ENLACES

EDICIÓN ENCUENTRO
DEL COMERCIO

CON ÉNFASIS EN LA NECESIDAD DE CRECER, SE REALIZÓ EL X ENCUENTRO ANUAL DEL COMERCIO

ANÁLISIS DEL NUEVO PROYECTO DE LEY DEL SERNAC

CNC REFUERZA LA LUCHA CONTRA EL COMERCIO ILEGAL EN REGIONES

N° 32 / DIC-2023

En esta edición

SERNAC ¿Te Protege? 03
Columna de Sebastián Hurtado

La importancia de crecer 04
Columna de Carolina Grünwald

X Encuentro Anual del Comercio: Crecer 06
Sociales del X Encuentro Anual del Comercio: Crecer 10

Mujeres del gremio 17
Claudia Illesca
María José Zaldívar

Análisis del nuevo proyecto de ley del Sernac y su impacto en los derechos del consumidor 22
Francisca Barrientos

CNC refuerza la lucha contra el comercio ilegal en regiones 25

Nuevos Socios 29
Asociación Chilena de Casinos de Juego (ACCJ)
Asociación Gremial de Aseo y Desinfección de Chile (AGAD)
Asociación para el Desarrollo del Barrio Meiggs
SICPA

Socios en Acción 37
EFA
Asociación Chilena de Líneas Aéreas
ClaroVTR
Walmart chile

Publireportaje 48
Mayores ventas, seguridad y eficiencia: los beneficios para los comercios de adoptar medios de pagos digitales
Innovación y emprendimiento como ejes movilizadores de la educación técnico profesional

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

COMITÉ EDITORIAL:
Gerencia de Comunicaciones

EDICIÓN GENERAL:
Gerencia de Comunicaciones

DISEÑO GRÁFICO:
Joseph Maureira B.

Cámara Nacional Comercio Servicios Turismo

Merced 230, Santiago - Chile
223 654 000
www.cnc.cl
comunicaciones@cnc.cl

SERNAC ¿Te Protege?

"SERNAC Te Protege" ese es el título promocional con que ha sido denominado el proyecto de ley recientemente presentado a tramitación por el Gobierno para fortalecer la institucionalidad de defensa de los derechos del consumidor.

En su mensaje y presentaciones el Ejecutivo intenta mostrar con distinta data oficial que existiría un alto número de reclamos, asegurando que el año 2022 estos oscilarían entre los 500 mil y los 628 mil. La diferencia que muestra la información oficial es mucha y ello deja en evidencia que los datos no se encuentran correctamente depurados. De este número total se deberían eliminar los reclamos sin sustento que son finalmente desechados, los que no son admitidos por la autoridad al no reunir los antecedentes mínimos, aquellos que los mismos consumidores dejan sin efecto y los que encuentran una solución favorable a instancias de la empresa. Realizada esa operación podríamos conocer realmente lo que ocurre en el ámbito de las relaciones de consumo individuales.

En el caso particular del sector comercio, su formato electrónico tiene una muy notable incidencia en el número total de reclamos, sobre todo si consideramos que tanto las empresas como la economía en general no estaban preparadas para hacer frente al aumento exponencial de esta modalidad de consumo en época de pandemia. ¿Cuánto habrá incidido esa situación excepcional para que se generen estas propuestas que no se condicen con la realidad actual?

Debemos considerar que el número de transacciones del comercio supera a todos los demás sectores de la economía, por lo que no es para nada extraño que, si se analiza aisladamente el número de reclamos, sea también uno de los sectores que lidera en ese ámbito a nivel comparado. No obstante, si se depura adecuadamente la información de acuerdo con la fórmula señalada anteriormente y se compara con el total de transacciones del sector, el número de reclamos representaría menos del 1% del total de las operaciones comerciales. Ello quiere decir que más del 99% de las transacciones presentan altos niveles de satisfacción en los consumidores.

Extrapolando lo anterior a todos los demás sectores de la economía, parece claro que el proyecto de ley se presentó a tramitación con un diagnóstico que es errado, planteando una situación fáctica que no ha sido debidamente calibrada. Realizando adecuadamente el diagnóstico, ¿se justifica la solución propuesta por el proyecto de generar una facultad sancionatoria a instancias del SERNAC? ¿Será necesario establecer un mayor nivel de sanciones o poner el foco en procedimiento más ágiles de solución de controversias? ¿Qué preferirán los consumidores?

Estas son las interrogantes que debiesen dilucidarse durante la tramitación del proyecto y que, como gremio, debemos abordar generando propuestas que permitan enfrentar con herramientas adecuadas la resolución de controversias entre consumidor individual y empresa, con mecanismos ágiles, de fácil acceso, que generen altos niveles de confianza en las personas y que den respuesta adecuada a las legítimas demandas de los consumidores.

Sebastián Hurtado

Fiscal de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC)

La importancia de crecer

Estamos en tiempos de cambios, algunos hablan de cambio estructural. Es decir, las cosas no volverán a ser como "antes".

Por el lado de las tasas de interés, previo al año 2020, veníamos gozando de estabilidad inflacionaria y de tasas de interés muy bajas. Incluso se hablaba de "free money". Tanto así, que en algunos países se llegaron a ofrecer tasas negativas en créditos hipotecarios. Hoy, estas en el mundo han subido considerablemente y, aunque los procesos de recorte de tasas de política monetaria han comenzado en Latinoamérica, no está claro si se volverá a los niveles prepandemia. Lo cierto es que hoy el dinero es más caro.

Por otro lado, la interrupción en las cadenas de producción internacional llevó a las empresas a traer sus fábricas más cerca. Ejemplo de esto es México. Las cifras son impresionantes: la inversión ha sorprendido doce meses seguidos al alza y el mercado laboral está boyante. Esto tiene directa relación con el consumo y, por lo tanto, con el crecimiento. Es más, las proyecciones para este 2023 han aumentado más de tres veces en lo que va del año. Bien. Con pandemia y todo, en México se crece más que antes. Este quiebre estructural ha sido positivo para ellos.

¿Y en Chile? La historia es muy diferente. Acá tuvimos una especie de "ensayo general" prepandemia con el estallido social. Se interrumpió la actividad, las tasas de interés comenzaron a subir, llegaron las restricciones a la movilidad y el comerció comenzó a cerrar más temprano. De ahí vino la pandemia y el resto es historia conocida.

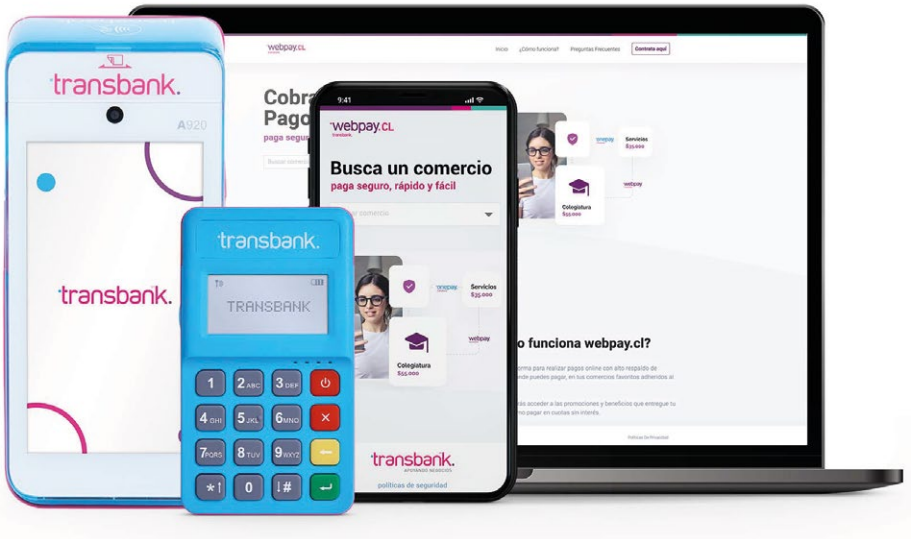
Chile, luego de una larga historia de rendimiento destacado a nivel mundial, es de los pocos países de la región que va a tener un crecimiento negativo (o casi cero) este año. Años de crecimiento económico por sobre el del mundo parecieran haber quedado atrás. Estamos estancados: la productividad no aumenta, la inversión desaparece, el empleo pierde calidad y, por supuesto, las ventas caen. Se habla de reformas necesarias, pero ¿y el crecimiento económico? Pareciera estar fuera del debate y es esencial para poder financiar los cambios que se quieren hacer. Piense usted que por cada punto de crecimiento el fisco recauda en torno a USD $800 millones.

Para crecer, un tema central es la Inversión. Sin inversión no hay empleo. Sin empleo no hay consumo (que, por el lado del gasto aporta un 80% del PIB) y sin consumo no hay crecimiento económico. Para esto se necesita atraer capitales, dar certezas y seguridad. El comercio es parte fundamental en esta ecuación: representa 8,5% del PIB y da casi el 20% de los empleos en nuestro país.

Carolina Grünwald
Economista

En **Transbank** tenemos la solución de pago perfecta para tu negocio, con la red más confiable por todo el país.

Elige la solución que más se adapte a ti y aumenta tus ventas hasta un 35%



SmartPos · Maquinita Móvil · Webpay.cl · Webpay Plus

Infórmate y consigue la tuya en **transbank.cl**

Con énfasis en la necesidad de Crecer se realizó el X Encuentro Anual del Comercio

• El Presidente de la República, Gabriel Boric, participó del X Encuentro Anual del Comercio, que congregó a representantes del mundo público y privado, para reflexionar acerca de la importancia del crecimiento económico para crear oportunidades reales y mejorar la calidad de vida, educación, salud y seguridad de los chilenos.

• Durante la instancia, José Pakomio, presidente de la CNC, centró su discurso en la necesidad de crecer y las dificultades que está enfrentando el sector, como la caída en las ventas, la baja creación de nuevos puestos de trabajo y un fuerte incremento de la informalidad. Esto, aseguró, "sumado a los últimos datos de inversión en el sector, que muestran una fuerte caída en los proyectos inmobiliarios, encienden alertas respecto de la importancia de concentrar todos los esfuerzos en volver a crecer".

X ENCUENTRO ANUAL DEL COMERCIO: CRECER

• Pakomio también expresó su preocupación por el aumento de la inseguridad y el comercio ilegal, señalando que "a partir de ahora, requerimos acción decidida, porque no podemos tolerar que nuestros compatriotas vivan y trabajen sitiados por el delito y por el temor. ¡No nos podemos acostumbrar a eso! porque nada será posible si la próxima víctima de un secuestro es nuestra democracia".

• El Presidente Boric, por su parte, señaló que "más allá de los prejuicios y de nuestras propias diferencias en el pasado, hoy entiendo perfectamente que el crecimiento es un tema prioritario, pero hay que poner esa misma pasión por una sociedad más justa que lleven al bienestar a todos los habitantes de la patria".

En el marco del X Encuentro Anual del Comercio de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), se llevó a cabo la reunión entre socios, autoridades y públicos de interés del gremio, donde el Presidente de la República, Gabriel Boric, tuvo una destacada participación en su segundo encuentro con el sector durante su Gobierno.

En la instancia, en que se congregaron ministros, subsecretarios, directores de servicios, representantes de diversos gremios empresariales nacionales y regionales, dirigentes sindicales, el general director de Carabineros y autoridades comunales, el presidente de la CNC, José Pakomio, inició el encuentro con un discurso donde relevó que el crecimiento económico es crucial para crear oportunidades reales y mejorar la calidad de vida, educación, salud y seguridad de los chilenos.

"Es el crecimiento y solo el crecimiento lo que crea las verdaderas oportunidades. Sin embargo, no nos referimos sólo a números abstractos o a índices escritos en un papel. Entendemos el crecimiento como una realidad vívida, que afecta la calidad de vida y el desarrollo de todos y cada uno de nosotros. Crecer, es más que sólo una evolución del PIB y, para lograrlo, se requiere más que sólo buena voluntad", indicó Pakomio.

El dirigente gremial afirmó que "en línea con ventas que no repuntan y confianzas de los consumidores que se mantienen en niveles altamente pesimistas, nos preocupa mucho la realidad que está atravesando el mercado laboral, con bajísima creación de nuevos puestos de trabajo, con más de 800 mil desocupados y donde se ha visto un fuerte incremento de los asalariados informales. Esto, sumado a los últimos datos de inversión en nuestro sector, que muestran una fuerte

caída en los proyectos inmobiliarios, encienden alertas respecto de la importancia de concentrar todos los esfuerzos en la idea que ha dado título a este encuentro: volver a crecer".

Además, Pakomio enfatizó que "la alternativa que las personas buscan para sortear la rigidez laboral de nuestro sistema es la informalidad. Referirse a este fenómeno es, en definitiva, hablar de un desafío para la cohesión social, porque implica una forma de actuación desregulada, que afecta a las personas, a las empresas, a la recaudación fiscal y a la sociedad como un todo, que más temprano que tarde tiene que hacerse cargo de la desprotección social de quienes se desempeñaron al margen de la formalidad. No podemos ser testigos cómplices de esta tremenda injusticia".

