

ENLACES



EN EL MARCO DE LA ASAMBLEA ANUAL DE SOCIOS 2024, LA CNC LANZÓ LA CAMPAÑA "EL CONTRABANDO ES CONTRA TODOS" EN IQUIQUE

CUATRO MUJERES FUERON ELEGIDAS EN LAS PRIMERAS MAYORÍAS COMO CONSEJERAS DE LA CNC EN LA ASAMBLEA ANUAL DE SOCIOS QUE SE REALIZÓ EN IQUIQUE

ENCUESTA DE VICTIMIZACIÓN: DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DEL 2023 LA TASA DE VICTIMIZACIÓN DEL COMERCIO REGISTRÓ UNA NUEVA ALZA ALCANZANDO UN 63,4%



En esta edición

Columnas			
Rafael Montes , presidente de la Cámara de Comercio, Industrias, Servicios y Turismo de Iquique	03	Mujeres del Gremio	43
Mauricio Soria , alcalde de Iquique	04	Katia Trusich , presidenta de la Cámara de Centros Comerciales	
Asamblea Anual de Socios	06	Cecilia Valdés , presidenta Ejecutiva de la Asociación Chilena de Casinos de Juego	
Sociales	10	Nuevos Socios	48
Lanzamiento de la Campaña "El Contrabando es Contra Todos" en Iquique	23	Asociación Gremial de Marcas del Retail	
Sociales	27	Alimentos Polar	
Entrevista a Iván Poduje	31	Socios en Acción	53
Encuesta de Victimización	34	TUCHS	
		Walmart	
		Cencosud	
		Samsung	
		Mercado Libre	
		Publireportajes	67
		Comeduc	
		Achs Seguro Laboral	

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.



Merced 230, Santiago - Chile

223 654 000

www.cnc.cl

comunicaciones@cnc.cl

El Camino Hacia el Futuro: Retos y Esperanzas para Nuestra Ciudad

Nuestra región ha vivido durante mucho tiempo bajo la sombra de una economía puramente extractiva, que conlleva el riesgo de que la producción se termine en algún momento. Sin embargo, veo con claridad que el futuro de Iquique debe estar orientado hacia el turismo. Esta es una ciudad que merece ser cuidada y mejorada, especialmente tras los difíciles tiempos de la pandemia que trajeron consigo un aumento de migrantes ilegales, robos y violencia como nunca antes habíamos experimentado. Esta situación dañó profundamente nuestra comunidad, pero afortunadamente, gracias a la colaboración de nuestras autoridades, hemos logrado revertir gradualmente estos problemas. Ahora, nuestra ciudad es un lugar un poco más tranquilo y la Cámara de Comercio ha estado presente en todo momento para contribuir a abordar estos desafíos.

Hoy, podemos caminar nuevamente por los principales sectores de la ciudad con un sentido renovado de seguridad. Aunque la delincuencia es un problema difícil de erradicar completamente,

hemos avanzado en corregir esta situación. Este es un paso adelante, pero la historia continúa. Siendo una ciudad fronteriza, estamos acostumbrados a recibir a personas de países vecinos, como Perú y Bolivia, que se desplazan hacia el sur para trabajar en la cosecha de frutas y, posteriormente, regresan o se establecen aquí ocupando espacios que no son aprovechados por los ciudadanos chilenos.

Sin embargo, el panorama ha cambiado con la llegada de algunas personas con características delictivas que perturban la convivencia nacional. Es importante señalar esta realidad para abordarla con responsabilidad y encontrar soluciones que respeten tanto los derechos de estas personas como la seguridad de nuestra comunidad.

La droga es otro factor que complica nuestra situación. Se había advertido sobre este fenómeno, pero en Santiago los problemas del norte no se entienden hasta que impactan directamente en la capital. Hoy, la ciudad está lidiando con las consecuencias de este flagelo.

Nuestra ciudad se encuentra en un punto de inflexión. Si bien el camino hacia el futuro es desafiante, también está lleno de oportunidades. La colaboración entre las autoridades, la comunidad y la Cámara de Comercio será esencial para construir un futuro más próspero y seguro, donde el turismo pueda florecer y todos los ciudadanos, sin importar su origen, puedan vivir en paz y prosperar. ↗



Rafael Montes

*Presidente de la Cámara de Comercio,
Industrias, Servicios y Turismo de Iquique*

Soluciones Locales a Problemas Internacionales

Quienes han nacido o han sido adoptados por esta tierra de desierto y mar saben que su historia está marcada por adversidades, inclemencias y el aislamiento del centro del país, donde se toman las decisiones. Tanto es así, que nuestro Himno a Iquique refleja en sus frases iniciales toda la impronta que marca a nuestro territorio y su gente con “si supimos vencer el olvido, soportando un ocaso tenaz”.

En el último tiempo y tras la pandemia, como en otras etapas de nuestra historia, hemos tenido que hacer frente a una serie de situaciones que han afectado nuestra imagen de ciudad activa turística y comercialmente.

Al ingreso de migración irregular por pasos no habilitados en la frontera con Bolivia, se suma una compleja crisis de seguridad que ha derivado en crímenes a los que no estábamos acostumbrados, que si bien no son una constante, acrecientan su impacto por la gran resonancia que han tenido en medios de comunicación nacionales y la inmediatez de su difusión.

Si vemos estos hechos desde lejos, es decir desde Santiago, suelen desenfocarse las soluciones

convirtiéndose, para algunos sectores, en sólo una oportunidad de construir más una acción mediática que estigmatiza y profundiza el aislamiento de nuestros territorios, que históricamente han debido luchar por su supervivencia, más que en una oportunidad de proponer respuestas concretas y factibles.

Desde cerca la situación es distinta, diferenciada y tiene soluciones; las hemos planteado desde hace ya muchas décadas. Iquique es y será una zona transfronteriza, que debe ser estudiada con excepcionalidades.

Durante mucho tiempo advertimos sobre la dinámica delictual, contrabando e ingreso irregular que operaba en la frontera chileno-boliviana. Bastó que el tema llegara a la zona central para que se convirtiera en un problema: nacionalismo metodológico, lo llaman los estudiosos en la materia.

Tuvo que existir un colapso, rebalse y crisis para que las autoridades no sólo pusieran sus ojos, sino que también sus pies en esta tierra, apuntando a soluciones integrales y con una mirada local. Después de mucho, se decide incrementar a 24 horas la

atención del Complejo Fronterizo Integrado Pisiga-Colchane, dotarlo de mejor tecnología que pesquise el comercio ilícito e incrementar la dotación policial con sistemas de inteligencia acordes al siglo XXI.

Sabemos, quienes vivimos y conocemos el desierto, que las murallas y electrificaciones no tienen ninguna aplicación lógica en este extenso altiplano, revistiendo propuestas populistas en tiempos de campaña y con una mirada lejana. Desde cerca sabemos que una óptima coordinación técnica y política con nuestros vecinos, permitirá determinar quién y con qué entra y sale del país por nuestra frontera. ↗

Mauricio Soria
Alcalde de Iquique





**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





Cuatro mujeres fueron elegidas en las primeras mayorías como consejeras de la CNC en la Asamblea Anual de Socios que se realizó en Iquique

- En la instancia, que se llevó a cabo en la Región de Tarapacá, se eligieron 10 Consejeros de Libre Elección, los integrantes del Tribunal Supremo, los de la Comisión Revisora de Cuentas y dos Consejeros de la Zona Norte.
- Además, la Asamblea contó con la participación de la subsecretaria de Turismo, Verónica Pardo y del arquitecto y urbanista, Iván Poduje, quien realizó un análisis de la situación actual del país.

La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) efectuó su Asamblea Anual de Socios 2024 desde la ciudad de Iquique. Durante la instancia, el presidente de la CNC, José Pakomio, realizó un balance de la gestión del gremio el año 2023, señalando que “sabemos que, en este último tiempo, los sectores que representamos han enfren-

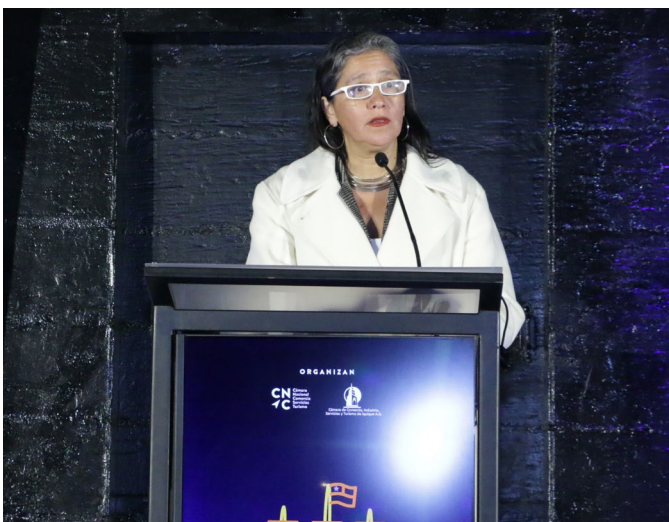
tado una serie de desafíos que tienen el potencial de transformar aspectos relevantes de la vida de las personas: por una parte el tema laboral: cómo y en qué condiciones trabajamos y cómo deben darse esas relaciones laborales, y por otro, los temas de seguridad qué nuevas medidas debemos adoptar para no ser víctimas de la delincuencia y un sinnúmero de reformas y



leyes que han significado que debamos estar disponibles con nuestros aportes para colaborar en su diseño e implementación”.

Pakomio agregó que “con mucho orgullo, he constatado la unión de nuestra Federación Gremial, la que se hace evidente no solo en el ámbito de las políticas públicas y en la defensa de intereses sectoriales, sino que, de manera muy importante también en la acción social, acudiendo de manera eficiente en ayuda de compatriotas afectados por desastres de la naturaleza o a causa de algunos incendios”.

