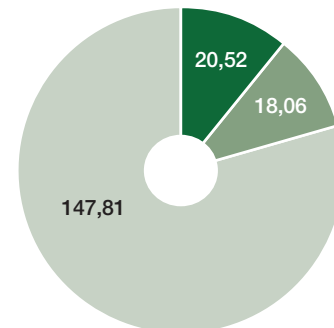
ACCIDENTES TOTALES MAR19



TRABAJADORES MAR18



TRABAJADORES MAR19



A portrait of Andrea Wolleter, a woman with long, wavy brown hair, smiling at the camera. She is wearing a black top with a vibrant, colorful paisley pattern in red, orange, and yellow. She has gold hoop earrings and a gold necklace with a small pendant. The background is a blurred view of a historic building with many windows and balconies.

ANDREA WOLLETER

Directora Nacional Sernatur

A cargo de la Estrategia Nacional de Turismo, la directora Nacional de Sernatur nos explica en la siguiente nota cuáles son los desafíos de este eje estratégico del Gobierno y cómo estos están centrados en la digitalización de la oferta turística, hacer de Chile un destino competitivo e impulsar una estrategia de promoción internacional.

¿Cómo es la realidad del turismo en el Chile de hoy?

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) durante el 2018 cerca de 1.403 millones de turistas viajaron por el mundo, lo que significó un crecimiento de 5,6% respecto al año 2017, dejando a la actividad turística en un escenario positivo. El mismo que se dio en América del Sur al registrar un alza de un 3,2% en la llegada de turistas.

Chile, por su parte, durante el año 2018 mantuvo perspectivas positivas de crecimiento del turismo, aunque a un ritmo más lento que el 2017. Recibimos 5,7 millones de turistas internacionales lo que, si bien significó un 11,3% menos que el año anterior en el que registramos cifras récord, aportó al país 3.785,5 millones de dólares por concepto de ingreso de divisas.

Esta disminución se explica en gran parte por la baja en la llegada de turistas argentinos - durante el 2018 la baja anual fue de -27,1% -. Sin embargo, si dejamos fuera el mercado argentino, podemos confirmar que el sector mantuvo un comportamiento positivo de un 5,6% en comparación con el año 2017, en el que mercados prioritarios como Brasil, Inglaterra, Estados Unidos, Francia, Alemania y China incrementaron sus llegadas.

Respecto al impacto del turismo en la economía nacional, éste es responsable del 3,3% del PIB nacional; de generar un aporte directo de un 4,4% al empleo nacional; de adjudicarnos el 1º lugar en la exportación de servicios y el 6º en la exportación de bienes, por tanto, somos una de las actividades económicas del

país que está en crecimiento, demostrando su potencial y contribución con el desarrollo del país.

¿Cuál es el principal desafío que enfrenta la industria del turismo en Chile?

El Gobierno del Presidente Sebastián Piñera se ha planteado responder al desafío que nos presenta el cambiante escenario actual, lo que nos obliga a tener una estrategia que responda a las demandas de los consumidores y los dinamismos del mercado. En este contexto, los desafíos están centrados en la digitalización de la oferta turística; hacer de Chile un destino competitivo e impulsar una estrategia de promoción internacional basada en 8 + 1 mercados estratégicos; potenciar que más chilenos viajen por el país; adoptar el uso de big data para la toma de decisiones; modernización de las Oficinas de Información Turísticas (OIT) con más tecnología; impulsar la industria de cruceros y accionar las mesas regionales público-privadas para potenciar el trabajo coordinado y asociativo a lo largo del país.

¿Cómo es el turista que viene a Chile, a dónde va y qué busca?

Si nos referimos a las cifras y a modo de dar un contexto general, es posible señalar que desde el año 2010 hasta el año 2018, la llegada de turistas internacionales ha crecido un 104,3%.

Si en el año 2008 recibíamos 2,8 millones de turistas, actualmente (hasta 2018) recibimos 5,7 millones de visitantes provenientes de otros países, lo que nos sitúa en el tercer país



en la región en recibir más visitas internacionales, solo superados por Argentina y Brasil.