También, en su discurso, se refirió a la discusión tributaria, "nosotros hemos sostenido siempre que, más que poner foco en una mayor recaudación vía alzas tributarias o nuevos impuestos, debemos priorizar medidas que mejoren la eficiencia sobre el uso de los recursos públicos. Casos ampliamente conocidos de corrupción que han afectado a algunos de los órganos más relevantes de la administración del Estado, han sido, lamentablemente, la cara más brutal de esa ineficiencia, porque en un país donde aún hay muchos compatriotas necesitando la mano del Estado, duele que sea el mismo Estado el que equivoque el rumbo o pueda ser sujeto de corrupción. Por eso, deseamos insistir en que es el crecimiento lo que debiera estar en el centro del Pacto Fiscal. Un país que no crece no logra ni logrará los niveles de recaudación esperados, ni el objetivo final, que es mejorar la calidad de vida de la mayoría de los chilenos".

Pakomio también tuvo palabras para referirse al tema de la seguridad "es innegable que, ante el cambio profundo del escenario criminal en Chile y más allá de nuestra voluntad de colaborar, es el Estado quien debe hacerle frente. Los secuestros extorsivos y homicidios de locatarios han reconfigurado lo que entendíamos por inseguridad hace años atrás, y nos preocupa al extremo, porque este "estilo" delictual avanza muy rápido y se mueve sigilosamente por nuestros barrios cobrando nuevas víctimas a diario". Por lo que hizo un llamado a dar por superada la etapa de los diagnósticos.

X ENCUENTRO ANUAL DEL COMERCIO: CRECER

"A partir de ahora, requerimos acción decidida, porque no podemos tolerar que nuestros compatriotas vivan y trabajen sitiados por el delito y por el temor. ¡No nos podemos acostumbrar a eso! porque nada será posible si la próxima víctima de un secuestro es nuestra democracia", enfatizó.

Por su parte, el Presidente Gabriel Boric, en su discurso, expuso acerca de crecimiento económico, pacto fiscal, y crisis de seguridad pública. En la instancia, el mandatario sostuvo que "necesitamos recuperar la fuerza del crecimiento y con ello el empleo formal y la tarea no es fácil, porque a veces parece que primaran la desconfianza y las rencillas políticas. Como gobierno trabajamos sin pausa y con los pies en la tierra para lograr las seguridades que Chile necesita", recalcó.

El Presidente Boric agregó que "comparto la preocupación central del crecimiento económico y terminar con el estancamiento productivo. Tengo la convicción que nuestro gobierno tiene una agenda clara para que Chile vuelva a crecer de manera sólida y sostenible y se proyecta en el tiempo a pesar de los ciclos políticos". Boric indicó que las noticias comienzan a ser más auspiciosas de lo que se pensaban "todo indica que vamos a evitar cifras rojas de crecimiento para 2023" recalcó. Boric reconoció que, "tengo claro que estos resultados no alcanzan para estar satisfechos y no tenemos espacio en el gobierno para la autocomplacencia. Hoy el sector comercio sigue golpeado por la falta de consumo y debemos enfrentar el problema endémico de la informalidad, se debe fomentar el empleo formal".

El Presidente Boric planteó que "más allá de los prejuicios y de nuestras propias diferencias en el pasado hoy entiendo perfectamente que el crecimiento es un tema prioritario, pero hay que poner esa misma pasión por una sociedad más justa que lleven al bienestar a todos los habitantes de la patria". Por ello llamó a avanzar en la aprobación de la reforma de pensiones y lograr un acuerdo en el pacto fiscal.

Finalmente, al abordar la seguridad en el país, el mandatario indicó que "estamos en una situación compleja y lo peor es que desde el sistema político perdemos tiempo confrontándonos en esto la lógica gobierno y oposición no es útil para enfrentar el problema". Agregando que "Hoy planteo que trabajemos juntos en estos temas y no debilitemos a las autoridades como quizás nosotros en algún momento lo hicimos, ya que esto no ayuda a encontrar una solución. Cuando la democracia no da respuestas a las urgencias de la ciudadanía la democracia se debilita", afirmó.

X ENCUENTRO ANUAL DEL COMERCIO: CRECER

Kenneth Werner, vicepresidente; María Ignacia Rodríguez, secretaria General; José Pakomio, presidente; todos de la CNC y Gabriel Boric, Presidente de la República

Juan Antonio Coloma, presidente del Senado y Cynthia Perisic, consejera de Libre Elección y presidenta de la Comisión Mujeres CNC

Francisco Chahuán, senador de la República y Rodolfo Carter, alcalde de La Florida

Cynthia Soto, gerente de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa CLARO VTR ; Carolina Simonetti, gerente General de la Asociación Chilena de Líneas Aéreas (ACHILA); Isabel de Gregorio, gerenta División de Personas, Asuntos Corporativos y Sostenibilidad Transbank y directora CNC; María José Zaldívar, presidenta de la Asociación de Supermercados de Chile (ASACH); Nicole Verdugo, presidenta de la Cámara Chileno Ecuatoriana de Comercio y Susana Jiménez, vicepresidenta de la Confederación de la Producción y el Comercio (CPC)

Rosario Navarro, presidenta de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) y Javier Torrejón, presidente de la Cámara Regional del Comercio de Valparaíso

Esteban Geyger, tesorero de la Cámara Chileno Húngara de Comercio; Rodrigo Cerón, presidente de la Fundación Educacional del Comercio (COMEDUC); Javier Macaya y Rojo Edwards; ambos senadores de la República

Jeanette Jara, Ministra del Trabajo y Previsión Social; José Pakomio, presidente CNC y Alberto van Klaveren, Ministro de Relaciones Exteriores

María Ignacia Rodríguez, secretaria General CNC; Jorge Alessandri, diputado de la República; Bernardita Silva, gerente de Estudios CNC y Jorge Guerrero, presidente de la Comisión Jurídica de la CNC

Giorgio Boccardo, subsecretario del Trabajo y Verónica Pardo, subsecretaria de Turismo

Camila Vallejos, Ministra Secretaria General de Gobierno; José Pakomio, presidente CNC y Walter Aránguiz, director CNC

X ENCUENTRO ANUAL DEL COMERCIO: CRECER

Alejandra Arriaza, directora del Servicio Nacional de Aduanas; Daissy Mondelo, directora Zona Sur CNC; José Pakomio, presidente CNC y María Teresa Vial, presidenta de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS)

Eduardo Vergara, subsecretario de Prevención del Delito y Manuel Melero, presidente del Observatorio del Comercio Ilícito y Seguridad (OCIS)

Ernesto Zelada, presidente de la Cámara de Comercio Chile Paraguay; Patricio Zulueta, presidente del Comité Internacional CNC y Ricardo Yáñez, General Director de Carabineros

Patricio Larrañaga, consejero de Libre Elección CNC; Walter Aránguiz, director CNC; Miguel Ángel Garderes, presidente de la Cámara Chileno Uruguaya de Comercio y Carlos Dumay, director Tesorero CNC

Mario Cassanello, presidente de la Cámara de Comercio de San Antonio; Alejandro Lama, presidente de la Cámara de Comercio de Chillán-Ñuble y director CNC, y Patricio Santelices, gerente general Transbank S.A.

Rodrigo Larraín, CEO de Cencosud Shopping; Gustavo Valenzuela, presidente de la Cámara de Comercio de Temuco; Renato Gutiérrez, gerente General Interino de Cencosud y Héctor Guerra, presidente de la Asociación de Empresas de Recursos Humanos (AGEST) y director CNC

Adolfo Numi, presidente de la Asociación para el Desarrollo de Barrio Meiggs; Juan Pablo Matte, secretario General de la Sociedad Nacional de Agricultura (SNA) y José Manuel Mena, presidente de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (ABIF)

Eduardo Hernández, gerente Legal de ALTO; Rodrigo Canales, presidente de la Cámara de Comercio de Coyhaique y Maeva Rirorоco, consejera de Libre Elección CNC

Jorge Riesco, presidente de la Sociedad Nacional de Minería (SONAMI) y Juan Armando Vicuña, presidente de la Cámara Chilena de la Construcción (CChC)

Daissy Mondelo, directora Zona Sur CNC; María Ignacia Rodríguez, secretaria General CNC y Juan José Ronsecco, presidente de Corporación para el Desarrollo de la Región de Atacama (CORPROA)

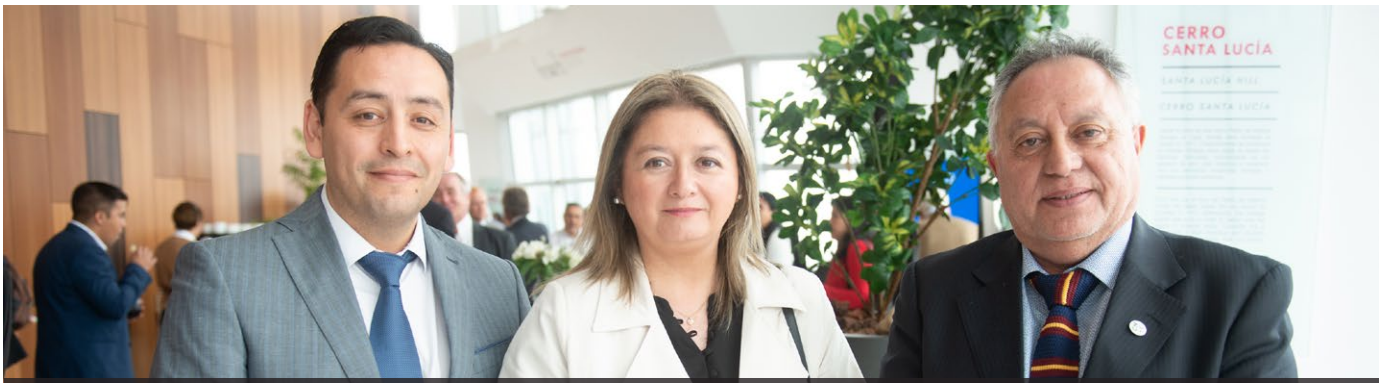
Romanina Morales, directora del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE); Christian Behm y Marco Antonio Álvarez, gerente general y presidente de la OTIC del Comercio, respectivamente

Ricardo Schliebener, presidente de la Asociación de Empresas de Servicios Financieros (EFA) y director CNC y Claudia Illesca, presidenta de la Cámara de Comercio de Los Ángeles

X ENCUENTRO ANUAL DEL COMERCIO: CRECER

José Pakomio, presidente CNC y Loreto Bresky, directora del Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INAPI)

Gustavo Valenzuela, presidente de la Cámara de Comercio de Temuco y Diego Schalper, diputado de la República



Rodrigo Canales, presidente de la Cámara de Comercio de Coyhaique; Pamela Bertín, presidenta de la Cámara de Comercio de Osorno; y Julio Candia, presidente de la Cámara de Comercio de Castro

Claudio Magliona, representante Legal de Magliona y Compañía Limitada Abogados; Martín Lalor, Director Senior Consumer Electronics Samsung Chile; José Pakomio, presidente CNC; Victor Vial, gerente Legal y de Asuntos Públicos Samsung Chile y Anthony Yorston, director Productos Móviles Samsung Chile

Carolina Simonetti, gerente General de la Asociación Chilena de Líneas Aéreas (ACHILA) y Margot Heitzer, consejera de Libre Elección CNC

Jorge Riesco, presidente de la Sociedad Nacional de Minería (SONAMI); Cecilia Valdés, presidenta ejecutiva de la Asociación Chilena de Casinos de Juego (ACCJ); Daissy Mondelo, directora Zona Sur CNC y Juan José Ronsecco, presidente de Corporación para el Desarrollo de la Región de Atacama (CORPROA)

Jeanette Jara, Ministra del Trabajo y Previsión Social y Tomás Sahli, director Ejecutivo de The Singular Hotels

Susana Jiménez, vicepresidenta de la Confederación de la Producción y el Comercio (CPC); Rosario Navarro, presidenta de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA) y Verónica Pardo, subsecretaria de Turismo

José Pakomio, presidente de la CNC y Antonio Sánchez, director Zona Norte CNC

José Pakomio, presidente de la CNC y S.E el Presidente de la República, Gabriel Boric

La Araucana®
más cerca

Generar bienestar social es nuestro propósito

55 años entregando
MÁS APOYO,
MÁS BENEFICIOS,
MÁS IMPACTO SOCIAL

Somos la Caja de las Cámaras de Comercio

Sustainable Fitch

Clasificación ESG
Nota más alta en ámbito social de Latinoamérica.
Primera caja de compensación con esta medición de impacto social.

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

1er lugar SERNAC
Industria financiera
sector cajas.

INICIATIVA DE **PARIDAD DE GÉNERO** CHILE

Miembro de IPG Chile.