Durante la sesión de directorio realizada en Humberstone, participó la subsecretaria de Turismo, Verónica Pardo, quien relevó la importancia de la colaboración público privada, “vinimos hasta este lugar emblemático en nuestra querida región de Tarapacá y donde me he reunido con el directorio de la CNC para ver cuáles son los desafíos para el turismo a nivel nacional. Uno de los puntos importantes que tratamos fue la presentación del proyecto de ley que nos va a



permitir reactivar el turismo y que estamos comenzando la discusión en el Congreso, frente al cual el gremio nos ha dicho que le interesa mucho generar un apoyo sustantivo para que todo avance”, asegurando que “sin duda, tener conversaciones y gobernanzas público privadas de definiciones es muy relevante”.

Durante la realización de la Asamblea, también fue invitado a exponer el arquitecto y urbanista Iván Poduje, quien realizó un análisis de la situación actual que vive el país, señalando que “Chile está tomado”, debido a que ha vivido tres crisis de magnitud en solo cuatro años: crisis social, pandemia y migratoria, además del ingreso de los carteles extranjeros y grupos como el tren de Aragua. Para Poduje, los chilenos viven con desesperanza, pesimismo y angustia, indicando que “una nueva constitución nunca fue la solución a los problemas”.

En su intervención, Poduje propuso recuperar los territorios perdidos erradicando las tomas, llevando servicios y policías, en definitiva “quitárselos a los grupos que mandan y erradicar la cultura del sicario, rescatar a los niños que desertan del sistema escolar, ir a esos barrios y recuperar esos entornos”. También propuso “realizar más inversiones sociales para que los narcos no sigan contaminando a los entornos e implementar obras grandes. Para ello se debe anular la permisología, junto con recuperar el sentido de la autoridad y devolver la esperanza a la ciudadanía”.





Posteriormente, se efectuaron las elecciones de Consejeros de Libre Elección, de los Consejeros de la Zona Norte, del Tribunal Supremo y de la Comisión Revisora de Cuentas.

Consejeros de Libre Elección

1. **Miriam Olivares Irribarren**, representante de la Cámara Aduanera de Chile
2. **Selma Nunes Alberto**, representante de la Cámara Chileno Brasileña de Comercio
3. **Marcela Varas Cataldo**, de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS)
4. **Pilar Velasco Carvalho**, de la Asociación Empresas de Servicios Financieros (EFA)
5. **Patricio Larrañaga Katalinic**, de la Asociación Nacional de Agentes de Aduanas (ANAGENA)
6. **Manuel Aravena Solís**, de la Cámara Chileno Ecuatoriana de Comercio
7. **Alfred Budschitz**, de la Asociación de Empresas de Recursos Humanos (AGEST)
8. **David Guiloff Lewy**, de la Asociación Gremial para el Desarrollo del Barrio Meiggs
9. **Carlos Silva Alliende**, de la Asociación Chilena de Casinos de Juego (ACCJ)
10. **Germán Andrés Ilabaca Noguera**, de la Cámara Chileno India de Comercio (CAMINDIA)



Consejeros Zona Norte

1. **Jennifer Fernández Quinlan**, de la Cámara Regional del Comercio de Valparaíso A.G.
2. **Pedro Gutiérrez Delgado**, de la Cámara de Comercio de San Antonio

Tribunal Supremo

1. **Héctor Humeres Noguera**
2. **José Luis López Blanco**
3. **Alfredo Ferrante**
4. **Gerardo Ovalle Mahns**
5. **Luis Bustamante Robin**

Comisión Revisora de Cuentas

1. **Tomás Sahli Lecaros**
2. **Gabriela Clivio Stifano**
3. **Felipe Serrano Solar**
4. **Cristián Reitze Campos**
5. **Eliás Casanova Cabrera**

Medallas al mérito gremial

Durante el cóctel de inauguración de la Asamblea, realizado en el Museo Corbeta Esmeralda, el presidente de la CNC, José Pakomio señaló que “esta asamblea tiene para mí un significado muy especial, ya que se trata de la primera que me toca liderar como presidente de la Cámara, por lo tanto, estas últimas semanas he realizado un profundo ejercicio de reflexión, repasando todo lo que nos ha tocado vivir como gremio desde que resulté electo en Chillán el año pasado”.

En la instancia, también se entregaron las medallas al mérito gremial, para distinguir a todos quienes han destacado en su comunidad y en su asociación gremial, con trayectorias y carreras que merecen ser reconocidas. Al respecto, José Pakomio señaló que por medio de este homenaje se manifiesta la admiración por quienes ponen su talento y su tiempo al servicio de otros como ejemplos de generosidad y capacidad de servicio; siendo facilitadores de mejores

condiciones para los emprendedores de los más diversos rubros del comercio, los servicios y el turismo.

Además, se invitó a todos los asistentes a participar de un tour guiado por La Esmeralda, acompañados por distintos monitores que orientaban la visita y contaban la historia de la única nave de guerra construida como tal para la Armada de Chile al comienzo de la Guerra del Pacífico.

Los líderes gremiales galardonados fueron:

José Francisco Montalva: ingeniero comercial de la Universidad de Chile, fue presidente y secretario general de la Cámara Nacional de Servicios Inmobiliarios, dejando una huella indeleble producto de su brillante desempeño y permanente cooperación e interés en el desarrollo del sector.

Sebastián Cabello Cepeda: vicerrector, gerente Zonal y presidente del Directorio en Hub Tarapacá. Profesional con una sólida formación académica y una amplia experiencia en el sector bancario y comercial, cuya trayectoria profesional se ha centrado en promover la innovación, mejorar la eficiencia operativa y fomentar el desarrollo económico en la región de Iquique y más allá. Como director de la Cámara de Comercio de Iquique A.G., ha liderado iniciativas claves que han contribuido al crecimiento sostenible de las empresas. [▶](#)



ASAMBLEA ANUAL DE SOCIOS - SOCIALES



▶ Mark Thiermann, Consejero de Libre Elección por la Cámara de Comercio Chileno Ucraniana; María Ignacia Rodríguez, Secretaria General y José Pakomio, presidente, ambos de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) y Andytza Radovic.



▶ Daissy Mondelo, Directora Zona Sur de la CNC; Kenneth Werner, vicepresidente de la CNC; Marcela Varas, Consejera de Libre Elección por la Cámara de Comercio de Santiago y Alejandro Lama, presidente de la Cámara de Comercio Chillán Nuble.



▶ Margot Heizer, Consejera de Libre Elección por la Cámara de Comercio de Osorno; Kenneth Werner, vicepresidente de la CNC y Miriam Olivares, Consejera de Libre Elección por la Cámara Aduanera.



▶ José Manuel Fernández, Gerente General de la Fundación Nacional del Comercio para la Educación (COMEDUC); Carolina Simonetti, Gerente General de la Asociación Chilena de Líneas Aéreas (ACHILA); Patricio Zulueta, presidente de la Asociación Nacional de Agentes de Aduanas (ANAGENA) y Gustavo Valenzuela, presidente de la Cámara de Comercio de Temuco.



▶ Mauricio Soria, Alcalde de Iquique; Ricardo Mewes, presidente de la Confederación de la Producción y el Comercio (CPC); María Ignacia Rodríguez, Secretaria General y José Pakomio, presidente, ambos de la CNC.



▶ Autoridades presentes en el cóctel de inauguración de la Asamblea Anual de Socios Iquique 2024.



▶ José Pakomio, presidente de la CNC, entrega reconocimiento al presidente de la Cámara de Comercio de Iquique, Rafael Montes.



▶ Rafael Montes, presidente de la Cámara de Comercio de Iquique.



▶ Autoridades presentes en el cóctel de inauguración de la Asamblea Anual de Socios Iquique 2024.



▶ Rafael Montes, presidente de la Cámara de Comercio de Iquique, entrega reconocimiento a José Pakomio, presidente de la CNC.



▶ Mauricio Soria, Alcalde de Iquique, en discurso inaugural del cóctel de Asamblea Anual de Socios Iquique 2024.



▶ Verónica Pardo, Subsecretaria de Turismo, en discurso inaugural del cóctel de Asamblea Anual de Socios Iquique 2024.



▶ José Pakomio, presidente de la CNC; Andyitza Radovic; Ricardo Mewes, presidente de la CPC; Miguel Riquelme, Director del Museo Corbeta Esmeralda y Rafael Montes, presidente de la Cámara de Comercio de Iquique.



▶ José Pakomio, presidente de la CNC, junto a Rafael Montes, presidente de la Cámara de Comercio de Iquique, entregaron las medallas al Mérito Gremial a José Francisco Montalva, dirigente de la Cámara Nacional de Servicios Inmobiliarios (ACOP) - lo recibió en su nombre Gustavo Valenzuela, presidente de la Cámara de Comercio de Temuco - y a Sebastián Cabello, integrante del directorio de la Cámara de Comercio de Iquique.



▶ Mario Cassanello, presidente de la Cámara de Comercio de San Antonio; Héctor Guerra, Director de la CNC; María Ignacia Rodríguez, Secretaria General de la CNC y Kenneth Werner, vicepresidente de la CNC.



▶ Javier Torrejón, presidente de la Cámara Regional de Comercio de Valparaíso; Daissy Mondelo, Directora Zona Sur de la CNC; Rodrigo Canales, presidente de la Cámara de Comercio de Coyhaique y Walter Aránguiz, Director de la CNC.

ASAMBLEA ANUAL DE SOCIOS - SOCIALES



▶ Cecilia Valdés, presidenta de la Asociación Chilena de Casinos de Juego (ACCJ); Jorge Guerrero, presidente de la Cámara Chileno India de Comercio (CAMINDIA) y Verónica Pardo, Subsecretaría de Turismo.



▶ General Juan González, Jefe de la Primera Zona de Carabineros de Tarapacá; Mauricio Soria, Alcalde de Iquique y Felipe Serrano, presidente de la Cámara Aduanera.



▶ Antonio Sánchez, presidente de la Cámara de Comercio de Antofagasta; Claudia Zamora, Teniente Primero de la Armada; Sonja Passmore y Nuncio Belard, ambos directores de la Cámara de Comercio de Iquique.