Los turistas provienen principalmente de Argentina, Brasil, Bolivia, Perú, Estados Unidos, Colombia, España, Francia, Alemania e Inglaterra. Cabe destacar que los mercados de Australia y China han presentado un incremento en sus visitas en el último tiempo. China fue el mercado con mayor crecimiento el año 2018 con un 12,4% comparado con el año 2017.

En general, el principal motivo de los viajes es por vacaciones, la permanencia promedio es de 11,5 noches y tienen un gasto total individual de US\$564,5 que se distribuyen entre servicios de hotelería, restaurantes, compras, paquetes turísticos, transporte y actividades recreativas, entre otros.

Entre las principales actividades que realizan se cuenta ir de compras, actividades de turismo cultural, comer en restaurantes de gastronomía típica y realizar actividades de esparcimiento, entre otros.

Las principales razones que marcan su preferencia por Chile están asociadas a

nuestros atractivos naturales, las variadas opciones que ofrecemos para compras, nuestra cultura local y su gente, la buena conectividad que ofrecemos con otros mercados, etc.

¿Cómo se ha promocionado el sector turístico en mercados prioritarios?

Durante el año 2018 ejecutamos más de 9.000 millones de pesos en materia de promoción turística internacional, realizando exitosas acciones de promoción en mercados priorizados. Chile estuvo presente en once países de los cinco continentes y se logró la participación en 14 ferias internacionales junto a empresas turísticas chilenas, con quienes promocionamos y comercializamos los distintos destinos nacionales, además de otras actividades que nos permitieron potenciar nuestro posicionamiento en el mundo.

Respecto al turismo interno, la ejecución presupuestaria fue de alrededor de 250 millones de pesos. La gestión de Sernatur se enfocó en diversificar la oferta turística promoviendo el desarrollo de nuevos destinos y productos diferenciados, además de fomentar los viajes de chilenos por el país durante todo el año mediante campañas online y offline.

¿Es la sustentabilidad clave en esta industria?

El turismo es una actividad que aumenta su valor con la conservación de los atractivos naturales y culturales, razón por la que adquiere un carácter estratégico el impulso de la sustentabilidad y del trabajo colaborativo del sector para abordarlo desde un punto de vista integrado y lograr así una armonía entre los aspectos económicos, socioculturales y medio ambientales.

En esta línea, durante el año 2018 realizamos un trabajo focalizado en los 89 destinos turísticos prioritarios, realizamos 381 pronunciamientos en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental y 8 actualizaciones y creación de nuevas declaraciones ZOIT.

Creemos que si estimulamos a la actividad turística para que se desarrolle de manera sustentable, lograremos seguir posicionando a Chile como un destino turístico de clase mundial, que sea reconocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de calidad. Para ello, desde Sernatur continuamos realizando un trabajo de largo plazo en conjunto con el sector privado, la academia, municipios y otras instituciones de Gobierno en iniciativas de sustentabilidad turística que pretenden consolidar una oferta de productos y destinos turísticos construidos y desarrollados bajo criterios de sustentabilidad reconocidos internacionalmente.

Una de las acciones que concretamos en esta línea, es nuestra participación como sector en la COP25. Nos reunimos con los diversos representantes de los gremios del sector para firmar una carta de compromiso como industria y, de esta manera, oficializar una alianza de trabajo que se enfocará en contribuir con los objetivos planteados por la Conferencia de las Partes de Naciones Unidas (COP25), que se realizará en diciembre en Chile, y fortalecer el papel del turismo en la puesta en marcha de los desafíos planteados como país.



¿Cuál es el trabajo que realizan en el área de las capacitaciones?

Sernatur cuenta con el programa SIGO Gestión Empresarial, a través del cual entregamos asistencia técnica y acompañamiento a 163 micro, pequeños y medianos empresarios durante el año 2018, contribuyendo a un total de 885 empresas beneficiadas desde los inicios de la iniciativa. Por su parte, gracias al SIGO Experiencia, beneficiamos a 68 micro, pequeños y medianos empresarios, que dejan un total de 89 empresas beneficiadas desde los inicios del programa.

Estos son programas que nos permite entregar herramientas concretas de apoyo a los prestadores de servicios turísticos y que contribuyen a crear valor.

Además, a través de nuestro programa Conciencia Turística, también se está capacitando constantemente a actores claves de la industria mediante talleres.