Conoce tus **beneficios aquí**

Apoyo Social | Salud | Educación | Recreación | Hogar | Protección | Participación Social | Pro Empleo

www.laaraucana.cl CAJALAARAUCANA **600 422 8100**

Las Cajas de Compensación de Asignación Familiar son entidades de seguridad social fiscalizadas por la Superintendencia de Seguridad Social (www.suseso.cl).

Claudia Illesca

Presidenta Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Los Ángeles

Historia gremial:

Ingresé a la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Los Ángeles el año 2008, con el restaurante Mi Rancho, el cual tiene una amplia trayectoria en el centro de esta ciudad. Lo hice motivada por la posibilidad de realizar cambios y aportar en el desarrollo de la actividad comercial. El 2018 ingresé al Directorio de la Asociación como secretaria, por encargo del entonces presidente Miguel Pezoa, lo que implicó empaparme rápidamente del quehacer gremial y las responsabilidades que implica ese cargo. Además, en forma paralela, el año 2022 fui electa consejera de libre elección de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, lo que significó un honor para mí y la Cámara que represento, ya que obtuve una muy buena votación en la Asamblea CNC de Coyhaique, demostrando que las mujeres dirigentas podemos desempeñarnos bien en distintos niveles del mundo gremial y representar a nuestras bases.

Creo firmemente en que debemos ser muchos más quienes pertenezcamos a los gremios, para potenciar su nivel e injerencia en nuestra comunidad e incentivar a otros empresarios y pymes a trabajar juntos por tantos temas comunes que nos afectan y, no solo por eso, sino para aportar al trabajo de las autoridades con ideas y propuestas que nazcan de las bases, de quienes conocemos el comercio por dentro.

Este 2023 fui reelecta para integrar por otros dos años el directorio y asumí el desafío de ser presidenta, la primera mujer a la cabeza de este gremio en sus casi 94 años de historia.

¿Cuáles han sido los principales desafíos del cargo?

Son muchos los desafíos a los que me enfrento. Primero, conciliar mi trabajo como empresaria con la labor gremial que es bastante demandante, pero me gusta y lo complemento con organización y bastante disciplina. Luego, está el abrir espacios en la Cámara, especialmente para nuevos socios, empresarios jóvenes, mujeres, etc., porque mi gran desafío es hacer de esta Cámara una entidad de puertas abiertas, donde todos consideren que pueden estar y se sientan motivados a ingresar. Además, estamos realizando actividades que potencien el conocimiento entre los mismos socios, que sepan lo que hacen sus colegas y que puedan, por ejemplo, estrechar lazos comerciales.

¿Cómo crees que se puede contribuir a incentivar la participación de más mujeres en los gremios empresariales?

Invitando a más mujeres a participar como socias, brindándoles espacio en las distintas instancias de trabajo gremial para que puedan ver todo el potencial que existe. Además, curiosamente somos en la actualidad una Cámara con un equipo de trabajo compuesto solo por mujeres. Tenemos una mujer ingeniera comercial que es nuestra gerenta, Carolina Godoy, y así, todos nuestros puestos administrativos están en manos de mujeres, así como también un importante cargo en el directorio, en la tesorería, que también está en manos de una mujer, Miriam Guiñez, por lo que esto no es solo un discurso, es algo que en nuestra asociación se pone en práctica.

Algo que quisieras agregar

Este directorio está trabajando fuertemente en la vinculación con el medio, desarrollando convenios con universidades y otras instituciones o empresas que puedan beneficiar a nuestros asociados. También estamos haciendo un trabajo colaborativo con otros gremios de la comuna y la provincia, dado que tenemos algunas problemáticas que son transversales y que podemos representar a las autoridades en conjunto. Ahí nuestro foco está puesto principalmente en seguridad pública y reactivación económica.

Por otro lado, hemos intensificado las actividades de capacitación a los socios en materia de normativa laboral, tributaria y otros temas, para que puedan desarrollar de la mejor forma su trabajo. Además, concretamos el año pasado un convenio con el Centro Integral del Adulto Mayor de la Municipalidad de Los Ángeles, a través del cual nuestros socios están traspasando toda su experiencia y conocimientos a las personas mayores que quieren emprender, ya sea en materia de costos, formalización y ventas, entre otros.

María José Zaldívar

Presidenta de la Asociación de Supermercados de Chile (ASACH)

Historia gremial:

La verdad es que profesionalmente me he desempeñado fundamentalmente en el sector público, como ministra del Trabajo y Previsión Social, subsecretaria de Previsión Social y superintendenta de Seguridad Social, entre otros cargos. También me gusta mucho el ámbito académico, he sido profesora de derecho en varias universidades, consultora y directora en diversos organismos.

Mi trayectoria gremial como representante de un organismo como Supermercados de Chile A. G. es reciente, ya que partí en junio en esta tarea, pero la verdad siento que llevo mucho más tiempo en este ámbito, ya que toda mi vida me ha tocado relacionarme con gremios, colegios profesionales, etc. Pero indudablemente hoy me toca hacerlo en un rol diferente, representando a uno de los sectores más relevantes del país.

De repente la gente no conoce toda la importancia de esta industria que está compuesta de una diversidad de actores de distinto tamaño, hay 1.370 locales en Chile que dan empleo a alrededor de 150 mil personas. Súmale cada día los millones de personas que recorren las salas, lo convierten sin duda un sector que desde el punto de vista humano es muy relevante.

¿Cuáles han sido los principales desafíos del cargo?

Lo primero es entender y acercarse a este mundo que es muy especial. Mencionaba antes la relevancia en términos de generación de empleos, pero cuando entras un poco al área chica de esta industria encuentras dimensiones que no están tan a la vista. Es un sector relevante en términos sociales con presencia en todo el país, supermercados grandes y pequeños cumplen un rol vital abasteciendo a gran parte de la población. Resulta que en otros países de Latinoamérica el abastecimiento de alimentos se hace principalmente a través del canal tradicional, o sea los almacenes o minimarkets, pero en Chile no es así. En nuestro país el 75% de la población se abastece a través de supermercados, por tanto, su funcionamiento es vital.

Esto se hizo muy evidente durante la pandemia donde el rol de los supermercados fue súper importante, realizando uno de los despliegues logísticos más grandes de su historia para contribuir al desafío país de abastecer de alimentos a las personas en un momento que era muy complejo. Yo en esos momentos estaba al otro lado como autoridad y me llamó la atención cómo los supermercados mostraron una notable capacidad

de adaptación para poder responder y abastecer a la población.

Desde que asumí uno de los desafíos que me motivaron mucho fue la posibilidad de potenciar el valor y el rol social que tiene esta industria.

Por un lado, creo que los supermercados hacen un aporte importante en formación y capacitación. Muchos jóvenes encuentran su primer empleo en este sector, algunos hacen carrera en la industria, van adquiriendo nuevas competencias, evolucionan. Para otros, este tipo de labores son complementarias con los estudios.

Es una industria que integra. Por un lado, tiene una fuerza laboral femenina importante en distintos roles. No sé si hay otros sectores que tengan esta suerte de paridad natural que se da acá. Por otra parte, personas que vienen del extranjero también encuentran un acceso al trabajo formal en este sector, lo que contribuye a una mejor integración.

También en el ámbito social, nuestros asociados realizan una importante labor en lo que es el rescate de alimentos. Estamos plenamente conscientes de que Chile y el mundo enfrentan un problema creciente de inseguridad alimentaria. Como sector nos mueve el convencimiento de que el rescate de alimentos tiene un doble impacto positivo, contribuyendo a la seguridad de los más vulnerables así como al avance decidido hacia la economía circular, al evitar su desperdicio, así como de toda su cadena de producción.

¿Cómo crees que se puede contribuir a incentivar la participación de más mujeres en los gremios empresariales?

Las mujeres en general están aportando mucho a nivel profesional y de desarrollo de las empresas, se ha avanzado un montón en relación a décadas pasadas y ese mismo reconocimiento que viene desde el ámbito cotidiano, del día a día laboral está también encontrando eco en los espacios de carácter representativo, ya sea en el ámbito social, en el espacio político y por cierto en el gremial, donde hace tiempo vemos que se han consolidado una serie de liderazgos femeninos potentes con posiciones y discursos que son bien interesantes. Creo que el mayor incentivo se puede dar en entender que hay problemáticas que nos son comunes, que trascienden el metro cuadrado de nuestras empresas y necesariamente requieren cruzar fronteras, acercarnos a los pares y compartir ideas para poder trabajar en su solución. Si hay algo trascendental de la labor gremial es que en su esencia busca acercar posiciones, alcanzar metas comunes y plantear puntos de vista. Creo que en la medida que se visibilice el tremendo aporte de los gremios, no solo mujeres, sino que más personas en general querrán sumarse a esta tarea.

Empresas SURA

Asegúrate de crecer

Más que una aseguradora
somos un **socio en tu negocio**

Con Empresas SURA accede a:

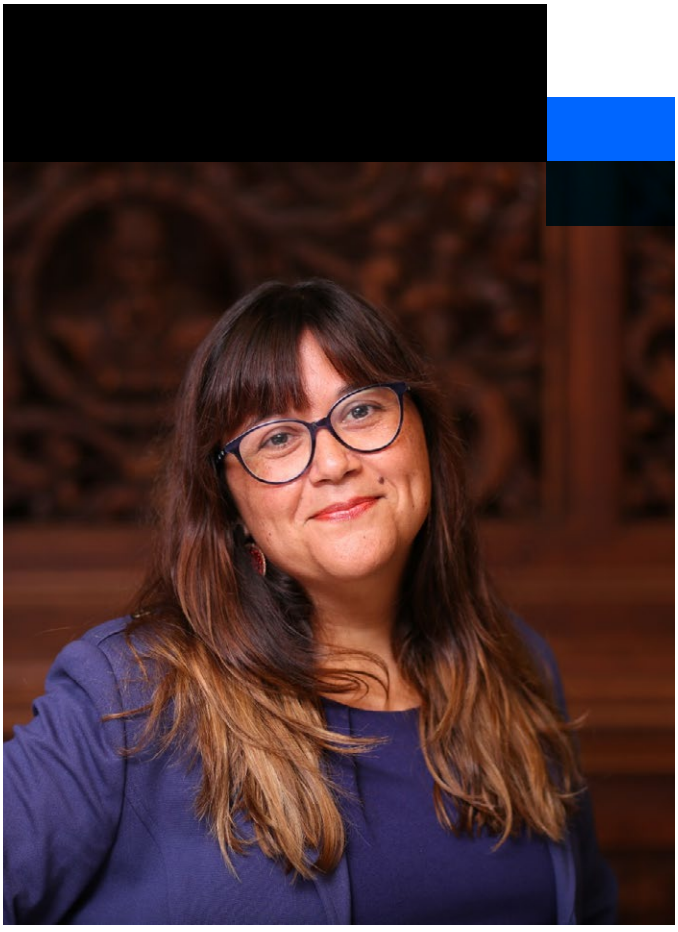
- Evaluación de tu empresa
- Asesorías personalizadas
- Capacitaciones
- Charlas
- Comunidad exclusiva
- Ecosistema de alianzas e internacionalización LATAM

Mas información aquí:

seguros.sura.cl/empresassura

Francisca Barrientos analiza el nuevo proyecto de ley del Sernac y su impacto en los derechos del consumidor

• La destacada abogada y experta en derecho de consumo, entrega su visión crítica y especializada sobre el proyecto de ley que busca ampliar las facultades del Sernac, analizando sus implicancias para consumidores, empresas y el sistema legal chileno.



El comercio ha desempeñado un papel fundamental en la historia de Chile, tanto antes como después de su Independencia. Y es que, durante los últimos años de la Época Colonial, se formó una destacada casta de comerciantes en Chile, quienes importaban productos desde Europa y los introducían en la sociedad chilena, proceso que contribuyó a la adaptación de la sociedad al comercio internacional. Sin embargo, fue en el siglo XIX cuando se produjo un avance significativo en el comercio chileno, especialmente en dos áreas clave, según cuenta Jacqueline Dussaillant, doctora en Historia y profesora investigadora del Faro de la Universidad del Desarrollo.

"En primer lugar, nació el "alto comercio", el que experimentó un fuerte desarrollo con la presencia de grandes casas comerciales, en su mayoría extranjeras y especialmente inglesas. Estas se dedicaban a la exportación e importación de productos, pero también participaban en proyectos locales en diversos ámbitos. Nombres como Williamson, Balfour & Cía., Gibbs, Vorwerk y Cía., entre otros, se destacaron en el escenario comercial chileno hasta la década de 1930, cuando muchas de ellas se vieron afectadas por la crisis y cerraron algunas de sus sucursales", señaló Dussaillant. Por otra parte, agregó, "el comercio minorista experi

¿Cuál es su opinión técnica del proyecto que presentó el Gobierno?