▶ Jorge Guerrero, presidente de la Cámara Chileno India de Comercio (CAMINDIA); Andrés Cuevas, notario; Contraalmirante Marcelo Zoppi, Comandante en Jefe de la IV Zona Naval de la Armada de Chile y Patricio Larrañaga, Consejero de Libre Elección por la Asociación Nacional de Agentes de Aduanas (ANAGENA).



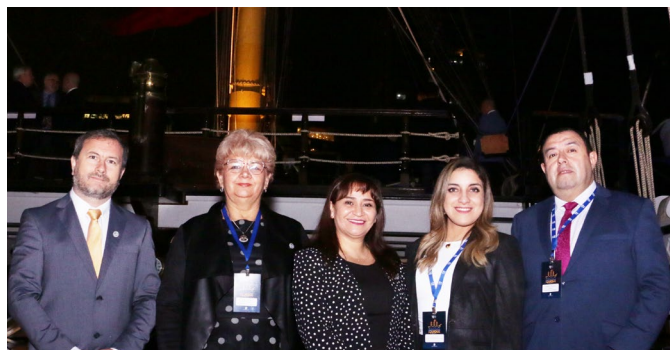
▶ Ricardo Mewes, presidente de la CPC; Lorena Norambuena, Gerente de Comunicaciones de la Caja de Compensación La Araucana; Héctor Guerra, Director de la CNC y Andrej Massouh, Director de la Asociación para el Desarrollo del Barrio Meiggs.



▶ Gonzalo Marín, Gerente General de la Cámara Nacional de Comercio Automotriz (CAVEM); Esteban Geyger, Consejero de Libre Elección por la Cámara Chileno-Húngara de Comercio; María Eugenia Gallegos; Malika Ashok Bharwani y Ashok Gulab Bharwani, empresario de la ZOFRI.



▶ Javier Torrejón, presidente de la Cámara Regional de Comercio de Valparaíso; Gustavo Valenzuela, presidente de la Cámara de Comercio de Temuco; Miriam Olivares, Consejera de Libre Elección por la Cámara Aduanera y Edgardo Toro, presidente de la Cámara Franca.



▶ Mauricio López, Director; Miriam Guíñez, Directora Tesorera; Claudia Illasca, presidenta; Marybel Neira y Alejandro Jorquera, Director, todos de la Cámara de Comercio de Los Angeles.



▶ Eduardo Saba, Director de la Asociación para el Desarrollo del Barrio Meiggs; Jorge Mc Ginty; Sergio Morales, Coordinador de Seguridad y Comercio Ilícito de la CNC; Adolfo Numi, presidente de la Asociación para el Desarrollo del Barrio Meiggs y Héctor Guerra, Director de la CNC.



▶ Rodrigo Figueroa, Coordinador de Logística y Abastecimiento de Alimentos Polar; Fernando González, Director de la Cámara de Comercio Chileno-Húngara y Daniel Neira, Gerente Comercial Chile de Alimentos Polar.



▶ Los asistentes a la inauguración de la Asamblea Anual de Socios a bordo de La Esmeralda.



▶ Margot Heizer, Consejera de Libre Elección por la Cámara de Comercio de Osorno; Sebastián Hurtado, Fiscal de la CNC y Soledad Torres, Directora de la Cámara Venezolana de Comercio (CAVECOM).



▶ La Subsecretaría de Turismo, Verónica Pardo con parte de la Comisión Mujeres CNC.



▶ María Ignacia Rodríguez, Secretaria General de la CNC; Manuel Aravena, Consejero Libre Elección por la Cámara Chileno Ecuatoriana de Comercio; Cecilia Valdés, presidenta de la Asociación Chilena de Casinos de Juego (ACCJ) y Esteban Geyger, Consejero de Libre Elección por la Cámara de Comercio Chileno Húngara.



▶ Julian Florez, Director Ejecutivo de la Cámara Chileno Colombiana de Comercio; Marcela Varas, Consejera de Libre Elección por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y Ricardo Mewes, presidente de la CPC.



▶ Julian Florez, Director Ejecutivo de la Cámara Chileno Colombiana de Comercio; Dominique Germain, Coordinadora Gremial de la Cámara Chileno Brasileña de Comercio; Mark Thiermann, Consejero de Libre Elección por la Cámara de Comercio Chileno Ucraniana; Selma Nunes, Consejera de Libre Elección por la Cámara Chileno Brasileña de Comercio y Verónica Pardo, Subsecretaría de Turismo.



▶ Eduardo Castillo, presidente de la Cámara Chilena del Libro; Carlos Dumay, Director Tesorero de la CNC; Soledad Torres, Directora de la Cámara Venezolana de Comercio (CAVECOM) y Jorge Guerrero, presidente de la Cámara Chileno India de Comercio (CAMINDIA).



▶ Héctor Guerra, Director de la CNC; Nicole Verdugo, presidenta de la Cámara Chileno Ecuatoriana de Comercio; Philip Thierman, presidente de la Cámara de Comercio y Turismo Chileno Ucraniana; Muriel Sciaraffia, Gerente Gremial de la CNC y Mario Cassanello, presidente de la Cámara de Comercio de San Antonio.



▶ Rafael Montes, presidente de la Cámara de Comercio de Iquique; José Pakomio, presidente de la CNC y Miguel Riquelme, Director del Museo Corbeta Esmeralda.



▶ Equipo de la CNC en el Museo Corbeta Esmeralda.



▶ Javier Torrejón, presidente de la Cámara Regional de Comercio de Valparaíso; Cecilia Valdés, presidenta de la Asociación Chilena de Casinos de Juego (ACCJ); Daniel Neira, Gerente Comercial Chile de Alimentos Polar; Soledad Torres, Directora de la Cámara Venezolana de Comercio (CAVECOM) y Rodrigo Figueroa, Coordinador de Logística y Abastecimiento de Alimentos Polar.



▶ Manuel Aravena, Consejero Libre Elección por la Cámara Chileno Ecuatoriana de Comercio; Adolfo Numi, presidente de la Asociación para Desarrollo del Barrio Meiggs; Héctor Guerra, Director de la CNC y Manuel Melero, presidente del Observatorio de Comercio Ilícito y Seguridad (OCIS).



▶ Alejandro Lama, presidente de la Cámara de Comercio de Chillán Ñuble; Patricio Zulueta, presidente de la Asociación Nacional de Agentes de Aduanas (ANAGENA); Antonio Sánchez, presidente de la Cámara de Comercio de Antofagasta y Daissy Mondelo, Directora Zona Sur de la CNC.



▶ Esteban Geyger, Consejero de Libre Elección por la Cámara de Comercio Chileno Húngara; Rafael Montes, presidente de la Cámara de Comercio de Iquique y Sergio Lecannelier, presidente de la Asociación Gremial de Suministradores Técnicos y de Ingeniería para la Minería e Industria (SUTMIN).



▶ Sonja Passmore, Directora de la Cámara de Comercio de Iquique; Fernando González, Director de la Cámara de Comercio Chileno Húngara y Andrej Massouh, Director de la Asociación para el Desarrollo del Barrio Meiggs.



▶ Dominique Germain, Coordinadora Gremial de la Cámara Chileno Brasileña de Comercio y Selma Nunes, Consejera de Libre Elección por la Cámara Chileno Brasileña de Comercio, junto con Margot Heizer, Consejera de Libre Elección por la Cámara de Comercio de Osorno.



▶ Carlos Dumay, Director Tesorero; María Ignacia Rodríguez, Secretaria General; José Pakomio, presidente y Kenneth Werner, vicepresidente, todos de la CNC.



▶ Comisión Calificadora de Elecciones, conformada por Sebastián Hurtado, Fiscal de la CNC; Nicole Verdugo, presidenta de la Cámara Chileno Ecuatoriana de Comercio y presidenta de la Comisión Mujeres CNC; Jorge Guerrero, presidente de la Cámara Chileno India de Comercio (CAMINDIA); Claudia Illesca, presidenta de la Cámara de Comercio de Los Ángeles y Felipe Serrano, presidente de la Cámara Aduanera.



▶ Manuel Melero, presidente del Observatorio de Comercio Ilícito y Seguridad (OCIS); José Pakomio, presidente de la CNC; María Ignacia Rodríguez, Secretaria General de la CNC y Ricardo Mewes, presidente de la CPC.



▶ Asambleístas ejerciendo su derecho a voto.





▶ Rafael Montes, presidente de la Cámara de Comercio de Iquique, pregunta a Iván Poduje sobre el fenómeno de la migración en la Región de Tarapacá.



▶ Kenneth Werner, vicepresidente de la CNC; José Pakomio, presidente de la CNC; Iván Poduje, expositor de la jornada y Carlos Dumay, Director Tesorero de la CNC.



▶ Iván Poduje, expositor de la jornada, junto a integrantes de la Comisión Mujeres CNC.



▶ Fernando González, Director de la Cámara de Comercio Chileno-Húngara; José Pakomio, presidente de la CNC; Sergio Lecannelier, presidente de la Asociación Gremial de Suministradores Técnicos y de Ingeniería para la Minería e Industria (SUTMIN) y Esteban Geyger, Consejero de Libre Elección por la Cámara de Comercio Chileno-Húngara.



▶ María Ignacia Rodríguez, Secretaria General de la CNC, realizando el conteo de votos.



▶ Asambleístas esperando el conteo de votos.



▶ Parte de la Comisión Mujeres CNC, junto a su presidenta, Nicole Verdugo.



▶ José Manuel Fernández, Gerente General de la Fundación Nacional del Comercio para la Educación (COMEDUC).



▶ Julián Florez, Director Ejecutivo de la Cámara Chileno Colombiana de Comercio y José Pakomio, presidente de la CNC.



