

**NUEVA
NAVIDAD**



Una publicación de



Colabora



Centros
Comerciales
de Chile

Participa



PRESENTACIÓN

En medio de una pandemia y a un par de meses de la Navidad, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, ha querido contribuir a la reapertura segura de su sector. Compartimos con ustedes esta [GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS](#), la que contiene recomendaciones para las tiendas, de cara a su relación con los clientes y a la seguridad sanitaria de sus colaboradores y operaciones en general, tanto en sus canales físicos como de e-commerce.

Para su elaboración, se contó con la participación de la Cámara Chilena de Centros Comerciales, Transbank, Finte Chile y Fpay.



01. COMPRA ANTICIPADA

COMPRA ANTICIPADA
+ COMPRA RESPONSABLE
+ COMPRA DIGITAL
= COMPRA SEGURA

Comercios de cara al cliente:

- **Incentivos para la compra temprana:** Se recomienda generar campañas de Navidad en forma anticipada, entre fines de octubre y primera quincena de noviembre, con ofertas atractivas de corta duración (ej. 1 semana) y mayores descuentos en días hábiles en horarios con menor afluencia de público, premiando así a aquellos clientes que anticipen la compra.
- **Envío a tiempo garantizado:** Promocionar despachos con envíos garantizados para compras tempranas siempre y cuando se hayan corroborado fechas de entrega con su proveedor (interno o externo). Tomar en consideración una alta posibilidad de retrasos de los despachos, sobre todo si se usan servicios de terceros y más aún en el mes de diciembre. **Siempre comunicar y transparentar al cliente esos tiempos.**

Para los comercios:

- **Al reponer stock:** Se recomienda hacerlo antes de la apertura de la tienda o al cierre del día anterior, asegurando disponibilidad de elementos de seguridad personal para los trabajadores y siempre considerar una limpieza de todas las superficies, de acuerdo con los protocolos sanitarios vigentes. Si es necesario realizar esta operación durante el día, bloquear el acceso al sector de la tienda donde se está reponiendo.
- **Preparación de stock:** Cuidar las decisiones de stock sabiendo que esta Navidad será distinta a las otras. Hacer prevalecer la compra de productos con buena rotación, productos ganchos y con alto margen y reducir los artículos de compra compulsiva si no entran en las categorías recién mencionadas. Se estima que los comercios que ofrezcan productos comestibles asociados al periodo navideño (cenas, snacks y bebestibles) venderán más que el promedio debido a las limitaciones para salir a restaurantes.
- **Refuerzos logísticos de última milla:** se estima que éste será uno de los mayores desafíos de esta Navidad. Se recomienda al comercio prepararse internamente para una alta demanda de pedidos, ya que es probable que los servicios de despacho externos se vean sobrepasados.
- **Turnos:** Consideraciones de turnos y/o trabajadores extra y extensión de horarios de atención si es posible para evitar aglomeraciones rigiéndose siempre por la ley vigente y cuidando la seguridad de su personal.
- **Plataformas digitales:** Explorar opciones de ofrecer sus productos a través de plataformas marketplace, muchas de las cuales ofrecen servicios logísticos de entrega.

02. COMPRA RESPONSABLE

COMPRA ANTICIPADA
+ COMPRA RESPONSABLE
+ COMPRA DIGITAL
= COMPRA SEGURA

Comercios de cara al cliente:

- **Reservar visita:** Permitir la reserva de horas para visitar tiendas. Esto se puede hacer de manera automatizada (en lo posible) o manual. Se recomienda un solo canal digital de reservas para evitar confusiones (página web propia, WhatsApp Business, Instagram, etc) y, de ser necesario, entregar recomendaciones sobre los horarios de menor afluencia por estos mismos medios.
- **Experiencia y seguridad en compra presencial:** Incorporar puntos de pago móviles para evitar aglomeraciones en la caja. Si esto no está disponible, posicionar cajas en zonas en donde las filas no obstruyan el tráfico en tienda y tener medidas de protección para evitar contagios, así como señaléticas de distanciamiento, separadores entre filas con cortinas o paneles translúcidos, etc.
- **Llamados de marketing responsables:** Generar una estrategia de promociones que permita la recepción ordenada y organizada de clientes para evitar aglomeraciones. Se sugiere generar ofertas en tiempos diferidos para dosificar llegadas de clientes a tiendas y diseñar promociones online exclusivas con pago digital para disminuir vitrineo en tienda.
- **Arma tu regalo en casa:** Preparar con anticipación packs de envoltorios de regalos para entrega inmediata al cliente al momento de hacer la compra. Evitar mesón para envolver regalos.
- Hacer llamados a que las compras se planifiquen por grupos familiares o de comunidades, esto es, un solo comprador por grupo y evitando, en la medida de lo posible, que niños y adultos mayores concurren a los locales o centros comerciales.

Para los comercios:

- Asegurar un buen flujo de personas en tienda (unidireccional en lo posible) al despejar espacios y agrandar corredores. De existir dos entradas, utilizar una como entrada y la otra como salida.
- Eliminar mesones de compra compulsiva y distribuir productos de alta demanda en distintos sectores. Favorecer stock de alta rotación, productos que fomenten el ingreso a tiendas (física o virtual) y con buen margen.
- Implementar áreas con sub-aforos en aquellos sectores donde tienden a ocurrir aglomeraciones. Considerar reforzamiento en la dotación de personal para supervisar esta tarea.
- Destinar personal a la atención de personas en filas, para disminuir el tiempo de espera y vitrineo.