A mí parecer, estamos ante una propuesta que tiene un loable objetivo en el que todos coincidimos, el hacerse cargo de resolver las controversias que se suscitan entre consumidores individuales y las empresas . Sin embargo, el proyecto contiene falencias importantes, como lo que se refiere a la forma de ejercer los derechos de los consumidores, teniendo en cuenta que mantiene la persecución de indemnizaciones ante los Juzgados de Policía Local siendo que, en realidad, quienes llegan a esas instancias son muy pocos, por lo engorroso y costoso del sistema. Si uno mira lo que sucede en otros países, la respuesta va en el sentido de promover mecanismos alternativos de resolución de controversias. Eso es parte también de lo que estamos analizando en este informe.

¿Por qué cree que es importante que los gremios se preocupen de estos temas?

Es importante que los gremios se preocupen de estos temas, porque el derecho del consumo y la relación con los consumidores es trascendental para todas las empresas y, por tanto, para los gremios que las agrupan. Pero también es importante el Sernac, un organismo que cada día está más empoderado y realiza muchas acciones tales como fiscalizar, dictar normativas, litigar y negociar colectivamente, entre otras, por lo que el aumento de esas facultades y, sobre todo, la acumulación de ellas, podría impactar de manera importante a los sectores que representa la CNC, ya que estamos hablando de miles de reclamos por área y por industria, que podrían ser en un futuro objeto de una sanción. La idea compartida es lograr gestionar bien los reclamos, porque eso creemos que, si aumenta la cantidad de estos, existe una oportunidad de mejora en la satisfacción de los clientes, en vez de hacer más burocrático un sistema de por sí complicado.

¿Cuál cree que sería un buen sistema para fortalecer realmente al consumidor en Chile?

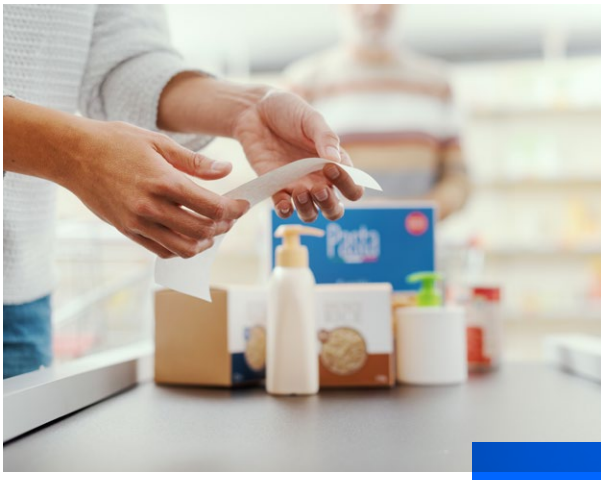
Debemos partir de la base de preguntarnos si fortalecer a la institucionalidad es lo mismo que fortalecer a los consumidores y no está tan clara esa respuesta. Por lo mismo, quizás promover un sistema alternativo de resolución de controversias, desjudicializando lo que ya está judicializado y no sumarle más facultades al Sernac, sobre todo algo tan potente como lo sancionatorio, podría ir en la línea correcta de fortalecer adecuadamente al consumidor y entregarle las herramientas concretas para la defensa de sus derechos. Porque el tema no es lo sancionatorio en sí mismo, sino la reunión de todas estas facultades en un solo órgano, cuestión que en otros países no opera de esta manera. Además, recordar que hace un tiempo un proyecto similar fue declarado inconstitucional y en la discusión actual la Corte Suprema estableció también reparos. Es sin duda un tema complejo que hay que analizar, quizás buscar otra vía de solución respecto al mismo diagnóstico.

¿Por qué esto debe preocuparles a las empresas?

Como comenté, para las empresas es vital preocuparse y ocuparse de un sistema que fortalezca realmente al consumidor, porque es el “core” del negocio: sin consumidores no hay clientela, y sin clientes no hay empresa, así de simple. Hoy en día los emprendedores y las empresas en general tienen importantes desafíos como cuestiones medioambientales, de género, de cuotas, pero también la protección al consumidor no tiene que perderse de vista y ojalá idear mecanismos de satisfacción al cliente. Por eso, cuando el proyecto habla de la obligación de posventa, por ejemplo, creemos que va en la línea correcta, sin embargo, esto requiere que esta sea una obligación con un objetivo concreto, lo que hoy no aparece. En estos mecanismos es donde se pueden solucionar bastante los problemas y generar mayor grado de satisfacción a los clientes. Sin embargo, se debe mirar el detalle del proyecto y sus alcances, si por el otro lado se mantiene la facultad sancionatoria.

CNC se encuentra realizando reuniones con sus socios para analizar proyecto de ley del Sernac presentado por el Ejecutivo

• En la instancia, se están discutiendo las implicancias que podría tener esta iniciativa legal en los sectores que representa el gremio y elaborando propuestas para presentar ante el Congreso con la finalidad de perfeccionarla.



La CNC inició un ciclo de reuniones con sus socios con la finalidad de conocer las distintas posturas acerca del proyecto de ley que le entrega facultades sancionatorias al Sernac, entre otras medidas, con la finalidad de elaborar una estrategia coordinada y conjunta para plantear las propuestas del gremio durante su tramitación legislativa. En las primeras reuniones participaron las empresas y las asociaciones especializadas y próximamente se invitará a los representantes de los gremios regionales.

Al respecto, el fiscal de la CNC, Sebastián Hurtado, junto con el presidente de la Comisión Jurídica del gremio, Jorge Guerrero, quienes encabezaron este encuentro, informaron que se solicitará la elaboración de un informe en derecho para indagar en las facultades con que cuentan las agencias de protección de los derechos de los consumidores en otros países, también para conocer cómo se insertan los mecanismos alternativos de solución de controversias en el ámbito de las relaciones de consumo, generar propuestas para que el Sernac se haga cargo del comercio y crédito informales y definir adecuadamente el ámbito de responsabilidades de los intermediarios de comercio electrónico.

En estas instancias de conversación se han analizado diversas temáticas como por ejemplo el objeto del proyecto, el cual, a juicio del gremio, debiera enfocarse en el fortalecimiento del consumidor; también se ha recalcado que esta legislación debiera hacerse cargo de combatir con decisión el comercio y crédito informales pues es allí donde se producen las mayores vulneraciones e infracciones a los derechos y ley del consumidor. Además, se ha relevado la importancia de generar mecanismos de solución de controversias a instancias distintas y se ha señalado que es muy importante entregar datos reales sobre cómo se desarrollan las relaciones de consumo en el ámbito del comercio ya que, lo cierto es que menos del 1% de las transacciones termina en un reclamo, lo que habla de la efectividad con que este sector resuelve los problemas que se producen con sus clientes y también de la relevancia que se da al consumidor en sí mismo, dado que este representa el mayor activo de una empresa y lograr su satisfacción constituye un imperativo si se pretende ser competitivo en el mercado.

"El Contrabando es Contra Todos" CNC refuerza la lucha contra el comercio ilegal en regiones

• En una iniciativa conjunta, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chille (CNC) y el Observatorio del Comercio Ilícito y Seguridad (OCIS) lanzaron una potente campaña contra el contrabando en las regiones de Antofagasta y Los Lagos. Con el apoyo de autoridades locales y regionales, esta campaña busca sensibilizar a la ciudadanía sobre los peligros del comercio informal y promover la compra de productos en el comercio establecido.

El lanzamiento de la campaña "El Contrabando es Contra Todos" en Antofagasta, en el mes de octubre, estuvo liderado por figuras clave como el presidente de la CNC, José Pakomio y el presidente del OCIS, Manuel Melero. Junto a ellos, el gobernador de Antofagasta, Rodrigo Díaz, el alcalde Jonathan Velásquez, y representantes del comercio local se unieron para subrayar la importancia de esta iniciativa. El mensaje central fue claro: la necesidad de denunciar y combatir el contrabando, promover el comercio legal, y fomentar la cooperación entre autoridades y comerciantes para garantizar la seguridad y el bienestar económico de la región.

José Pakomio remarcó la determinación de la CNC de luchar incansablemente contra todas las for-

mas de comercio ilícito. “Como CNC estamos no solo decididos, sino que dedicados a potenciar los esfuerzos que sean necesarios para dar una lucha sin descanso al comercio ilícito en la amplitud de su concepto: el comercio ambulante o callejero sin autorización, el contrabando de mercancías desde y hacia nuestro país y las infracciones a la propiedad intelectual, tanto en materia de marcas, patentes de invención y derechos de autor, entre otros”, señaló. Agregando que “creemos firmemente que la generación de alianzas y trabajo colaborativo público privado son la mejor herramienta para abrir nuevas oportunidades de encuentro, de trabajo conjunto y de búsqueda de mejores resultados que nos beneficien a todos. Está en nosotros fortalecer los lazos e impulsar campañas como esta, para que en un futuro cercano podamos ver frutos de este trabajo, pudiendo contribuir a mejorar la realidad del comercio actual, lo que finalmente redundará en una mejoría en la economía, en la seguridad y en el bienestar de toda nuestra sociedad”, indicó el dirigente gremial.

Por su parte, Manuel Melero, presidente del OCIS, destacó la necesidad de adoptar nuevas estrategias para hacer frente a las tendencias emergentes en los delitos relacionados con el comercio ilícito. Enfatizó la importancia de la educación y la información como herramientas clave para prevenir el consumo de productos derivados del contrabando.

El gobernador Rodrigo Díaz resaltó el compromiso del Gobierno Regional con la campaña, reconociendo la relación directa entre el comercio informal y el aumento de la inseguridad en las comunidades. Hizo hincapié en la urgencia de recuperar la seguridad en los barrios y fomentar un entorno comercial seguro y regulado para las familias. “Nos parece relevante poder apoyar la campaña “El Contrabando es Contra Todos” puesto que necesitamos ir avanzando en ese sentido de mayor protección, de seguridad, que tenía nuestra región. El comercio informal muchas veces va generando mayor inseguridad, espacios en donde la gente se siente muchas veces sin la certeza de estar protegida y es por eso por lo que tenemos que recuperar esa añoranza de un espacio seguro y tranquilo. Y estamos dispuestos y siempre lo hemos estado, como Gobierno Regional a ir recuperando los distintos barrios, creemos que hay que volver a recuperar la vida de las ciudades para las familias; así es que estamos dispuestos a apoyar esta campaña y a seguir trabajando en conjunto para organizarnos entre todos contra el contrabando”, enfatizó.

Un mes después, en noviembre, la campaña se extendió a Osorno, donde fue recibida con igual entusiasmo y compromiso por parte de las autoridades locales. El delegado Presidencial Provincial (S) de Osorno, Cristóbal Fuenzalida, y el alcalde Emeterio Carrillo, junto con Pamela Bertín, presidenta de la Cámara de Comercio de Osorno, reafirmaron su apoyo a la iniciativa y se comprometieron a trabajar en conjunto para combatir el contrabando y sus efectos nocivos en la economía y la seguridad.

El presidente del OCIS, Manuel Melero, señaló que “atendidas las nuevas tendencias de los delitos relacionados con el comercio ilícito, hace necesario buscar nuevas estrategias que visibilicen una realidad, que eviten normalizar delitos que están ocurriendo día a día en aquellos espacios en que se desarrolla el comercio, tanto a nivel presencial como digital. Es por eso por lo que estamos convencidos, que el primer gran paso se tiene que dar desde la información y la educación que debemos transmitir a las personas acerca de las consecuencias de adquirir productos derivados del contrabando de mercadería”.

En tanto, el delegado Presidencial Provincial (S) de Osorno, Cristóbal Fuenzalida, afirmó que “uno de los llamados que nosotros hacemos como Delegación Presidencial es que la gente y los vecinos de la provincia puedan elegir y preferir el comercio establecido para la adquisición de productos. Nosotros tenemos consciencia y estamos en conocimiento de que no solamente esto provoca perjuicios económicos para la hacienda pública, sino que también genera inseguridad en nuestras comunas”.

Por su parte, el alcalde de Osorno, Emeterio Carrillo, indicó que “sabemos que no vivimos la realidad que viven algunas comunas de la zona norte y zona central pero no podemos desconocer que sí tenemos algunos problemas que resolver. Por eso no nos podemos quedar inactivos y tenemos que sumarnos a esta gran campaña. A nosotros como comuna nos interesa proteger y apoyar a nuestro comercio establecido y, también, sumarme a las palabras del presidente nacional haciendo un llamado a la ciudadanía a comprar en lo establecido por un tema de seguridad y también por cómo nosotros potenciamos el comercio en nuestra ciudad”.

Asimismo, la presidenta de la Cámara de Comercio Osorno, Pamela Bertín “estamos muy contentos, porque hoy estamos lanzando esta campaña que es de connotación nacional contra el contrabando y también el Observatorio del Comercio Ilícito donde Osorno y la Región de Los Lagos será la primera región en Chile donde se va a implementar. Estamos conformes, porque nos ha acompañado gran parte de las personas convocadas y eso significa que hay una preocupación también desde el sector público y el apoyo con el sector privado. No solo estamos preocupados por estos temas sino también ocupados, prueba de ello son las acciones que hoy estamos realizando, donde vamos a tener prontamente respuestas y propuestas a través del Observatorio del Comercio Ilícito y seguridad”.