▶ Consejeros de Libre Elección elegidos en la Asamblea 2024 en representación de sus gremios: Selma Nunes, Cámara Chileno Brasileña de Comercio; Miriam Olivares, Cámara Aduanera; Patricio Larrañaga, Asociación Nacional de Agentes de Aduanas (ANAGENA); Marcela Varas, Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y Manuel Aravena, Cámara Chileno Ecuatoriana de Comercio.



Subsecretaría de Prevención del Delito y Cámara Nacional de Comercio lanzaron campaña “El Contrabando es Contra Todos” para prevenir el alza de este delito en Iquique

- La iniciativa tiene como objetivo concientizar a la ciudadanía para no comprar productos en el comercio informal y alertar sobre los peligros que esto conlleva, ya que en su mayoría son artículos falsificados que provienen del contrabando.

En el marco de la realización de la Asamblea Anual de Socios de la CNC, el subsecretario de Prevención del Delito, Eduardo Vergara, junto al presidente de la Cámara Nacional de Comercio, José Pakomio; el delegado presidencial regional, Daniel Quinteros; el alcalde de Iquique, Mauricio Soria; la directora del Servicio Nacional de Aduanas, Alejandra Arriaza y el presidente del Observatorio del Comercio Ilícito y Seguridad (OCIS), Manuel Melero, lanzaron la campaña “El Contrabando es Contra Todos” con el propósito de crear conciencia en la ciudadanía para que adquiera productos en el comercio establecido, que cumplen con todas las normas legales y sanitarias.

La iniciativa se enmarca en los esfuerzos del sector público y 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, que, asimismo, facilitan la proliferación del comercio ilegal y con ello también de otros delitos en comunas y barrios de todo el país.

La autoridad relevó la importancia de trabajar en estrecha colaboración con la Cámara de Comercio y otros actores del mundo privado. Además, destacó la importancia de presentar esta campaña en la región, ciudad que ha presentado históricamente cifras significativas de contrabando, lo que afecta a la inversión pública necesaria para el desarrollo social del país.



“Cuando trabajamos en conjunto y acortamos brechas podemos dar respuestas más rápidas, porque cada peso que entra a la ilegalidad es un peso que no está disponible para ayudar a la vida de las personas, para la educación, para la salud, ni para las carreteras, ni para mejorar la calidad de vida.

Esta campaña es muy importante, y es muy importante que se lance aquí, donde sabemos que por mucho tiempo se vienen acarreado problemas relacionado con lo ilícito. Cuenten con el Gobierno para seguir trabajado en conjunto” señaló Vergara.

Esta acción es parte además de la fuerza de tarea público-privada para enfrentar el comercio ilegal, liderada por la Subsecretaría de Prevención del Delito y en la que participan diferentes instituciones del Estado y el mundo privado para mejorar las condiciones de seguridad y generar un plan nacional de fiscalización, revisar la normativa en torno al comercio ilegal y desarrollar acciones que sensibilicen a la población sobre los riesgos asociados.

Al respecto, el presidente de la Cámara Nacional de Comercio, José Pakomio, señaló que “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. Creemos firmemente que la generación de alianzas y trabajo colaborativo, tanto entre los mismos agentes del comercio, así como de estos con las autoridades nacionales, regionales y locales, son la mejor herramienta para abrir nuevas oportunidades de encuentro, de trabajo conjunto y de búsqueda de mejores resultados que nos beneficien a todos. Por lo mismo, consideramos clave que las autoridades de la Región de Tarapacá, así como de todas las regiones del país se involucren

en el combate del contrabando y de toda forma de comercio ilegal e informal y nos ayuden a aunar voluntades, en el conocimiento certero de la realidad de sus territorios, para detener este fenómeno y mejorar la calidad de vida de las personas, mediante la recuperación de barrios, la desarticulación del crimen organizado y la generación de condiciones para un comercio justo”.

Agregando que “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, desde nuestros espacios y responsabilidades, a mejorar la realidad del comercio actual, lo que finalmente terminará desembocando en una mejoría en la economía, en la seguridad y en el bienestar de toda nuestra sociedad”.



EL CONTRABANDO ES CONTRA TODOS - IQUIQUE

Por su parte, el delegado presidencial regional, Daniel Quinteros, dijo que “desde la Delegación Presidencial de Tarapacá valoramos enormemente la campaña ‘El contrabando es contra todos’, con la cual se aborda una problemática crucial para la seguridad de nuestra región. Los productos de contrabando no sólo fomentan el comercio clandestino y le quitan recursos al Estado por el no pago de impuestos, sino que muchas veces resultan riesgosos para las personas y generan problemas de seguridad en el entorno. En este sentido, por el bien de Chile y de Tarapacá, el llamado es a preferir siempre el comercio formal”.

Por su parte, el alcalde de Iquique, Mauricio Soria, indicó que “como Municipalidad de Iquique somos parte del esfuerzo de los organismos públicos por lograr tener mayor seguridad en la comuna y aportamos priorizando la inversión de recursos, propios y de terceros, en tecnología y equipamiento que se pone a disposición de los organismos persecutores e investigadores. Hoy, nos sumamos a la campaña “El contrabando es contra todos”, porque creemos en el comercio justo y que aporta al desarrollo de la ciudad”.




El gerente general de la Empresa Portuaria Iquique, Rubén Castro, lugar donde se realizó el lanzamiento, señaló que “nuestro Puerto de Iquique, como punto neurálgico del comercio internacional en la región, reconoce la importancia de un enfoque colaborativo y coordinado para combatir eficazmente el contrabando. En este sentido, mantenemos una estrecha colaboración con diversas entidades, incluyendo autoridades aduaneras, fuerzas policiales y organismos de seguridad, con el objetivo de fortalecer los controles y prevenir el ingreso de mercancías ilegales. Como Puerto de Iquique reafirmamos nuestro compromiso en ser un aliado estratégico en la lucha contra el contrabando, contribuyendo así al desarrollo sostenible y al fortalecimiento del Estado de Derecho en nuestra región y en todo el país”.



Finalmente, la directora del Servicio Nacional de Aduanas, Alejandra Arriaza, señaló que "somos parte de varias instancias de trabajo público privadas, porque sabemos que uniendo todos los esfuerzos y capacidades lograremos enfrentar con mayor eficacia a las mafias que se dedican al contrabando, que hoy también son parte del crimen organizado. Además, quiero destacar la importancia de este lanzamiento en Iquique y la Región de Tarapacá, porque acá se encuentra una de las Aduanas más grandes y estratégicas de Chile, tanto por el control del comercio exterior que realizan como por sus resultados de fiscalización en materia de contrabando de mercancías como de drogas".

Cabe destacar que el contrabando es una actividad que impacta a la sociedad en su conjunto. Ropa, medicamentos, cosméticos, cigarros, libros, alimentos, tecnología, juguetes, productos de limpieza y joyas son sólo parte de los "rubros" que han ido invadiendo al comercio ilegal, lo que a su vez incide en el aumento de la delincuencia, dado que las bandas criminales -que lucran con el contrabando- consiguen recursos frescos para sus actividades ilícitas.

La campaña "El Contrabando es Contra Todos" presenta historias basadas en hechos reales de quienes han sufrido las consecuencias del comercio ilegal y el contrabando. Los testimonios serán exhibidos en redes sociales, el transporte y la vía pública, y quienes quieran conocer más antecedentes podrán visitar el sitio www.contrabandocontratodos.cl 



EL CONTRABANDO ES CONTRA TODOS - SOCIALES



▶ Invitados al lanzamiento de la campaña “El Contrabando es Contra Todos”.



▶ José Pakomio, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), en su discurso en el lanzamiento de la campaña “El Contrabando es Contra Todos”.



▶ Invitados al lanzamiento de la campaña “El Contrabando es Contra Todos”.



▶ Personalidades presentes en el lanzamiento de la campaña “El Contrabando es Contra Todos”.



▶ Eduardo Vergara, Subsecretario de Prevención del Delito, en su discurso en el lanzamiento de la campaña “El Contrabando es Contra Todos”.



▶ Stands de productos falsificados incautados por el Servicio Nacional de Aduanas y Carabineros de Chile.

EL CONTRABANDO ES CONTRA TODOS - SOCIALES



▶ Alejandra Arriaza, Directora del Servicio Nacional de Aduanas, en su discurso en el lanzamiento de la campaña en Iquique.



▶ Rubén Castro, Gerente General de la Empresa Portuaria Iquique, en su discurso en el lanzamiento de la campaña.



▶ Mauricio Soria, Alcalde de Iquique, en sus palabras en el lanzamiento de la campaña contra el contrabando.



▶ José Pakomio, presidente de la CNC, firma el compromiso contra el contrabando en la región.



▶ Presidente de la CNC firmó el compromiso contra el comercio ilícito y el contrabando.



▶ Eduardo Vergara, Subsecretario de Prevención del Delito, firma el compromiso contra el contrabando en la región.

EL CONTRABANDO ES CONTRA TODOS - SOCIALES



▶ Mauricio Soria, Alcalde de Iquique, firma el compromiso contra el contrabando en la región.



▶ Manuel Melero, presidente del Observatorio del Comercio Ilícito y Seguridad (OCIS), firma el compromiso contra el contrabando.



▶ Marcos Gómez, Gerente de la Asociación de Industriales de Iquique; Iván Berríos presidente de la Cámara Chilena de la Construcción de Iquique; Rafael Montes, presidente de la Cámara de Comercio de Iquique y José Pakomio, presidente de la CNC.



▶ Esteban Geyger, Consejero de Libre Elección por la Cámara de Comercio Chileno Húngara; Jorge Mac-Ginty; Daissy Mondelo, Directora Zona Sur de la CNC; Felipe Serrano, presidente de la Cámara Aduanera; Mauricio Soria, Alcalde de Iquique; Marcos Gómez, Gerente de la Asociación de Industriales de Iquique; Ashok Gulab Bharwani, empresario de la Zofri y Miriam Olivares, Consejera de Libre Elección por la Cámara Aduanera.