03. COMPRA DIGITAL

COMPRA ANTICIPADA
+ COMPRA RESPONSABLE
+ COMPRA DIGITAL
= COMPRA SEGURA

Comercios de cara al cliente:

- **BOPIS (Buy online pickup in store/ compra en línea recoge en tienda):** Promocionar la compra híbrida, es decir, digital con retiro programado en tienda física. Evita aglomeraciones y disminuye costos de envío para el cliente y para el comercio, ya que muchas veces es compartido o absorbido por éste.
- **Presencia móvil y en RRSS:** El comercio móvil va en alza y las compras a través de RRSS en estos dispositivos también. Presencia y marketing en estos medios incentiva una promoción boca a boca.
- **Botones de pago fáciles:** Necesarios para una experiencia digital simple y rápida.
- **Transparencia en fechas de envío y seguimiento de paquetes.** Cuide la confianza de sus consumidores, es mejor advertir sobre la tardanza de un producto que prometer algo que no se pueda cumplir.
- **Política de devoluciones clara y organizada:** Al momento de la compra especificar y visibilizar las condiciones para devolución de productos. Si la devolución es presencial, se sugiere asignar tiempos destinados a esto en periodo navideño (reserva o periodos durante el día con menos tráfico) y filas exclusivas para efectuar la devolución o cambio.
- **Promocionar marketplace en los que opere si fuese el caso.**

Para los comercios:

- **Mantener inventarios en línea y actualizados:** Para asegurar la disponibilidad y entrega oportuna de los productos. Esto es especialmente importante si se vende a través de marketplace.
- **Incorporación a marketplace relevante al rubro para aumentar visibilidad y volúmenes de venta.**
- **Refuerzo servicio al cliente:** Para fidelizar a los clientes es importante atenderlos cómo se merecen y tener en cuenta sus necesidades. Si los canales digitales son relativamente nuevos, se necesitarán refuerzos adicionales y capacitados para atender consultas, reclamos y sugerencias.

03. COMPRA DIGITAL

COMPRA ANTICIPADA
+ COMPRA RESPONSABLE
+ COMPRA DIGITAL
= COMPRA SEGURA

- **Transbank:**

Ya sea si quieres vender en forma presencial u online, en Transbank podrás contar con distintas soluciones simples, fáciles y seguras para poder apoyar tu negocio.

Algunas soluciones presenciales.

1. **Cobro QR.** App que te permitirá generar ventas desde tu celular. Si quieres más información ingresa a <https://publico.transbank.cl/en/cobroqr>
2. **POS Estándar (Fijo o móvil con chip), POS Integrado y POS Multicódigo.** Todos ellos pensados en facilitar tus procesos de venta y apoyarte en la gestión comercial de tu negocio.
3. **Mobile POS.** Pensado para comercios que requieren movilidad, profesionales independientes y emprendedores.

Algunas soluciones para venta online

1. **Webpay.cl.** Link de pago que te permitirá generar ventas online, sin necesidad de contar con tu propio sitio web.
2. **Botones Webpay Plus.** Podrás generar ventas online sin necesidad de contar con un carrito de compra en tu sitio web.

Para conocer más de todas las soluciones, ingresa a <https://publico.transbank.cl/en/productos-y-servicios>

- **Finte Chile**

1. <https://www.redelcom.cl/> | POS con tecnología de punta que te ayudarán a realizar pagos con todas tus tarjetas
2. <https://www.haulmer.com/> | Moderniza y agiliza tu negocio con el mejor POS con catálogo
3. <https://sumup.cl/> | La solución para aceptar pagos con tarjeta de crédito y débito donde y cuando quieras, pensada para ti, simplificando tu vida y la de tus clientes

- **Fpay:**

<https://www.cnc.cl/wp-content/uploads/2020/10/Afiche-de-producto-800x600.jpg>



Y FINALMENTE, RECOMENDACIONES GENERALES PARA LOS CONSUMIDORES

1. Si harás tus compras on-line, planifícalas. Así no tendrás problemas con los tiempos de despacho.
2. Organízate: Haz un listado de compras para optimizar tu tiempo y acortar la estadía en locales comerciales.
3. Infórmate y utiliza todas las herramientas que contribuyan a hacer más eficiente tus compras: agendamiento de horas de atención, horarios de funcionamiento, medidas sanitarias, etc.
4. Intenta ir solo, sin niños ni acompañantes, a hacer las compras.
5. Respeta estrictamente las medidas de seguridad sanitaria del comercio: distancia física, uso correcto de mascarillas, aforos, lavado de manos y utilización de alcohol gel.
6. Recuerda llevar tus propias bolsas.
7. Prefiere medios de pago electrónicos y evita el uso de efectivo.
8. La principal preocupación del comercio es cuidarte. Adoptar de manera correcta todas las medidas sanitarias puede aumentar los tiempos de espera. Debemos ser pacientes y respetuosos.



**NUEVA
NAVIDAD**



CN
CS

Cámara
Nacional
Comercio
Servicios
Turismo