Este año se realizará el Tourism Tech Adventures 2019. ¿Qué esperan de este evento? ¿Es una oportunidad para potenciar aún más la industria?

Efectivamente. Chile será la sede de la segunda versión latinoamericana del Tourism Tech Adventures para las Américas, que realizaremos junto a la Organización Mundial de Turismo (OMT) el 9 y 10 de julio en Santiago.

La innovación y la transformación digital es una de las prioridades en la agenda del Presidente Sebastián Piñera, es por eso que la hemos incorporado como pilar priorizado en la Estrategia Nacional de Turismo y el Tourism Tech Adventures 2019, es parte de las acciones que estamos desarrollando junto con la OMT para hacer del turismo una actividad más competitiva, capaz de atraer capitales que apoyen los emprendimientos del sector y catalizado-

ra de una oferta turística más innovadora y sofisticada.

Ser anfitriones de este evento internacional nos ubica en el centro del gran ecosistema de innovación que se está gestando en América y nos brinda una gran oportunidad para impulsar una cultura pro-innovación en turismo, que promueva la vinculación, el intercambio de ideas y conocimientos, la creación de negocios y la inversión colaborativa con miras a seguir potenciando el turismo como motor de desarrollo económico y social.

El encuentro se desarrollará en dos jornadas, la primera contemplará un trabajo interno entre autoridades relacionadas al turismo y capacitación dirigida a actores claves. Mientras que en la segunda se realizará el foro de innovación Tourism Tech Adventures, EdTech para las Américas, evento que contará con conferencias abiertas al público sobre distintas temáticas y contarán con la presencia de líderes en estas materias.

En paralelo, y durante los dos días, se desarrollará la Competencia Americana para Startups de Turismo que entrenará a los mejores emprendedores turísticos de las Américas y los vinculará con inversores y actores claves para fomentar la innovación y la tecnología aplicada al turismo.

Esta instancia es muy relevante, dado que nuestro propósito es descubrir experiencias y proyectos innovadores, además de lograr un ecosistema de innovación abierta que vincule al mundo académico, emprendedores, aceleradoras, incubadoras de proyectos, I+D, startups y desarrolladores tecnológicos de esta y de otras industrias, en la generación de soluciones que faciliten la transición hacia un turismo inteligente. El Tourism Tech Adventures 2019 sin duda marcará un hito que nos ayudará a consolidarnos en esta tarea.

Todos los detalles del foro están disponibles en el sitio de Sernatur:

<https://sernatur.cl/tta2019/foro.html>



NADIE CUIDA MEJOR A LOS
TRABAJADORES DE CHILE



Trabajamos día a día
para hacer de Chile
el país que mejor cuida
a los trabajadores
y sus familias



Las mutualidades de empleadores son fiscalizadas por la
Superintendencia de Seguridad Social (www.suseso.cl)

www.achs.cl

FRANCISCO SILVA

Secretario Ejecutivo de ChileValora

“La preparación de los trabajadores y su formación en las necesidades del sector son fundamentales para afrontar los cambios tecnológicos como desafíos y no como amenazas”

LA AUTORIDAD SE REFIERE A LA CRECIENTE AUTOMATIZACIÓN DEL RUBRO Y LOS ESFUERZOS DESDE LA CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO PARA GENERAR UNA HOJA DE RUTA PARA LA RECONVERSIÓN DEL SECTOR.

El 1 de julio ChileValora -Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales- celebra 10 años y debido a ello la institución se encuentra realizando un balance del trabajo realizado, además del establecimiento de una hoja de ruta clara, que permita a la institución continuar reconociendo las competencias y habilidades de la fuerza laboral presente en el país, bajo el enfoque de los cambios al mercado laboral que trae consigo la automatización de procesos productivos.

Para reconocer al trabajador a través de un certificado de competencias, éste debe ser evaluado en su puesto de trabajo por un experto que verificará sus conocimientos, habilidades y destrezas. En el sector Comercio, son más de 12 mil trabajadores los que han pasado por esta evaluación y 11.500 de ellos han obtenido su certificado de competencia laboral en uno de los 33 perfiles laborales con los que cuenta el sector.