▶ Daniel Quinteros, Delegado Presidencial Regional de Tarapacá; Mauricio Soria, Alcalde de Iquique; Eduardo Vergara, Subsecretario de Prevención del Delito; Rafael Montes, presidente de la Cámara de Comercio de Iquique; José Pakomio, presidente de la CNC; Alejandra Arriaza, Directora del Servicio Nacional de Aduanas; Ricardo Mewes, presidente de la CPC y Manuel Melero, presidente del OCIS.

EL CONTRABANDO ES CONTRA TODOS - SOCIALES



▶ Sergio Morales, Coordinador del Observatorio del Comercio Ilícito y Seguridad (OCIS); Muriel Sciaraffia, Gerente Gremial de la CNC; Daniel Neira, Gerente Comercial Chile y Rodrigo Figueroa, Coordinador de Logística y Abastecimiento ambos de Alimentos Polar.



▶ Eduardo Saba, Director de la Asociación para Desarrollo del Barrio Meiggs; Miriam Olivares, Consejera de Libre Elección por la Cámara Aduanera y Fernando González, Director de la Cámara de Comercio Chileno-Húngara.



▶ Ricardo Schliebener, Director; Carlos Dumay, Director Tesorero; María Ignacia Rodríguez, Secretaria General, todos de la CNC y Ricardo Mewes, presidente de la CPC.



▶ José Pakomio, presidente de la CNC, en el punto de prensa del lanzamiento de la campaña "El Contrabando es Contra Todos".

Entrevista a
Iván Poduje,
expositor de la ***Asamblea***
Anual de Socios de Iquique

- El arquitecto y urbanista entrega su visión de la situación actual del país y de cómo la migración irregular y las bandas del crimen organizado se han tomado al país.

Nuestra Asamblea Anual se realizó en Iquique y el norte de nuestro país ha estado sufriendo la migración ilegal, la delincuencia y el contrabando, ¿cómo crees que este fenómeno ha afectado a ciudades como esta?

La migración ilegal ha desbordado la ciudad de campamentos. En Alto Hospicio tenemos un retroceso de 20 años en materia de regulación urbana y cobertura sanitaria. Muchas tomas tienen el tamaño de ciudades completas y algunos sectores son controlados por el crimen organizado, lo que ha elevado las tasas de delitos, especialmente los homicidios.



¿Cuáles crees que son los principales desafíos de una ciudad como Iquique, en cuanto al turismo, lucha contra el comercio ilegal, seguridad y delincuencia?

Primero, no podemos pensar Iquique separada de Alto Hospicio, ya que son un solo sistema urbano que requiere de acción coordinada. Segundo, es clave ordenar el crecimiento urbano con un plan regulador que permita consolidar el borde costero como gran frente turístico. El plan regulador actualmente en trámite es un desastre en esa materia. En tercer lugar, se requiere un plan de inversión público-privada. Es posible que el segundo acceso a Iquique sea insuficiente para absorber el crecimiento de Alto Hospicio. Es clave mejorar esta conectividad e invertir para recuperar el borde costero y el entorno de la ZOFRI.

De acuerdo a nuestra encuesta, la ciudad de Iquique tiene más de 60% de victimización y el mismo porcentaje dice que ha aumentado el comercio ilegal, de acuerdo a tu vasta experiencia ¿qué estrategia propondrías para luchar contra el comercio ilegal y los delitos que afectan a nuestro sector?

El comercio ilegal está fuera de control ya que muchos inmigrantes se dedican a esta actividad como oferentes o clientes y Carabineros no tiene ninguna posibilidad de controlarlo, ya que no da abasto. Entonces necesitamos una fuerza de tarea que incluya inspectores municipales bien entrenados, creo que el gobierno regional puede financiar este programa. En el borde costero debe funcionar la Armada, con más personal de la policía marítima, también entrenado para desalojos minimizando heridas. También es clave cortar las líneas de abastecimiento y bodegaje de productos robados, pirateados o contrabandeados. Eso permitirá reducir el volumen de oferentes. En el comercio de subsistencia se requieren planes sociales de reinserción laboral y en el caso de ser migrantes ilegales, debe explorarse su reconducción. No hay más camino.

¿Cuáles debieran ser los pilares de una estrategia de seguridad nacional?

Son cinco a mi juicio. El primero es reforzar nuestro perímetro de ingreso y salida de personas y mercancías, es decir, fronteras y puertos. El segundo pilar son los penales, nuestra amenaza principal hoy es el crimen organizado y este crece y se potencia en las cárceles. Hay que construir al menos cinco para aislar a líderes, proteger a primerizos de reclutamiento y des hacinar penales.

El tercer pilar es contar con un sistema de inteligencia robusto, operativo y con capacidad de juntar la información dispersa y tomar acciones para prevenir y desactivar amenazas. Este sistema debe tener un pilar fuerte en lavado de activos, bien coordinado con la UAF y el SII. Luego, necesitamos un potente plan de prevención e integración social de sectores hoy capturados por bandas o terroristas, incluyendo los barrios comerciales capturados por mafias de informales. El quinto pilar es la modernización de las policías: aumentar su dotación, mejorar su entrenamiento, equipamiento e infraestructura con tecnología de punta coordinada con sistemas de inteligencia nacional. ↗



Conoce nuestras principales soluciones de contabilidad e impuestos

Nuestras soluciones de contabilidad e impuestos brindan respuestas confiables que permiten a contadores, empresas y corporaciones gestionar de forma más ágil el día a día, superar los desafíos actuales y cumplir con los constantes cambios regulatorios.

Hyperrenta

Software para automatizar la Operación Renta y lograr el cumplimiento tributario de forma rápida y certera.

Remuneraciones

Software para Pymes y Contadores que busca simplificar tareas al momento de la liquidación de sueldos.

Checkpoint

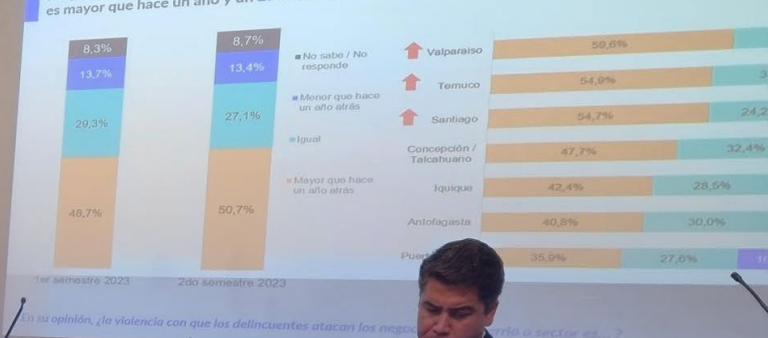
Sistema de información con contenido, herramientas y consultoría para la investigación especializada en temas contables, tributarios, laborales y aduaneros.

Contabilidad

Software con informes y contabilidad en formato IFRS para simplificar un alto volumen de trabajo y aumentar tu capacidad de gestión tributaria con resultados increíbles.

Conoce más





Encuesta de Victimización: Durante el segundo semestre del 2023 la tasa de victimización del comercio registró una nueva alza alcanzando un 63,4%

- Se evidencian alzas significativas en la victimización de las ciudades de Santiago, Antofagasta y Temuco.
- Se mantienen altos niveles de no denuncia (60,1%) y dentro de los que denuncian aumenta significativamente el porcentaje de aquellos que no obtienen los resultados esperados (81,4%).
- Más de seis medidas de seguridad tiene en promedio cada local, donde un 46% de los encuestados las aumentó en el segundo semestre del año pasado y crece el interés por armarse.
- Cerca de la mitad de los encuestados (49,3%) cree que el barrio donde está su negocio es poco o nada seguro, un 50,7% cree que la violencia ha aumentado y uno de cada tres encuestados percibe alta presencia de bandas de crimen organizado afuera de sus negocios.
- 42,3% tiene comercio ambulante ilegal afuera de sus establecimientos y dentro de estos la tasa de victimización alcanza un 74,3%.

- Alta insatisfacción contra los organismos públicos a cargo de lidiar con la delincuencia, exceptuando Carabineros y Seguridad Municipal, además un 59,4% cree que la delincuencia aumentará este semestre y 30,5% no espera mayores cambios.

La encuesta de victimización elaborada por el Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) evidencia que, durante el segundo semestre del 2023, un 63,4% de los locales fueron víctima de algún delito, marcando un alza frente al semestre anterior.

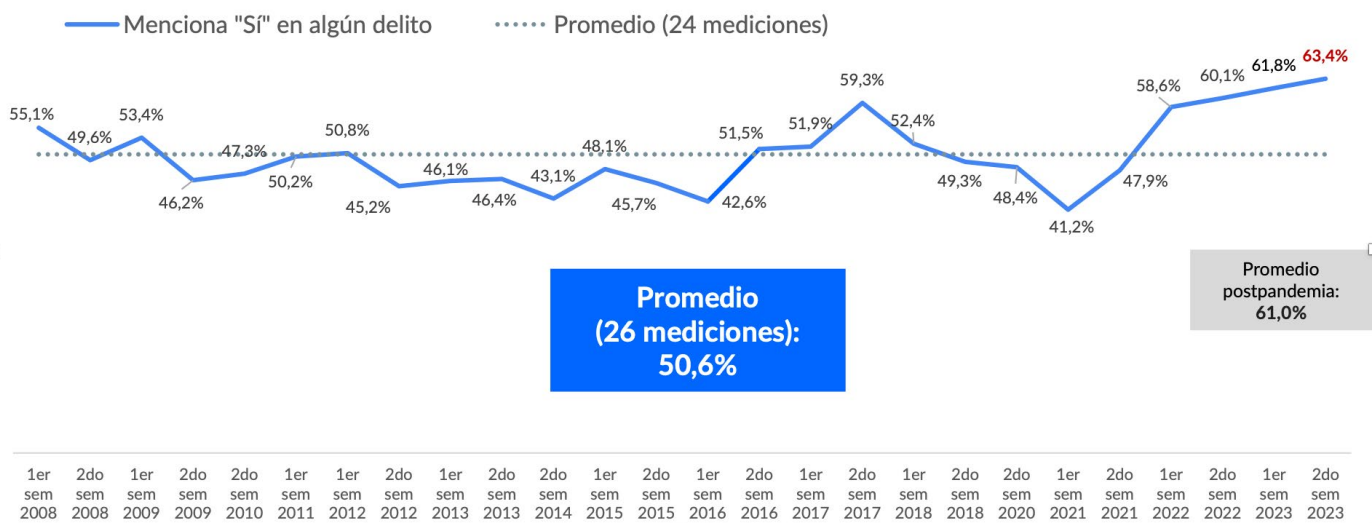
Al respecto, José Pakomio, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), señaló que “esta encuesta arroja que la situación que vivimos en materia de seguridad es extremadamente crítica. Pese a las leyes que en materia de seguridad se han aprobado, al incremento del presupuesto para las policías o al endurecimiento del discurso frente a la criminalidad y el comercio ambulante, las cosas no mejoran e incluso, en muchos casos, empeoran de manera preocupante”. Agregando que “la gestión por parte de los entes públicos en materia de fiscalización y persecución de los delitos no ha logrado recomponer este escenario: esto lo observamos hoy en la percepción de inseguridad, en las altas tasas de victimización y en la presencia cada vez mayor del comercio ambulante en nuestras calles. El comercio está sumido en una desconfianza respecto de autoridades que no son capaces de atender nuestras demandas, de gestionar nuestras denuncias y de

aplicar las penas que en derecho correspondan”.