La iniciativa se enmarca en los esfuerzos del sector privado por erradicar el contrabando de productos y mercadería por parte de bandas criminales que afectan la actividad de grandes, medianos y pequeños comerciantes y asimismo, facilitan la proliferación del comercio ilegal y con ello, también de la delincuencia en comunas y barrios de todo el país.

La campaña no solo busca combatir el comercio ilícito, sino también abordar sus consecuencias más amplias. El contrabando, que abarca una variedad de productos, desde ropa hasta tecnología, no solo perjudica a los comerciantes legales, sino que también alimenta las actividades delictivas de las bandas criminales. Estas prácticas ilícitas generan un círculo vicioso de delincuencia e inseguridad, afectando la vida cotidiana de las comunidades.

achs

En la Achs estamos comprometidos con las y los trabajadores de nuestro país y sus familias

Conoce los avances que hemos tenido en esta materia y mucho más en nuestra Memoria Integrada 2022 aquí

Las Mutualidades de Empleadores son fiscalizadas por la Superintendencia de Seguridad Social (www.suseso.cl)

ASOCIACIÓN CHILENA DE CASINOS DE JUEGO

Cecilia Valdés

Presidenta ejecutiva de la Asociación Chilena de Casinos de Juego (ACCJ)

¿Cómo nace la Asociación Chilena de Casinos de Juego?

La Asociación Chilena de Casinos de Juego nace en el año 2009, luego de un proceso donde fueron otorgadas las primeras licencias de operación para los casinos de juegos de azar según las disposiciones legales que instruyó la Ley N°19.995 que regula esta actividad. Desde entonces, nuestra organización, que reúne a 16 socios a lo largo del territorio nacional, trabaja por la representación de los intereses de esta industria del entretenimiento, con quiénes hemos impulsado importantes esfuerzos para fomentar el desarrollo turístico de las regiones, aportando a las economías locales con recursos directos a los gobiernos regionales y municipios, además de infraestructura, empleo, cultura, entre muchas otras cosas.

¿Cuáles son los principales pilares del trabajo de la Asociación?

El principal pilar es cumplir con el propósito que por ley se les da a los casinos, que es consolidar al sector como un motor de desarrollo regional, con la construcción y operación de infraestructura de casinos y hoteles, fomentando polos turísticos a lo largo del país. A partir de ello hemos definido algunas prioridades que son: aportar al desarrollo sostenible de las comunidades en donde estamos emplazados a través de la promoción de políticas públicas y buenas prácticas; velar por el desarrollo competitivo, crecimiento y protección de la industria; proporcionar datos y transparentar los aportes, logros y contribuciones de los casinos hacia la comunidad, municipios, gobiernos regionales y el fisco; y contribuir al derecho de una sana entretención de la ciudadanía, siempre al resguardo de promover prácticas de juego responsable.

¿Cuáles son los principales desafíos o problemáticas de su gremio?

Hay varios desafíos que hoy abocan el trabajo de la ACCJ. Por un lado, combatir las asimetrías de mercado que hoy se dan especialmente con el juego ilegal y con la impunidad con que se está operando y acá me refiero al juego físico y a las plataformas de apuestas online. Sobre el primero, sabemos que en Chile hay cerca de 700 mil máquinas tragamonedas ilegales. En cuanto a las plataformas online, a pesar de ser ilegales en el país, hemos llegado a contabilizar más de 500 sin que nadie ponga freno a ello. El juego ilegal no solo genera una competencia desleal, sino que produce una serie de externalidades negativas que no están controladas: como el lavado de activos, asociación ilícita, juego de menores y ludopatía, solo por nombrar algunas. Sobre esto último tenemos grandes desafíos y como ACCJ participamos activamente de la Corporación de Juego Responsable y de otras instancias para generar buenas prácticas que promuevan una sana entretención.

¿Por qué consideraron importante pertenecer a la CNC?

Ser miembros de la Cámara Nacional de Comercio es una gran oportunidad para conectar con otras industrias y sumar esfuerzos en pro de impulsar los sectores donde opera cada empresa. Nos hemos dado cuenta de que gran parte de nuestros dolores los compartimos con otras industrias, por lo que poder intercambiar intereses y desafíos ha sido muy valioso y nos ha permitido amplificar el mensaje y participar en acciones conjuntas.

¿Cuáles son las principales actividades que realizan?

Como toda asociación gremial, el relacionamiento con autoridades y otros gremios es parte esencial de nuestras actividades. Aportar con información y experiencia sobre la industria para apoyar el desarrollo de políticas públicas que contribuyan al país es clave. Es así como hoy hemos estado muy activos en el seguimiento de un par de proyectos de ley que se discuten en el Congreso y que tienen directa injerencia en los casinos de juego. Hemos sido firmes en denunciar sobre la impunidad con que se ha tratado el tema de las plataformas de apuestas en línea y sobre la necesidad de generar conciencia y buenas prácticas en torno al juego responsable.

¿De qué manera las casas de apuestas online están afectando a su gremio y a sus asociados?

Hoy las plataformas de apuestas online están afectando no solo a los casinos, sino que a todo el país. En general se producen daños al Fisco por el no pago de impuestos, hay daños a menores de edad que entran y juegan sin ningún resguardo, también a los consumidores que, buscando una entretención válida, caen en estafas o son víctimas del mal uso de sus datos personales y hay daño al país por los potenciales delitos como lavado de activos, sin contar el daño reputacional a industrias de apuesta como la Polla, Lotería, los hipódromos y los propios casinos.

Como se ha repetido insistentemente, es una actividad ilegal, y como tal, no puede quedar impune frente a la legislación vigente. Eso lo recoge el proyecto de ley, ahora solo tenemos que esperar que esto avance para que las autoridades hagan algo al respecto.

Mauricio Hormann

Director ejecutivo de la Asociación Gremial de Aseo y Desinfección de Chile (AGAD)

¿Cómo nace la Asociación Gremial de Aseo y Desinfección de Chile?

La Asociación Gremial de Aseo y Desinfección, AGAD Chile, nace el 12 de diciembre de 2017, por la motivación de varios actores nacionales e internacionales que coincidían en la importancia de formar un gremio que representara a la industria de Aseo Doméstico e Industrial del país frente a las autoridades y a diferentes stakeholders relevantes para fomentar las buenas prácticas del mercado formal y la armonización regional.

¿Cuáles son los principales pilares del trabajo de la Asociación?

En AGAD trabajamos en base a tres pilares estratégicos: dar visibilidad a la industria frente a los stakeholders relevantes, lograr comunicar posiciones que fomenten la formalidad del mercado, las buenas prácticas y la armonización regional, y finalmente poder influir en el desarrollo de la industria con el objetivo de entregar productos seguros a nuestros consumidores.

¿Cuáles son los principales desafíos o problemáticas de su gremio?

Nuestra principal problemática y, por ende, nuestro desafío como gremio, es trabajar por la formalidad del mercado con productos de calidad que protejan la salud y la economía de los consumidores. Un producto que no cumpla con las normativas mínimas de rotulación, trazabilidad y seguridad, podría provocar serios daños en la salud de quienes los consumen, además de no contar con los registros ISP que garanticen su funcionalidad.

En paralelo, mantenemos una agenda permanente para hacernos cargo en la difusión, capacitación y colaboración con las políticas públicas relacionadas a nuestra industria, como lo es, el Reglamento de GHS, la Ley Rep, el Reglamento de Desinfección y los Tratados de Libre Comercio Alianza del Pacífico, entre otros.

¿Por qué consideraron importante pertenecer a la CNC?

Recientemente cumplimos 5 años desde nuestra fundación y en este tiempo que, entre otras cosas, nos tocó enfrentar una pandemia en la que estuvimos muy activos por ser una industria esencial, visualizamos que debíamos avanzar en ser socios de la CNC para dar una cobertura nacional de nuestro quehacer, lograr aportar para el desarrollo del país, participar en la elaboración de políticas públicas y tener acceso a las mesas de trabajo del Observatorio del Comercio Ilícito y Seguridad (OCIS).

¿Cuáles son las principales actividades que realizan?

A lo largo del tiempo, hemos participamos activamente en distintas mesas de trabajo público-privadas. Fuimos miembros de la mesa ampliada para abordar los temas de la Ley Rep desde sus inicios, integramos el Comité Ampliado COA de ecoetiquetado y logramos incluir en Alianza del Pacifico el capítulo aseo, derivando en la Decisión #11 que estamos impulsando. También participamos en una mesa con el Minsal para proponer un nuevo Reglamento de Desinfección que sea flexible, moderno y que tenga convergencia regulatoria con Latam, el que, luego de una consulta pública, esperamos que se publique a fin de año en el Diario Oficial.

También, hemos participado activamente en mesas de trabajo relacionadas a la implementación del reglamento GHS y, a través de nuestra asociación gremial regional aliada, hemos logrado reunirnos con autoridades de la región para dialogar acerca de la importancia de armonizar y traspasar las buenas prácticas en la industria.

Además, a raíz de la Ley Rep y su decreto de envases y embalajes que entró en vigor hace unas semanas, estamos creando una mesa de trabajo para analizar los envases y embalajes de difícil reciclabilidad (Plástico 7, Metales Grasosos y Aerosoles) con la finalidad de que se incorporen a la cadena de recolección y reciclado, proponiendo adecuar la regulación vigente e identificando valorizadores de base.

¿De qué manera la venta de productos de aseo falsificados está afectando a su gremio y a sus asociados?

Nosotros distinguimos tres tipos de mercado informal: contrabando, falsificado y el informal. Este último nos afecta a todos los chilenos en la evasión de impuestos, patentes municipales, pago de aranceles de registros sanitarios, permisos de calificación para poder operar, trabajos inseguros e incluso informales. Pero lo que más nos preocupa, es el engaño al consumidor ofreciendo productos inseguros, sin rotulación adecuada, sin identificar al fabricante y que podría ser perjudicial para la salud de las personas, además de no cumplir con la promesa de su uso afectando el presupuesto familiar.

ADBM ASOCIACIÓN DESARROLLO BARRIO MEIGGS

Adolfo Numi

Presidente de la Asociación para el Desarrollo del Barrio Meiggs

¿Cómo nace la Asociación para el Desarrollo del Barrio Meiggs?

Para contextualizar la creación de la Asociación debemos comenzar indicando que en la actualidad el barrio ha sufrido transformaciones como consecuencia del comercio ilegal, la delincuencia y otras externalidades, impactando negativamente la seguridad del sector y una baja en el flujo de visitas y clientes, lo cual se vio agravado por la pandemia y posterior estallido social conocido por todos. De lo anterior surge la necesidad de unirse y articularse para "Salvar el Barrio Meigss" a través de la creación de la figura de una Asociación Gremial para el Desarrollo del Barrio Meiggs que busca revitalizar el sector a través del trabajo conjunto con actores gubernamentales u otros organismos público-privado para que el barrio se transforme en un lugar comercial, turístico y gastronómico de clase mundial.

¿Cuáles son los principales pilares del trabajo de la Asociación?

Nuestros pilares principales actualmente se centran en los siguientes aspectos:

1. Crear: tiene por objeto la creación y posterior consolidación de la Asociación con una reconocida identidad y objetivos claros, que sea capaz de coordinar a todos los actores necesarios para el desarrollo y ejecución de un Plan Maestro para el barrio.

2. Atraer: generar una gobernanza y propuesta de valor innovadora mediante una identidad visual y una clara narrativa que permita atraer nuevos socios, inversionistas, autoridades y público en general.

3. Estudiar: dotarse de información pertinente, concreta y sistemática del barrio identificando a los actores claves para trabajar de manera conjunta y colaborativa en el Plan Maestro.

4. Comunicar: mantener comunicación continua para reforzar la imagen y objetivos de la Asociación. Adicionalmente, generar un cambio de actitud hacia el barrio, posicionando el Plan Maestro como una solución integral urbanística que viene a resolver la mayoría de los problemas actuales que enfrenta el Barrio Meiggs. Por último y no menos importante, motivar a las autoridades a sumarse al proyecto para recuperar y transformar el sector.

¿Cuáles son los principales desafíos o problemáticas de su gremio?

Como toda organización que recién comienza estamos en una etapa de aprendizaje permanente con múltiples desafíos que abordar y problemas que resolver. El desafío principal en que estamos hoy es el darnos a conocer como Asociación y transformarnos en un actor válido dentro y fuera del barrio. Otro desafío no menos importante guarda relación con atraer nuevos socios debido a que constituyen parte importante del financiamiento básico para el funcionamiento de la Asociación.

Con relación a la problemática principal a la que nos vemos enfrentados como gremio está el tema de seguridad y delincuencia asociado al desenfrenado y creciente comercio ilícito que impera impunemente en el barrio.

¿Por qué consideraron importante pertenecer a la CNC?