Francisco Silva, secretario ejecutivo de ChileValora desde agosto de 2018, plantea que el gran desafío “es trabajar para que Chile vuelva a tener un crecimiento económico sostenido y, como consecuencia, se creen más y mejores empleos. Y en esa tarea nos hemos enfocado porque entendemos que contar con una fuerza laboral potente, capacitada y certificada nos beneficia como país” y agrega “que nuestros trabajadores cuenten con las competencias laborales involucra un trabajo conjunto, de todos los sectores de la sociedad y ahí es donde ChileValora adquiere protagonismo, al tener una conformación tripartita, donde hay representación del Estado, de las empresas y de los trabajadores,

que en conjunto delinear los parámetros y estándares laborales que se requieren”.

¿Por qué es importante que los trabajadores certifiquen sus competencias laborales?

Este es un importante aporte para la disminución de las brechas de capital humano, lo que genera más y mejores oportunidades de formación continua, preparando a los trabajadores en aquello que realmente necesitan aprender. Pero, además la certificación es un paso importante en la valoración de los trabajadores, reconociendo que el valor está en las competencias más que en los títulos, buscando con ello, aumentar su empleabilidad y productividad.

¿Cómo ha abordado ChileValora esta temática en el sector Comercio?

Sabemos que el sector Comercio absorbe cerca del 20% de la fuerza laboral del país, con alrededor de 1.600.000 trabajadores, es decir, la importancia que tiene para el desarrollo económico es innegable. Sin embargo, hoy este sector pasa por un momento particular a propósito de la automatización de muchos procesos, especialmente en los subsectores de Supermercados y Retail. Ante esta realidad, ChileValora tiene mucho que aportar, pues la preparación de los trabajadores y su formación pertinente a las necesidades del sector son fundamentales para tomar estos cambios como desafíos y no como amenazas.

Para esto es fundamental el diálogo social entre el Estado, empleadores y trabajadores, tal como lo hemos trabajado en ChileValora en nuestros 10 años de existencia

y tal como lo ha estado haciendo también la Cámara Nacional de Comercio, junto a la CUT y el Ministerio de Trabajo en los últimos meses, generando una hoja de ruta para la reconversión del sector que conversa con lo que nos hemos planteado como desafío institucional.

¿De qué manera conversa?

Los desafíos que nos hemos planteado para éste y los próximos años tienen directa relación con la reconversión laboral de los trabajadores como consecuencia del cambio tecnológico y la revolución 4.0, y tal como se indica en los compromisos adquiridos por el Gobierno en la mencionada Hoja de Ruta, estamos trabajando para contar con indicadores que regulen la calidad de la certificación en materia de pertinencia. Se trata de una incorporación en nuestro quehacer que busca, entre otras cosas, recabar información sobre lo que está ocurriendo en el mercado del trabajo, para mejorar nuestra focalización en la evaluación y certificación de competencias laborales.



Comisión Sistema Nacional Certificación de Competencias Laborales



TURISMO: ENFOCANDO LA FORMALIZACIÓN

En materia de turismo, ChileValora busca continuar con el trabajo que ha permitido certificar a cerca de 5 mil trabajadores en perfiles de hotelería y turismo.

“El sector Turismo ha concentrado sus esfuerzos en profesionalizar a su fuerza laboral, convencidos de la importancia que esto tiene para alcanzar la calidad que el turista busca. La Subsecretaría de Turismo, Sernatur, Fedetur, la Asociación de Guías de Turismo de Chile, y otras instituciones han trabajado al alero de ChileValora por recoger las necesidades actuales de la industria y reflejarlas en aquellas competencias que se requieren de los trabajadores del sector”, comenta Silva.

A lo anterior, se suma la participación de ChileValora en el Comité Público Privado de Capital Humano para el Turismo, que a inicios de este año dio a conocer la planificación estratégica que permitirá entregar un mejor servicio y mejorar la competitividad del sector. En ella se destaca la necesidad de promover la capacitación y certificación de competencias entre los trabajadores, para fortalecer el capital humano y hacer de Chile un país turístico de clase mundial.

CASTILLO DE
MOLINA



MENOS ENCUENTROS VIRTUALES
MÁS ENCUENTROS REALES



DISFRUTA EL AQUÍ Y EL AHORA

Conoce más en castillodemolina.cl/facetoface

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