Pakomio indicó que “en esta encuesta no sólo hay datos respecto de la percepción de inseguridad y de delincuencia, sino datos concretos de victimización efectiva; las personas tienen razones fundadas para sentir miedo. No podemos normalizar vivir con temor. Lo que las personas sienten y opinan es por lo que les ha tocado vivir en su entorno. Por respeto a la ciudadanía le pido a las autoridades asumir que la crisis de seguridad no es una “percepción”, es una “realidad”, de la que debemos hacernos cargo”.

En su análisis, el dirigente gremial agregó que “el combate a la delincuencia requiere no sólo de leyes, sino también de convicción, presencia, coordinación e inteligencia. Sabemos que no sólo enfrentamos delitos comunes, sino que hay un no despreciable porcentaje de la actividad delictiva que está dirigida por el crimen organizado que va acompañado de delitos más complejos y en muchos casos más violentos y que hoy requiere de todos nuestros esfuerzos”.

Tasa Histórica de Victimización



Resultados

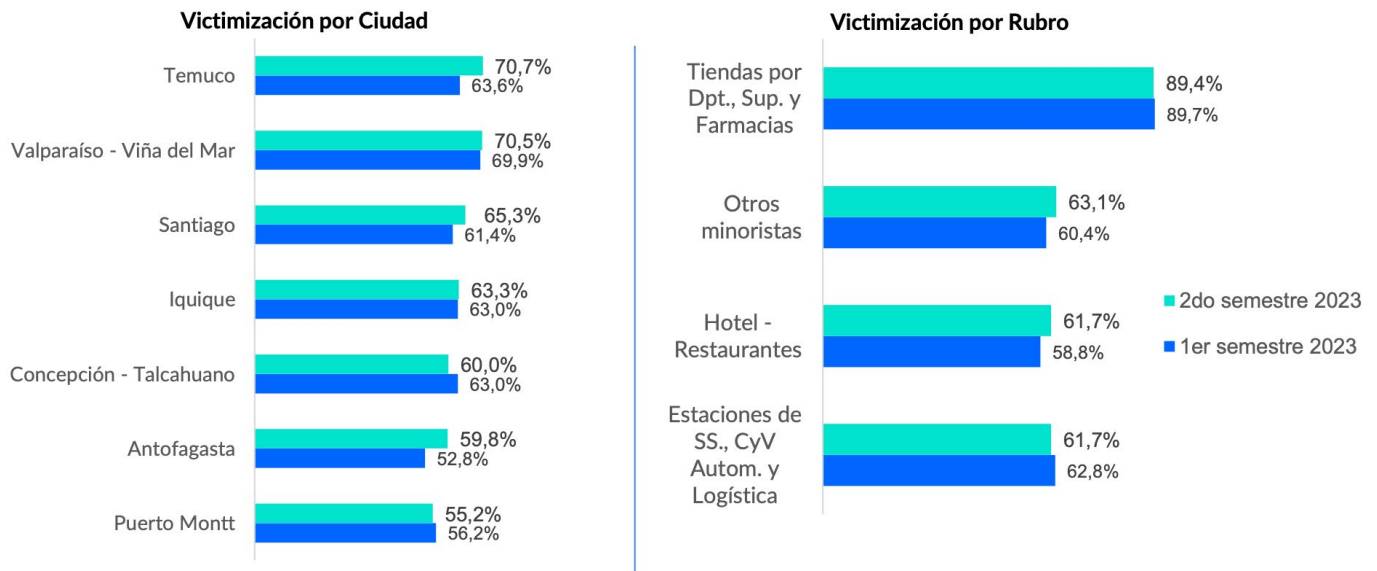
El sondeo que se realizó entre el 17 de enero y el 27 de febrero de 2024 a 1.203 establecimientos de Iquique, Antofagasta, Viña del Mar-Valparaíso, Gran Santiago, Concepción-Talcahuano, Temuco y Puerto Montt, da cuenta de una tasa de victimización de 63,4% resultado que se ubica por encima de la medición anterior (61,8%) y también sobre igual semestre de 2022 (60,1%).

Se evidencia un alza significativa en la tasa de victimización de Temuco (70,7%), Santiago (65,3%) y Antofagasta (59,8%).

Por su parte, Valparaíso-Viña alcanza un nivel de victimización de 70,5%; Iquique 63,3%, Concepción-Talcahuano (60%) y Puerto Montt 55,2%.

Por rubro, el retail (tiendas por departamentos, supermercados y farmacias) es el más victimizado con una tasa de 89,4%. Luego, Otros Minoristas marcaron un incremento significativo alcanzando una tasa de victimización de 63,1%. Por su parte, Compra y Venta de Automóviles, Empresas de Logística y Estaciones de Servicio junto a Hoteles y Restaurantes registraron tasas de victimización de 61,7% cada una.

Victimización por Ciudad y por Rubro

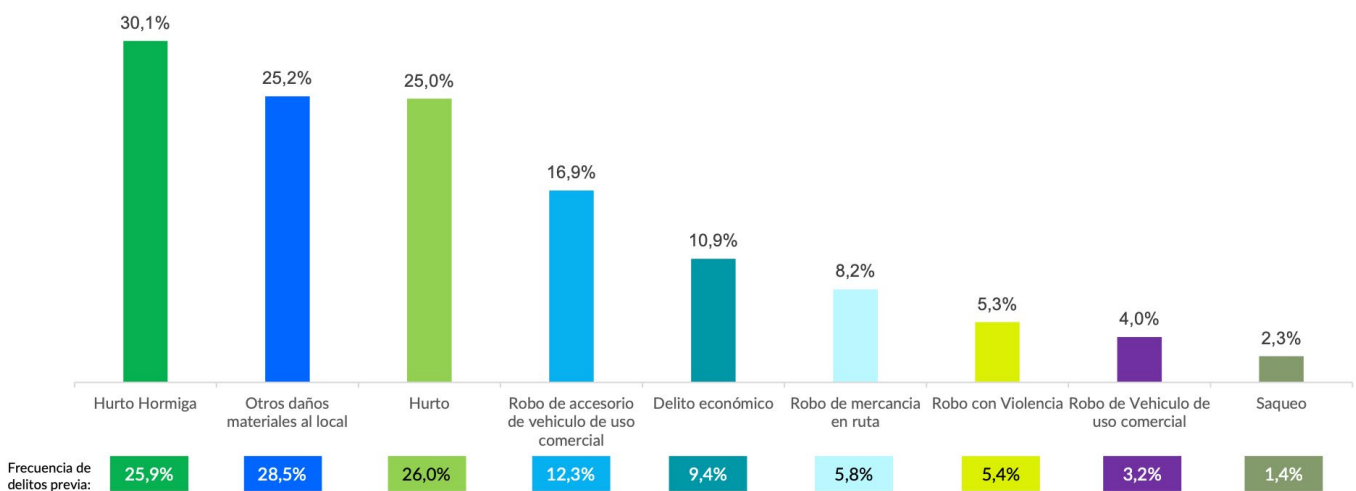


Fuente: Departamento de Estudios CNC

El delito y/o falta con mayor ocurrencia es hurto hormiga (30,1%), seguido por daños materiales al local – que incluye incendios, destrozos y rayados, entre otros - (25,2%) y hurto (25%). Luego viene robo de accesorios de vehículo comercial (16,9%), delito económico (10,9%) y robo de mercancía en ruta donde un 8,2% de los encuestados fue víctima. Por su parte, el robo con violencia afectó a un 5,3% de los encuestados y el robo de vehículos de uso comercial a un 4%.

El gran retail (tiendas por departamento, supermercados y farmacias) es claramente el más victimizado en lo que respecta a hurto hormiga (65,2%) y hurto (60,8%), pero destaca también otros daños materiales al local (53%) y el robo con violencia (9,9%). Robos de mercancía en ruta destacan en el grupo anterior junto con las estaciones de servicio, compraventa de automóviles y logística, donde también destaca el robo de accesorios de vehículo comercial.