Para nuestra Asociación fue un honor el haber sido aceptados como socio de esta prestigiosa y reconocida organización. Por una parte, era fundamental para nuestra estrategia de posicionarnos como Asociación el ser socios de la CNC y por otra, hacer sinergia con sus valiosos equipos de trabajo que están en sintonía con la problemática del barrio, por ejemplo, el Observatorio del Comercio Ilícito y Seguridad. Hay otra serie de beneficios que nos ofrece la CNC, por ejemplo, capacitaciones que iremos desarrollando en un futuro cercano para nuestros asociados.

¿De qué manera el comercio ilegal y la delincuencia está afectando a su gremio y a sus asociados?

Para ser muy concretos, esta problemática ha generado muchos problemas por todos ya conocidos a través de diversas entrevistas en los medios de comunicación. El daño mayor es la baja de público que nos visita diariamente debido al temor de ser víctimas de la delincuencia, agresiones, robos, riñas, etc. lo que ha generado una caída en las ventas de los locales formalmente establecidos, que sumado a la presencia del comercio ilícito en la calles y veredas (toldos azules y otros) que por lo demás son competencia desleal para los formales, se traduce en un desincentivo para realizar sus actividades, al punto que algunos cerraron sus negocios y otros ya han emigrado, como el caso de los comerciantes de origen chino. En resumen, este flagelo está destruyendo al barrio y eso es lo que nos motiva a unirnos. Vamos a transformarlo con la ayuda de nuestros socios e inversionistas, que querrán ser parte de esta nueva forma de hacer ciudad, mediante el proyecto de Plan Maestro Urbanístico del Barrio Meiggs.

SICPA

Felipe Wilenmann
Regional Managing Director
LATAM de SICPA

¿Cómo nace SICPA?

SICPA nace en Suiza en 1927, en las orillas del lago Lemán, originalmente orientada a productos químicos para la agricultura que derivaron finalmente en la elaboración de tinta. Durante la Segunda Guerra Mundial se crearon tintas de seguridad para la producción de billetes de banco y confección de documentos de valor. Así fue creciendo poco a poco hasta que en los años 80 ayudamos a la confección del dólar americano y hoy en día, participamos en la fabricación de casi todos los billetes del mundo.

A partir del año 2000 la empresa decide que el futuro requiere un componente digital y comienza a trabajar en el nicho de la trazabilidad fiscal para productos con impuestos específicos tales como cigarrillos, alcoholes cervezas y otros. Además, trabajamos en soluciones para garantizar la identidad, tales como: cédulas de identidad, pasaportes, placas patentes y ayudamos a algunas empresas en la protección de sus marcas cuando tienen productos sensibles que suelen ser falsificados.

Hoy tenemos presencia en los 5 continentes con proyectos en más de 90 países en el mundo y alrededor de 3.000 colaboradores directos.

¿Cuáles son los principales pilares del trabajo de la empresa?

Por la historia comentada anteriormente, SICPA trabaja mayoritariamente con gobiernos que requieren de alta tecnología y seguridad tanto en su política monetaria como en la fiscal. Sin embargo, estos mismos principios se pueden aplicar en otras áreas: trazabilidad segura, códigos únicos, software dedicado y seguro, procesos eficientes y, más que nada, como dice nuestro lema: avalar que toda la cadena cuente con un sistema robusto que garantice la confianza.

¿Cuáles son los principales desafíos o problemáticas que debe enfrentar?

El desafío más importante es consolidar una "economía de la confianza" en Chile y en todos los países donde SICPA tiene presencia, con herramientas públicas y privadas para la protección de la autoridad, las empresas y las personas.

Para ello es fundamental que las entidades responsables garanticen el que la ciudadanía pueda contar con productos lícitos, a través de sistemas que aporten seguridad sobre la autenticidad de la mercadería y pro-

porcionen información relevante a los consumidores.

Y como empresa, al igual que otros asociados de la CNC, nos preocupa principalmente el talento, cómo atraerlos, formarlos y retenerlos. En Chile nos preocupa y ocupa velar por la seguridad integral de nuestros colaboradores.

¿Por qué consideraron importante pertenecer a la CNC?

Un espacio como la Cámara Nacional de Comercio nos permite conectarnos con actores de diversas industrias, en las que juntos podemos transformar las amenazas en oportunidades. Posibilitar la confianza y trabajo colaborativo en un círculo como éste es parte de nuestro compromiso como buen ciudadano corporativo.

¿De qué manera el comercio ilegal y la falsificación de productos les está afectando?

Anualmente, 700 mil personas mueren a causa del uso de productos farmacéuticos falsificados. Se estima que cada año se gastan 1,8 trillones de dólares en productos falsificados. Las pérdidas fiscales anuales por el comercio ilícito son aproximadamente de 40 mil millones de dólares en el mundo. Los gobiernos pierden más de 10 mil millones de dólares cada año debido al fraude de combustible.

Para abordar estos desafíos, SICPA desarrolla constantemente soluciones provechosas que pueden personalizarse totalmente para satisfacer las necesidades específicas de cada empresa.

Queremos sinceramente que estos flagelos se reduzcan considerablemente y para eso creemos que debemos mejorar la protección de nuestros productos y nuestros procesos. Necesitamos transformarnos en empresas partícipes de la economía de la confianza.

Presidente de EFA y director de la CNC, Ricardo Schliebener:

“Como gremios, debemos trabajar para robustecer el gobierno corporativo interno y el de la industria a la que representamos”

• Asimismo destaca la importancia del gobierno corporativo en todas las áreas económicas indicando que es un tema crucial en las industrias, no solo en el sector financiero, indicando que “todas las empresas deben conocer sus procesos internos, identificar riesgos y mantener una estructura interna adecuada”. El ejecutivo hace un llamado a que todas las empresas, independientemente de su tamaño y rubro, adopten y mejoren sus prácticas de gobierno corporativo como un aspecto crítico para su éxito.

Un fuerte llamado a que todas las áreas económicas del país tengan como foco implementar y mejorar los gobiernos corporativos hizo el presidente de EFA Empresas de Servicios Financieros A.G., Ricardo Schliebener. El también director de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC) comentó que “el cumplimiento normativo es más profundo que el sistema financiero y alcanza a todas las actividades económicas del país. El gobierno corporativo hoy es más importante que nunca y nuestro rol como gremios es fortalecerlo en el ámbito interno y trabajar para su robustecimiento en la industria que representamos”.

Durante este año ha habido algunos casos de fallas en gobiernos corporativos en empresas de la industria del factoring, ¿cómo ha estado trabajando EFA en el desarrollo de este tema dentro de las empresas socias y dentro del sistema financiero en general?

Este año ha sido -quizás- el año en que más nos hemos concentrado en el tema de compliance y cuando más hemos tenido que conversar del tema de gobierno corporativo en todos los años que yo recuerdo. Ha sido un tema muy candente, muy sobre la mesa, pues se han juntado muchas cosas para que eso pase: primero, lamentablemente han aparecido casos que nos han obligado a hablar sobre esto, me refiero a los casos Primus y Factop donde la principal falla ha sido en sus gobiernos corporativos más que una ausencia de regulación. Segundo, asumimos el reto gremial de modificar nuestros estatutos como EFA, elevar los estándares de ingreso a la asociación y trabajar en la estructura gremial y sus procesos internos. Y, tercero, se han aprobado leyes -por ejemplo, la que modifica la Ley de Responsabilidad Penal- que exigen nuevas condiciones en términos de gobierno corporativo y en términos de cumplimiento, dándole mayor valor a los modelos de prevención. En este contexto, también está la Ley de Protección de Datos que todavía está en discusión en el Congreso, y la Ley Fintech que incorpora elementos de gobierno corporativo. Es decir, todo el contexto de este año ha llevado a que este sea un tema de gran relevancia.

A nivel de estructura gremial, nuestro trabajo ha estado concentrado en la revisión de la estructura, procesos y estatutos gremiales, de la mano de Javier Velozo, ex Ministro del Tribunal de Libre Competencia y abogado experto en estas materias. De cara a los socios, tenemos una exigente agenda de trabajo de la mano de Vermehren Abogados, expertos en gobiernos corporativos, de tal manera de establecer mínimos comunes entre los asociados. Y, dentro del sistema financiero, el trabajo se ha concentrado en la red de trabajo con otros gremios y con las autoridades ad hoc, tales como la UAF y la CMF.

¿Cuál es el principal riesgo que ven en temas de gobiernos corporativos?

Sin duda es el riesgo reputacional, que arrastra a toda la compañía que falla en su gobierno corporativo, pero también a la industria en la que ella opera, con efectos colaterales bastante dañinos.

Como EFA, apuntamos a que nuestro sello gremial es ser un filtro: es un gremio compuesto por compañías serias, comprometidas con la industria del financiamiento a las pymes, que siguen buenas prácticas empresariales y que cumplen con la normativa vigente. Entendemos que, sobre todo en períodos económicos difíciles, las empresas puedan tener resultados negativos o, incluso, cerrar. Pero eso nada tiene que ver con transgredir las normas y tener un comportamiento delictivo.

¿Cómo velan por el compliance de sus socios?

Están los requisitos de ingreso: el primero, es ser Sujeto Obligado de la Unidad de Análisis Financiero (UAF). Por ejemplo, en la UAF hay poco más de 150 empresas de factoring registradas como Sujetos Obligados y cifras informales indican que habrían más del doble operando en el país. Este es un mínimo que cualquier empresa del rubro debe cumplir. De hecho, hemos declinado socios por no cumplir con este punto. Luego, es tener cierta antigüedad, un determinado capital pagado mínimo, balances auditados por empresas registradas en la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), manuales de compliance y adherir al Código de Ética y manual de Buenas Prácticas Empresariales y Libre Competencia de EFA.

Y esto que es al ingreso, lo ratificamos anualmente con cartas de compromiso y con la participación de todos los socios en las diferentes instancias gremiales que realizamos durante el año en estos temas. Enten-

demos que somos una asociación gremial y no empresas auditoras; tampoco podemos conocer datos desagregados de los socios, por lo tanto, apuntamos a exigir, dentro de nuestras facultades, un estándar un poco más elevado de cara a los actores involucrados, inversionistas y pymes.

El tema de gobiernos corporativos trasciende a diferentes industrias, como director de la CNC en representación de EFA, ¿cómo este tema toca a otras empresas más allá del sistema financiero?

Este es un aspecto que debe ser materia de ocupación de parte de todas las compañías: pequeñas, medianas y grandes: conocer los procesos internos, levantar los puntos de riesgo operacionales y en la toma de decisiones, saber cómo hacer frente a las denuncias, contar con procedimientos, definir una estructura interna con cargos y roles determinados, diseñar un flujo de comunicación interno y externo, y ver cómo mantener todo esto vivo y no sólo en el papel... todo esto compone el gobierno corporativo de las empresas, indistintamente del tamaño que tengan y de la industria en la que operen. Todas las empresas trabajan con personas, por lo que deben anticiparse a los comportamientos irregulares.

La Ley 20.393 promulgada en diciembre 2023 -con el objetivo principal de permitir el ingreso de Chile a la esfera de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), ha tenido más de 10 modificaciones, las que han apuntado a aumentar los delitos base y las penas, pero también han incorporado nuevos sectores: pesca, madera, medio ambiente, receptación, cuello y corbata. Es decir, todo indica que no hay vuelta atrás en esta materia.

El aporte que debemos hacer los gremios en elevar los estándares de las respectivas industrias es enorme. En el caso de la CNC, el Observatorio del Comercio Ilícito es una base muy relevante para las diversas industrias representadas en este gremio, que debería marcar permanentemente nuestras agendas de trabajo gremial.

El llamado es a que, a todo nivel y en todos los sectores productivos del país, se entienda que el gobierno corporativo y el cumplimiento normativo debe ser materia de ocupación de todas las empresas. Es un factor crítico para el éxito de cualquier compañía.

ACHILA proyecta 9,3 millones de pasajeros de vuelos internacionales para el 2023

· Carolina Simonetti, gerenta general de la Asociación Chilena de Líneas Aéreas (Achila) identifica la demora en levantar restricciones de viaje como un factor clave en el ritmo de recuperación. Según Achila, se espera que en 2023 se alcancen 9,3 millones de pasajeros en vuelos internacionales, lo que representa un aumento del 32,5% respecto a 2022 pero aún un 16,3% menos que en 2019. Simonetti señala que la eliminación tardía de barreras sanitarias, como el testeo aleatorio de PCR, desalentó a los turistas, retrasando la recuperación.

La recuperación de la industria aérea chilena ha sido "más lenta" en relación con las expectativas de los distintos actores del sector. Así lo expuso Carolina Simonetti, gerenta general de la Asociación Chilena de Líneas Aéreas (Achila), entidad que reúne a los principales players del mercado, apuntando al retraso en la eliminación total de las restricciones para viajar a Chile como uno de los factores que han enfriado la perspectiva de alcanzar los números prepandemia respecto al flujo internacional en el corto plazo.