Tasa de Victimización por tipo de delito



n= 1.203

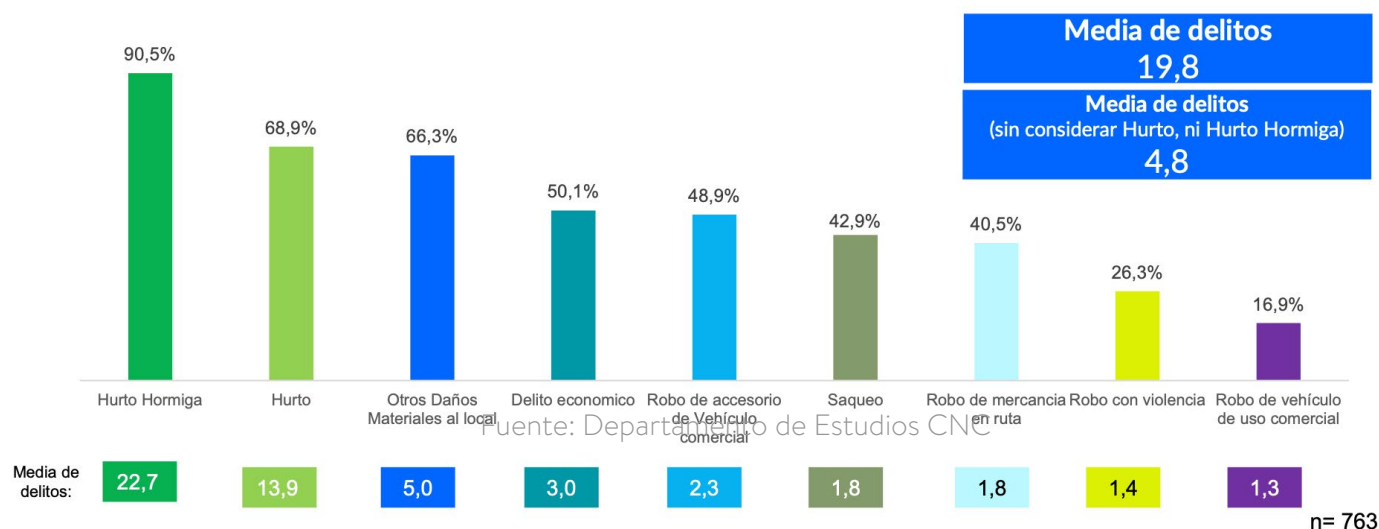
Fuente: Departamento de Estudios CNC

Aquellos que son víctima de delitos lo son en su mayoría más de una vez, con una media de 19,8 veces, en línea con la medición anterior. Sin considerar hurto hormiga, la media de ocurrencia es de 4,8 veces, es decir, durante el semestre los locales fueron 4,8 veces víctima de algún otro delito.

Descartando el hurto hormiga, los delitos que destacan con ocurrencia de más de una vez durante el período fueron hurto, donde un 68,9% de las vícti-

mas lo fue más de una vez, seguido por otros daños materiales al local (66,3%), delito económico (50,1%) y robo de accesorios de vehículo comercial (48,9%). Por su parte, en la categoría saqueo el 42,9% fue víctima de este delito más de una vez y en robo de mercancía en ruta 40,5%. Por último, de aquellos que fueron víctima de robo con violencia un 26,3% lo fue más de una vez.

Revictimización (porcentaje que fue víctima más de una vez según tipo de delito) y media de ocurrencia de los delitos



Denuncias

De aquellos que fueron victimizados un 62,4% no denunció ningún delito, destacando Otros Minoristas y, en cuanto a las ciudades, destacan en la no denuncia Antofagasta, Valparaíso/Viña y Puerto Montt.

De aquellos que denunciaron al menos una vez, frente a la pregunta sobre si obtuvieron o no los resultados que esperaban, un 81,4% aseguró que no, subiendo frente a la medición anterior y solo un 11,8% respondió afirmativamente.

Las principales barreras que frenan las denuncias se relacionan con que no confía en la eficacia de la denuncia (73,1%), por ser un robo de bajo monto (52,9%) y por ser un trámite engorroso (50,2%). Luego le sigue que no denuncian por no tener pruebas (32,2%) y por falta de tiempo (32,5%).

Medidas de seguridad

Cada local tiene en promedio 6 medidas de seguridad implementadas y un 46% de los encuestados aumentó sus medidas de seguridad en el segundo semestre del año pasado.

Cámaras de seguridad, reducción de manejo de efectivo en tienda, rejas exteriores, rediseño del local, coordinación con los vecinos y alarmas son las medidas más utilizadas.

Un 54% de los encuestados tiene gastos fijos mensuales en seguridad. De aquellos que dicen tener gastos mensuales fijos, estos difieren según tamaño de empresa, fluctuando los promedios desde los \$3,2 millones por local en las grandes, \$780 mil en las medianas, \$590 mil en las pequeñas y \$340 mil por local en microempresas.

Comercio ilegal y aumento de la victimización

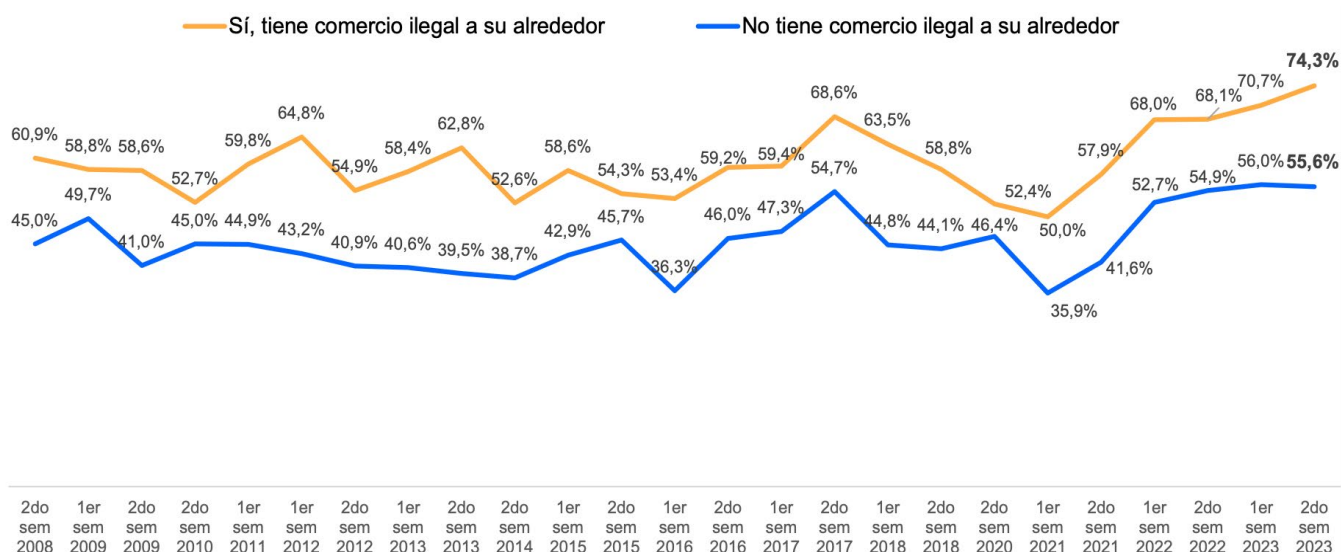
Esta encuesta reveló también que un 42,3% de los establecimientos reporta presencia de comercio ilegal en la cercanía de sus negocios, subiendo frente a la medición anterior. Este factor se acentúa en Valparaíso-Viña del Mar con un 52,4%, Temuco con un 44,3%, Santiago con un 43,4% e Iquique con un 43%.

A su vez, un 57,8% responde que el comercio ambulante ilegal en su barrio ha aumentado y solo un 8% dice que ha disminuido. Destacan Valparaíso-Viña donde un 73,2% menciona que se ha incrementado y Concepción-Talcahuano donde un 74,5% menciona que este fenómeno ha aumentado.

Al igual que en sondeos anteriores, esta condición tendría cierta incidencia en los niveles de victimización, el 74,3% de los negocios que reportan presencia de comercio ilegal en las cercanías fue víctima de algún delito o falta en el segundo semestre de 2023 y en cuanto a los que no tienen comercio ambulante a su alrededor, un 55,6% fueron víctima de algún delito.

De aquellos establecimientos que tienen comercio ambulante ilegal en su barrio, un 71,1% dice que este aumenta la inseguridad del barrio, luego un 65,7% dice que afecta la seguridad de clientes y empleados. Por otro lado, un 43,3% menciona que afecta sus ventas. En cuanto a la fiscalización del comercio ambulante, un 62% dice que no existe control alguno.

Tasa de victimización según presencia de comercio ilegal



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Violencia e inseguridad

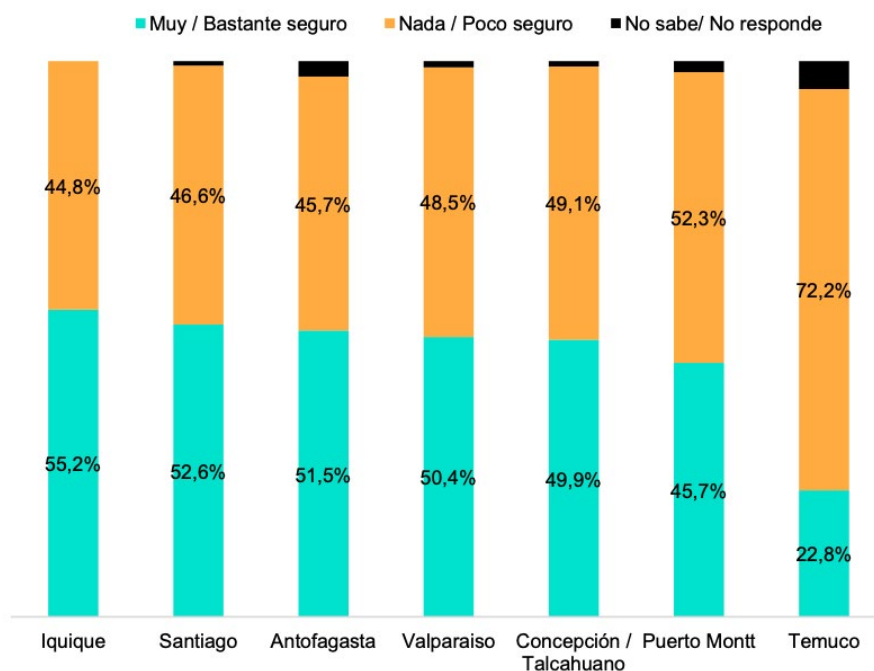
Los barrios donde están emplazados los negocios son poco o nada seguros para el 49,3% de los encuestados.