Para aterrizar este panorama, Simonetti —que cumplió un año en la gerencia general del gremio en noviembre— lideró un informe para proyectar el desempeño de la industria este año, con base en el rendimiento de la última década en la actividad. De esta manera, la asociación estimó que en 2023 se alcanzaría cerca de 9,3 millones de pasajeros de vuelos internacionales. Si bien esta cifra estaría un 32,5% por sobre el 2022, en comparación con los niveles de 2019 seguiría un 16,3% por debajo, según las proyecciones de Achila.

"Recién en mayo fue eliminado el testeo aleatorio de PCR en el aeropuerto. Pese a que las autoridades señalaban que era menos del 5%, pero la existencia de ese test y la posibilidad para un turista extranjero de ser testeado y ser puesto en cuarentena, eventualmente, era un desincentivo para venir a Chile. Entonces, elimi-

namos todas las barreras (sanitarias) mucho más tarde que otros países, como Colombia. Y eso yo creo que se ha notado en la lentitud en que nos hemos ido recuperando", afirmó.

Bajo este escenario, la representante del gremio —que tiene entre sus socios a JetSmart, Latam, Sky, Air France, Delta, entre otros— indicó que la recuperación en este segmento podría tardar en llegar hasta el cierre del próximo año.

"Todavía existe una brecha respecto al flujo internacional más o menos importante, que no se va a cerrar en 2023. Dado lo lento en que ha ido esto (recuperación), creo que lo más probable es que nos tomemos todo el 2024", dijo. "Si se proyecta una recuperación de un 3% por trimestre, podríamos estar recuperando a fines del próximo año el flujo que se observaba en 2019, no creo que sea antes que eso", sostuvo.

En este contexto, afirmó que también están presionando al mercado las débiles condiciones económicas a nivel mundial, lo que afecta la demanda de viajeros de ocio y de negocios.

"Esto no solo es una pérdida de pasajeros importante, sobre todo cuando uno lo encadena con otras industrias. Por ejemplo, este panorama inquieto muchísimo al turismo, porque los turistas extranjeros son los que dejan más dinero en el país, los que mueven más la aguja en términos de recursos. Entonces, ante esta falta de turistas extranjeros, no es solamente un tema para las líneas aéreas, sino que es un tema para la actividad económica para el país", agregó.

Por otra parte, Achila también proyectó las cifras en relación con el origen/destino de los pasajeros en vuelos internacionales.

El informe señaló que América Latina y el Caribe es la principal zona de origen/destino de los pasajeros que llegan/salen de Chile, representando el 75%. Para 2023 prevén alcanzar 6,9 millones de viajeros. Le siguen Estados Unidos y Canadá (11,7%) y poco más de un millón de turistas, y más atrás figura Europa (9,3%), con 867 mil turistas para este año.

Simonetti aseguró que las noticias en el mercado doméstico son más alentadoras, dado que se superarán los registros previos a la pandemia. Señalaron que entre 2012 y 2019 la demanda de pasajeros en vuelos nacionales aumentó un 79,8%, alcanzando más de 14 millones de pasajeros anuales.

Radiografía Digital Personas Mayores 2023:

4 de cada 10 personas mayores declara temer a la inteligencia artificial

• Estudio elaborado por ClaroVTR y Criteria reveló que las principales razones del miedo de estas personas a la IA es el rápido avance de la tecnología, el reemplazo humano y el posible mal uso. Sin embargo, el 70% de los encuestados utiliza alguna aplicación con este tipo de inteligencia.

• Otros hallazgos reveladores de la relación de este grupo con la tecnología son el aumento de personas mayores víctimas de algún episodio de fraude o estafa digital, respecto del año 2022 y la Pensión Garantizada Universal (PGU) como el beneficio más solicitado por internet.

En el marco del inicio del Mes de las Personas Mayores, el ministro de Transportes y Telecomunicaciones, Juan Carlos Muñoz, el subsecretario de Telecomunicaciones, Claudio Araya, la directora de Senama, Claudia Asmad y el Vicepresidente Legal y Asuntos Corporativos de ClaroVTR, Miguel Oyonarte, dieron a conocer la tercera versión de la Radiografía Digital de Personas Mayores: Senior Tech, desarrollado por ClaroVTR y Criteria.

La encuesta, que fue presentada por Cyntia Soto, gerente de Sostenibilidad de ClaroVTR, se aplicó a 1000 personas entre 60 y 90 años que habitan las principales ciudades de las zonas norte, centro y sur de Chile, de diversos grupos socioeconómicos. Entre los principales resultados destacan los relacionados al acercamiento que tiene

este segmento con el desarrollo acelerado de la Inteligencia Artificial (IA), lo que fue abordado por primera vez en este estudio.

La ejecutiva comentó que el 75% de las personas mayores declara saber qué es la IA y la relaciona en su mayoría con imitación de humanos y automatización. Sin embargo, un 45% declara tener temor a esta tecnología, principalmente por su rápido avance (31%), el reemplazo humano (22%) y el mal uso que se le puede dar (22%).

En cuanto a los usos de las tecnologías con IA, en promedio 7 de cada 10 personas usa alguna aplicación con inteligencia como los asistentes de celulares y o plataformas GPS como Waze (68%). En tanto, un 59% considera que ha perdido la habilidad de recordar cosas sin depender de aparatos tecnológicos.

El ministro de Transportes y Telecomunicaciones, Juan Carlos Muñoz, destacó el estudio como una herramienta de valor para la definición de políticas públicas. “Las personas mayores quieren, pueden y necesitan tener acceso a Internet y a los servicios tecnológicos que se ofrecen, y como sociedad debemos entender la forma de incorporarlas de mejor manera, sobre todo a las mujeres ya que existe un sesgo de género en el acceso a las telecomunicaciones”, indicó la autoridad.

Asimismo, reafirmó el compromiso del Gobierno por impulsar la ley de Internet como Servicio Público, que busca integrar a comunidades marginadas al acceso a este tipo de conexión. En ese sentido, las mujeres, en especial aquellas sobre los 65 años, figuran como una prioridad.

“Esta encuesta corrobora la necesidad de las personas mayores a seguir desarrollándose y desenvolviéndose en la vida una vez que se jubilan y ahí todos los servicios de telecomunicaciones juegan un papel fundamental. Como Estado tenemos el deber de acercar la tecnología a todas las personas, de los distintos rincones del país, y como Gobierno estamos avanzando a paso firme en el cierre de las brechas que aún se mantienen”, afirmó el ministro Muñoz.

En esa línea, Miguel Oyonarte, Vicepresidente Legal y Asuntos Corporativos de ClaroVTR explicó que “en ClaroVTR estamos convencidos que nuestro trabajo va mucho más allá de avanzar en conectar con telecomunicaciones a las personas de un lugar a otro. Sabemos que en las personas mayores ha ido incrementado el uso de la tecnología y la conectividad para sus diversas actividades y por eso este estudio, enfocado en personas mayores, que elaboramos desde el año 2021, es un aporte a promover su correcta inclusión”.

En tanto, la directora de Senama, Claudia Asmad, destacó la relevancia del estudio como diagnóstico del uso de nuevas tecnologías en adultos mayores y afirmó que "el gran desafío que tenemos como sociedad es que las telecomunicaciones lleguen a todos, en especial incluir mucho más al grupo etario que representan las personas mayores".

Beneficios, usos y ciberseguridad

Durante la presentación, Cyntia Soto destacó que uno de los indicadores que aumentó respecto del año pasado es la tasa de victimización digital. Casi 4 de cada 10 adultos mayores (36%) ha sido víctima de algún episodio de fraude o estafa digital, registrándose un aumento de 5 puntos respecto del año 2022.

En ese contexto, el estudio muestra las medidas preventivas que adoptan los chilenos sobre 60 años para protegerse: 73% revisa la URL antes de hacer clic en un sitio, 9 de 10 usan diferentes contraseñas.

En cuanto al consumo de tecnología, el 43% de las personas mayores pasa más de 4 horas diarias conectados a internet, durante los días de semana, lo que muestra nuevamente que viven una parte importante de su tiempo conectados.

Sobre los mayores usos, el 86% de las personas mayores ahora realiza trámites online en vez de presencial gracias a internet. En ese sentido, resulta interesante ver que la Pensión Garantizada Universal (PGU) es el beneficio más solicitado por internet (29%), seguido del IFE (13%). Además, el 66% de los mayores de 60 años agenda consultas médicas en línea y a la mitad de los encuestados les gusta jugar en internet o plataformas digitales, siendo el Solitario el juego favorito.

En tanto, respecto a qué hacen en la red, WhatsApp es por lejos el canal más usado por las personas mayores para comunicarse con el entorno social, el que sube de 25% a 57% respecto a la medición anterior. Pero también destaca el alza en el uso de Instagram y TikTok que aumentan de 7 puntos.

Respecto a los sitios webs más visitados, Chile Atiende (65%), Registro Civil (60%) y el Registro Social de Hogares (48%) son los más visitados por las personas mayores en Chile. Por otro lado, el 86% utiliza apps de bancos.

"El estudio sirve para desmitificar. Muchos tienen un juicio sobre el miedo que supuestamente tienen las personas mayores al usar la tecnología, pero en realidad están cada vez más cerca. Sitios como Chile Atiende y Registro Civil son bastante utilizados por ellos", dijo el subsecretario de telecomunicaciones, Claudio Araya.

Por último, en el ámbito de competencias laborales, el 70% de los mayores de 60 años se siente capacitado para tener un trabajo donde utilice herramientas digitales, incluso al 50% de los encuestados le gustaría participar en un proceso de selección a un cargo postulando por internet.

Los resultados completos del Informe Digitalización Personas Mayores se encuentran disponibles en www.vtr.com/radiografia-digital

Junto a ENGIE, inauguran primera planta industrial de Latinoamérica:

Walmart chile inicia plan para operar el 100% de su red logística con hidrógeno verde

• El innovador proyecto -que consideró una inversión cercana a los USD 15 millones y fue desarrollado en conjunto con ENGIE- se enmarca en el compromiso global que asumió la supermercadista de transformarse en una empresa regenerativa y cero emisiones al año 2040.

• "Walmart ha sido pionero en adoptar la tecnología del hidrógeno y sus celdas de combustible hace más de una década. Hoy, desde Chile, estamos dando un paso más allá, al ser la primera planta de la compañía en el mundo abastecida desde fuentes renovables", aseguró el Presidente y CEO de Walmart Chile, Cristián Barrientos.

Cada vez existe más consenso en que las empresas están llamadas a jugar un papel protagónico para revertir los efectos del cambio climático. Con ese espíritu, Walmart Chile inauguró en su Centro de Distribución de Quilicura la primera planta de hidrógeno verde a nivel industrial de Latinoamérica, proyecto desarrollado junto a ENGIE, empresa generadora de energía.

El proyecto, que consideró una inversión cercana a los USD 15 millones, permitirá -en una primera etapa- reemplazar las baterías de plomo-ácido de 200 grúas horquillas por celdas de energía de hidrógeno, evitando generar 250 toneladas de desechos tóxicos al año.

La inauguración, encabezada por el Presidente y CEO de Walmart Chile, Cristián Barrientos, contó con la participación de la expresidenta Michelle Bachelet; los ministros de Hacienda, Mario Marcel; y Energía,

Diego Pardow; además del Gerente Corporativo de Asuntos Corporativos de ENGIE Chile, Pablo Villarino; y del Presidente y CEO de Walmart Inc., Doug McMillon.

"Somos conscientes de que el futuro de las empresas se debe sustentar en un uso más eficiente de los recursos naturales. Así, el hidrógeno verde, es una gran alternativa para avanzar en la descarbonización de nuestra matriz energética", aseguró el Presidente y CEO de Walmart Chile, Cristián Barrientos.

Según detalló el Ejecutivo, la inauguración de esta planta productora de hidrógeno verde es solo el primer paso dentro del desarrollo que busca lograr la compañía en materia de energías limpias.

"Vemos un tremendo potencial para nuestro negocio. Queremos expandir el uso de esta tecnología al resto de los centros de distribución de la red logística de la compañía a lo largo del país, con el objetivo de operar 100% con hidrógeno verde", explicó el líder de Walmart Chile. "Ya estamos explorando nuevos usos en las áreas de transporte y servicios de emergencia donde ya contamos con pilotos en funcionamiento", agregó.

Cabe destacar que el desarrollo de este proyecto se enmarca en el compromiso que adquirió Walmart a nivel global de convertirse en una empresa regenerativa y cero emisiones al 2040, siendo una de las primeras compañías en adoptar la tecnología innovadora del hidrógeno y sus celdas de combustible.

"Walmart adoptó por primera vez el potencial del combustible de hidrógeno en 2012, con una flota de 50 vehículos y montacargas en los Estados Unidos, los cuales hemos aumentado hasta más de 9.500 montacargas. Ahora, con más de una década de experiencia y progreso, estamos en una buena posición para invertir en el potencial de Chile como productor de energía limpia, incluyendo el hidrógeno verde", señaló Doug McMillon, Presidente y CEO de Walmart Inc.

Pablo Villarino, Gerente Corporativo de Asuntos Corporativos de ENGIE Chile, explicó que: "En nuestra compañía creemos que este es el camino. Por eso, hemos creado equipos dedicados 100% a acelerar proyectos de hidrógeno a gran escala, considerando todos los niveles de su cadena de valor: desde la generación de energía limpia hasta la producción de hidrógeno renovable para usos industriales. Así, el Grupo ENGIE se ha autoimpuesto la meta de tener una capacidad instalada de 4 GW en hidrógeno renovable al 2030 a nivel mundial".

La riqueza energética del país representa una oportunidad única para desarrollar una industria competitiva de hidrógeno verde a partir de electricidad producida con recursos renovables de bajo costo, impulsando una economía sustentable en torno a esta. Así lo reconoce la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde, que se ha planteado entre sus metas al 2030 el posicionar al país como líder exportador global de hidrógeno verde y sus derivados, junto con convertirse en el productor más barato del planeta.

Al respecto, el ministro de Hacienda, Mario Marcel, señaló que "hay pocos países que estén haciendo cosas que puedan mostrar cosas concretas en la materia. Lo que hoy día estamos viendo con la inauguración de esta planta es que Chile tiene la ventaja de poder mostrar avances concretos, avances que podemos ver, que podemos percibir. Para eso, por supuesto, son necesarias políticas públicas que nos ayuden a continuar este camino, el que estemos dando pasos concretos, muestra que respecto del Hidrógeno Verde estamos saliendo de los sueños, las aspiraciones, lo que leíamos en los medios de divulgación científica para empezar a enfrentarnos a la realidad con hechos concretos".

La inauguración de la primera planta de hidrógeno verde de uso industrial se posiciona como un innovador proyecto que permite disminuir la emisión de gases contaminantes y así ser un aporte real en el combate de la crisis climática producida por los gases de efecto invernadero.

Con solo la carga de celdas de sus grúas horquillas, Walmart Chile logrará reducir 1.140 toneladas de CO2 a la atmósfera en un año, equivalente a plantar 2 mil 280 árboles en dicho período.

TELE13 | RADIO 103.3FM

EL PRIMER ANÁLISIS DEL DÍA SOBRE LAS NOTICIAS QUE MARCARÁN LA JORNADA.

CON IVÁN VALENZUELA

MESA CENTRAL

LUNES A VIERNES / 07:00 - 09:30

INFORMACIÓN ESENCIAL

TELE13RADIO.CL

Consíguelo en el App Store

DISPONIBLE EN Google Play

Maximiliano Pino
Director Ejecutivo de la Corporación Chilena para la Digitalización del Efectivo (ChilePay)

Mayores ventas, seguridad y eficiencia: los beneficios para los comercios de adoptar medios de pagos digitales

• El rápido avance de los pagos digitales representa una gran oportunidad para los negocios de todos los tamaños.

Desde hace algún tiempo hemos podido conocer noticias de diferentes fuentes respecto a las preferencias por los medios de pago digitales donde la tarjeta de débito se ha posicionado como la favorita de las familias chilenas. Alguno de los fenómenos que han hecho que los pagos digitales crezcan en el país, son la proliferación de las Fintech, entidades que han sido capaces de atender nuevas demandas por parte de los consumidores en la industria financiera. Esto ha contribuido a que los actores incumbentes en el mercado financiero estén reaccionando con innovaciones, trasformaciones y propuestas que han ido en la dirección de ofrecer nuevas soluciones y mecanismos de pago.

Junto con esto, podemos observar avances en tecnología, tanto en el equipamiento, por ejemplo, en el mundo de los celulares, como también en los servicios como pueden ser las billeteras digitales, tan comunes por estos días.

Por otra parte, hay que precisar que la crisis sanitaria aceleró esta tendencia y pavimentó el camino para el desarrollo y progresiva implementación de nuevos métodos de pago como las billeteras digitales, en un contexto donde era muy importante evitar lo más posible el contacto físico. Por último, ha habido una

apertura al diálogo y acompañamiento de estos fenómenos por parte de la autoridad.

Una muestra de que los pagos digitales mantienen un acelerado crecimiento es que, entre marzo de 2022 y el mismo mes de 2023, acumulan 5.292 millones de operaciones por un monto de US$ 339.275 millones aproximadamente, según reveló el último Informe de Sistemas de Pagos del Banco Central.

De hecho, Chile destaca como uno de los países donde más se usan métodos de pago digitales. En nuestro país un 82% de los pagos presenciales en el retail durante 2022 se realizaron con tarjeta y un 6% con otros medios digitales, versus un 12% que se hizo con dinero en efectivo —de acuerdo a cifras de Payments and Commerce Market Intelligence—, posicionando a Chile como uno de los países que menos usa este método de pago en la región.

Ahora la pregunta es ¿de qué forma se pueden beneficiar los comercios del avance de los medios de pago digitales? El director ejecutivo de la Corporación Chilena para la Digitalización del Efectivo (ChilePay), Maximiliano Pino, destaca que, en primer lugar, los pagos digitales son más seguros.

“Los diferentes medios de pago electrónicos cuentan con diferentes mecánicas para asegurar la confidencialidad y seguridad al momento de pagar, brindando tranquilidad tanto a los comerciantes como a los clientes”, dice.

Entre los mecanismos para asegurar la confidencialidad y seguridad al momento de pagar, Pino resalta la autentificación biométrica, la cual, mediante características físicas inherentes al individuo, como el reconocimiento facial y huellas dactilares, exigen autentificación para efectuar un pago. Por otra parte, manifiesta que hoy es un estándar la tokenización de las transacciones permitiendo con ello asegurar la trazabilidad y la debida protección de los datos.

Pino agrega que también para los negocios más pequeños disminuir el uso del efectivo en sus puntos de venta aumenta la productividad de los comercios, porque ya no tienen que preocuparse de manejar efectivo y pueden enfocarse en la venta entregando una mejor experiencia de compra a sus clientes.

Sumado a esto, el ejecutivo de ChilePay afirma que un comercio que tiene habilitado el pago con medios digitales abre espacio para que aparezcan más alternativas y, por lo tanto, no se pierdan ventas por no contar con el dinero justo. Igualmente, ciertos medios de pago ofrecen alternativas en cuotas, lo que permite al consumidor no restringirse a pagar la compra de una sola vez.

El auge de los medios de pago digitales también viene de la mano del avance del e-commerce que tras la pandemia experimentó un explosivo incremento. Este cambio en el formato de las compras ha significado nuevas posibilidades para los comercios que, gracias a los medios de pago electrónicos, se ha hecho una realidad.

"Los pagos digitales eliminan las fronteras geográficas", señala Pino. “Los dueños de comercios pueden ahora llegar a más compradores sin la necesidad de establecer una presencia física, lo que amplía significativamente su mercado”, agrega.

Por último, otro beneficio importante que entrega la adopción de medios de pago digitales por parte de los negocios es la formalización económica. En ese sentido, Pino señala que los operadores de máquinas de pago electrónico deben reportar diariamente al SII sobre las operaciones registradas.

Pese a las múltiples ventajas, el ejecutivo de ChilePay precisa que todavía es necesario inculcar entre los comercios, especialmente en las pymes, una cultura digital que propicie el uso de los pagos digitales. “Es un desafío conjunto del sector privado y autoridades locales de escuchar y entender las necesidades de las pymes. Además de contribuir con el sector público, desde ChilePay queremos trabajar con emprendedores, pequeñas y medianas empresas —independiente del lugar en que se encuentren— para optimizar sus medios de pago y promover su digitalización”, finaliza Pino.

PUBLIREPORTAJE

Innovación y emprendimiento como ejes movilizadores de la educación técnico profesional

• La Fundación Educacional Comeduc, de la Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Chile (CNC), a través de la Dirección de Educación ha impulsado un renovado modelo educativo, cuyo propósito es mejorar la calidad de todos sus establecimientos. Asimismo, busca contribuir al posicionamiento de la educación técnico profesional.

En ese marco, el sello institucional de Innovación y Emprendimiento se logró posicionar como un importante eje de trabajo, evidenciándose mediante la obtención de dos importantes reconocimientos a nivel nacional: el Premio Líderes Educativos Directivos (LED), otorgado por la Fundación Impulso Docente, Fundación Mustakis y El Mercurio, a la directora del Liceo Comercial Vate Vicente Huidobro, Carmen Gloria Silva, en la categoría de Innovación y Tecnología, y el reconocimiento al mejor Profesor TP de la ONG Canales, obtenido por Rogers Méndez, docente del Instituto Politécnico Bicentenario Juan Terrier Dailly de Curicó.

Para el presidente del Directorio, Rodrigo Cerón, "los premios recibidos por Carmen Gloria y Rogers son un orgullo para nosotros, pues contar con docentes destacados a nivel nacional no solo se trata de un importante logro, sino que evidencia el esfuerzo que a diario realizan los equipos por liderar y facilitar los procesos educativos de nuestros estudiantes. Esa ha sido nuestra meta, generar los espacios y las condiciones para formar jóvenes y la obtención de estos premios viene a coronar este objetivo".

En esa línea, la directora de Educación, Tatiana Arce, manifestó que "estos reconocimientos responden a lo que planteamos en nuestro modelo educativo, definido por cinco sellos que guían y sustentan la mejora continua de la calidad de la educación y el desarrollo integral de todos los estudiantes".

La innovación metodológica, el uso de tecnologías o la resolución de problemas, son parte de los pilares que están vinculados a la estructura de los Liceos Bicentenarios establecidos por el Ministerio de Educación y la materialización de esto se refleja en la obtención de tres nuevos Liceos Bicentenarios de Excelencia para la Fundación.

"El sello Bicentenario es parte de la estrategia de mejora del servicio educativo y del fortalecimiento de la trayectoria de nuestros estudiantes. Para nosotros no es solo un reconocimiento, sino que es un proyecto que establece distintas líneas de acción que fortalece

Carmen Gloria Silva, recibe premio LED

Roger Méndez, recibe premio #ProfeTP

cada uno de los planes educativos y que nos proporciona un foco claro que responde al contexto, con una formación técnico profesional con calidad que nos permite cumplir con nuestra misión que es mejorar las condiciones de vida de nuestros estudiantes a través de la formación humana y técnica de calidad", explicó Arce.

Un cambio de paradigma

Una sola fórmula para mejorar la calidad educativa no existe. Sin embargo, el modelo de la Fundación Educacional Comeduc busca posicionarse como una herramienta flexible para que cada comunidad encuentre sus mecanismos de desarrollo. Esto, a través del fomento del reconocimiento de buenas prácticas y la colaboración activa entre los actores de los liceos.

Por otra parte, existe un compromiso para establecer un nuevo trato basado en la confianza recíproca, dando paso a nuevos espacios de colaboración y participación activa. Lo que apunta a formar a los actores de cada establecimiento como agentes activos en la mejora de las comunidades educativas, es decir, como nodos de desarrollo humano y local.

Cinco pilares y un modelo educativo

1. A través de una cultura de altas expectativa, la Fundación tiene como foco dar paso a un ambiente que valora y nutre el potencial individual de cada estudiante. La creencia en las capacidades de los alumnos, el cultivo de habilidades socioemocionales y el papel de los docentes en comunicar y demostrar estas altas expectativas son esenciales para impulsar el desarrollo académico y personal de la comunidad educativa.

2. Por otra parte, la autonomía y liderazgo escolar son claves para el proceso de mejora continua. Los liceos de la Fundación tienen la libertad de tomar decisiones autónomas de acuerdo con su contexto, necesidades y experiencia. El liderazgo desempeña un papel crucial en la organización escolar, influyendo positivamente en la calidad de la enseñanza y el aprendizaje. Esta autonomía se combina con un papel activo del sostenedor, que facilita condiciones óptimas para el desarrollo institucional y profesional.

3. El foco en la enseñanza y el aprendizaje de los estudiantes reconoce que la sala de clases es el núcleo de la gestión educativa y que los cambios organizativos y curriculares deben respaldar y mejorar las prácticas de enseñanza y aprendizaje. El liderazgo escolar desempeña un papel activo en la promoción de la coherencia de los cambios organizacionales y la mejora de las prácticas en el aula.

4. La convivencia escolar es fundamental para crear un ambiente adecuado y propicio para el desarrollo personal y social de los estudiantes. La calidad del clima escolar influye directamente en el rendimiento académico y en la participación de los estudiantes en el proceso educativo. La gestión de la convivencia se entiende como un proceso formativo que contribuye al desarrollo integral de la comunidad.

5. Los liceos de la Fundación buscan colaboraciones y alianzas que enriquezcan la formación de los estudiantes, incluyendo prácticas profesionales, certificaciones de competencias y oportunidades de educación superior. La formación técnico profesional se ve fortalecida mediante estas conexiones con el entorno laboral y educativo.

Roller Méndez, en el Taller Robótica del Instituto Politecnico Bicentenario JuannTerrier de Curicó

Estudiantes en Innovation Camp de Junior Achievement Chile y HP Chile

Roger Méndez exponiendo junto al Equipo de AgroDetec

Cámara
Nacional
Comercio
Servicios
Turismo