En términos regionales, todas las ciudades encuestadas evidencian alta percepción de inseguridad en los barrios donde se ubican sus negocios. Las ciudades con mayores niveles de inseguridad son Valparaíso - Viña del Mar donde un 55,2% de los encuestados menciona que el lugar donde se ubica el negocio es poco o nada seguro. Luego, Santiago con un 52,6%, seguido de Concepción-Talcahuano con un 51,5% y Antofagasta con 49,9%.

A nivel nacional, respecto a la violencia con que atacan los delincuentes, un 50,7% cree que es mayor que hace un año y un 27,1% menciona que es igual.

A su vez, un 32,8% de los locatarios observa presencia de crimen organizado en su barrio siempre o con bastante frecuencia, en línea con la medición anterior; donde un 11,2% menciona que siempre, aumentando frente a la medición anterior. Destacan Valparaíso-Viña del Mar y Santiago con un 38,4% y Temuco donde un 30,4% percibe presencia de crimen organizado en su barrio siempre o con bastante frecuencia.

Tasa de victimización según presencia de comercio ilegal



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Satisfacción y expectativas

Según los comerciantes encuestados, las autoridades que presentan mayores niveles de insatisfacción a la hora de enfrentar a la delincuencia son Tribunales de Justicia (87,8%), Gobierno (87,7%), el Ministerio Público (79,8%) y el Congreso (79,3%). Mayores niveles de satisfacción se observan frente a Seguridad Municipal (59,9%), Carabineros (57,4%) y la PDI (37,4%), cayendo este último frente a la medición anterior.

En cuanto a las expectativas para los próximos seis meses, un 59,4% de los encuestados esperan que la delincuencia aumente, mientras que un 30,5% dice que seguirá igual y un 7,3% espera que baje. Destaca en el tiempo que va disminuyendo el porcentaje que espera mejoras hacia adelante dando cuenta de un alto pesimismo del sector en materia de seguridad.

Resultados por ciudad

	Santiago	Iquique	Antofagasta	Valparaíso / Viña del Mar	Concepción / Talcahuano	Temuco	Puerto Montt
Tasa de Victimización	65,3%	63,3%	59,8%	70,5%	60,0%	60,7%	55,2%
Robo de mercancía en ruta	8,6%	9,4%	6,3%	6,5%	6,4%	13,6%	6,7%
Hurto	24,5%	21,0%	22,1%	28,8%	33,2%	22,6%	19,3%
Hurto hormiga	30,9%	33,2%	25,5%	32,0%	33,2%	24,6%	25,3%
Robo con violencia	7,0%	2,2%	2,2%	5,1%	5,3%	4,8%	3,6%
Saqueo	2,0%	1,1%	1,0%	3,2%	3,3%	2,0%	3,7%
Robo de vehículo de uso comercial	5,4%	0,8%	5,3%	2,6%	4,7%	3,9%	0,0%
Robo de accesorio de vehículos de uso comercial	21,1%	23,4%	15,0%	12,2%	11,4%	10,6%	13,0%
Delito económico	13,2%	10,1%	8,7%	8,9%	11,7%	6,8%	8,0%
Otros daños materiales al local	24,4%	12,8%	30,6%	34,5%	20,0%	33,6%	21,5%

Gran Santiago

Un 65,3% de los establecimientos comerciales del Gran Santiago fueron victimizados, marcando nuevamente un alza significativa por sobre la medición anterior (61,4%).

En cuanto a los delitos, un 30,9% fue víctima de hurto hormiga, un 24,5% de hurto y un 24,4% de otros daños materiales al local. Le siguen robo de accesorios de vehículos de uso comercial (21,1%), delito económico (13,2%), robo de mercancía en ruta (8,6%) y robo con violencia (7%).

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 52,6% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro.

Por área geográfica, en las zonas sur oriente y sur poniente un 63% de los comerciantes destaca que su barrio es poco o nada seguro. Luego, en la zona norponiente un 57,8% dice que su barrio es poco o nada seguro y por último en la zona nororiente es donde se perciben mayores niveles de seguridad con un 72% que dice que es muy o bastante seguro.

Por su parte, un 54,7% de los encuestados dice que la violencia con que atacan los delincuentes es mayor que hace un año y un 24,2% menciona que es igual. A esto se suma que un 14,4% dice observar siempre presencia de crimen organizado en su barrio, subiendo frente a la medición anterior (9,3%) y otro 24% dice hacerlo con bastante frecuencia.

Un 43,4% de los encuestados menciona tener comercio ambulante ilegal en las afueras de sus negocios y el 55,7% dice que este ha aumentado en su barrio.

Iquique

La tasa de victimización de la ciudad alcanzó un 63,3% en el segundo semestre de 2023, en línea con el período anterior.

Los delitos con mayor incidencia en la ciudad son hurto hormiga (33,2% de victimizados), robo de accesorios de vehículos de uso comercial (23,4%), hurto (21%), otros daños materiales al local (12,8%), delito económico (10,1%) y robo de mercancía en ruta que afectó a un 9,4% de los encuestados.

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 50,4% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro, cayendo frente a la medición anterior. A su vez, un 42,4% manifestó que la violencia cuando atacan los delincuentes es mayor que hace un año. Respecto a la

presencia de crimen organizado en su barrio un 9,4% dice que lo observa siempre y otro 18,1% dice hacerlo con bastante frecuencia.

En cuanto al comercio ambulante ilegal, un 43% dice tener presencia de este a su alrededor y un 60,4% menciona que este ha aumentado.

Antofagasta

Un 59,8% de los establecimientos de Antofagasta fue victimizado en el segundo semestre de 2023, marcando un alza significativa frente al período anterior (52,8%).

Un 30,6% de los encuestados fue víctima de daños materiales al local, le siguen hurto hormiga con 25,5%, hurto con 22,1%, robo de accesorios de vehículos de uso comercial con 15%, delitos económicos (8,7%) y robo de mercancía en ruta (6,3%).

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 49,9% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro. En cuanto a la violencia cuando atacan los delincuentes, el 40,8% manifestó que es mayor que hace un año y un 30% dice que es igual. Por su parte, un 11% dice observar siempre presencia de crimen organizado en su barrio, doblando lo reportado en la medición anterior y 17,4% dice hacerlo con bastante frecuencia.

Un 35,3% de los consultados en la ciudad destaca que existe presencia de comercio ambulante ilegal en sus barrios y el 38,8% menciona que ha aumentado.

Valparaíso-Viña del Mar

Un 70,5% de los establecimientos comerciales de Valparaíso y Viña del Mar fueron víctima de un delito y/o falta, en línea con la medición anterior, siendo una de las ciudades más victimizadas.

Un 34,5% de los locales encuestados fue víctima de daños materiales al local, seguido por hurto hormiga (32%), hurto (28,8%) y robo de accesorio de vehículo de uso comercial (12,2%). Destaca también robo de mercancía en ruta donde un 6,5% de los encuestados fue víctima y el robo con violencia que afectó a un 5,1%.

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 55,2% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro y en cuanto a la violencia con que atacan los delincuentes, un 59,6% menciona que es mayor que hace un año y un 25,7% dice que es igual.

Por su parte, un 14,7% manifestó que siempre

observa presencia de bandas de crimen organizado en su barrio y un 23,7% dice que se observa con bastante frecuencia, siendo junto a Santiago las ciudades con mayor percepción de presencia de crimen organizado.

Un 52,4% dice tener comercio ambulante ilegal en su barrio y un 73,2% manifiesta que este ha aumentado.

Concepción-Talcahuano

Los establecimientos del comercio, servicios y turismo de Concepción y Talcahuano alcanzaron una tasa de victimización de 60% el segundo semestre de 2023.

Un tercio de los encuestados fue víctima de hurto y también un tercio, de hurto hormiga y por otra parte el 20% fue víctima de otros daños materiales al local, seguido de delito económico y robo de accesorios de vehículos de uso comercial con 11%. Un 6,4% fue víctima de robo de mercancía en ruta y un 5,3% de robo con violencia.

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 51,5% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro. Respecto de la violencia cuando atacan los delincuentes, el 47,7% manifestó que es mayor que hace un año y un 32,4% dice que es igual. Por su parte, un 9,8% dice que observa siempre presencia de crimen organizado en su barrio y otro 19,9% dice hacerlo con bastante frecuencia.

Un 39,8% de los establecimientos menciona que hay comercio ambulante ilegal en su barrio. Por su parte, de aquellos que dicen que sí tienen comercio ambulante a su alrededor, un 74,5% dice que ha aumentado.

Temuco

Un 60,7% de los establecimientos comerciales de Temuco fue víctima de un hecho delictual en el segundo semestre de 2023, marcando un alza significativa frente a la medición anterior (63,6%).

Un 33,6% de los encuestados fue víctima de daños materiales al local, le sigue el hurto hormiga (24,6%), hurto (22,6%), robo de mercancía en ruta (13,6%) y robo de accesorios de vehículo de uso comercial con 10,6%. Por su parte un 4,8% fue víctima de robo con violencia.

Respecto de la percepción de seguridad del barrio donde se ubica su negocio, el 45,7% de los encuestados dijo sentir que es poco o nada seguro.

El 54,9% manifestó que la violencia cuando atacan los delincuentes es mayor que hace un año y un 31,3% dice que es igual. Por su parte, un 3,9% de los establecimientos encuestados manifestó que siempre observa presencia de bandas de crimen organizado en su barrio y un 26,6% dice que se observa con bastante frecuencia.

El 44,3% dice tener presencia de comercio ambulante ilegal a su alrededor y de ellos un 37,7% dice que este ha aumentado.

Puerto Montt

La tasa de victimización de esta ciudad en el segundo semestre del 2023 fue de un 55,2%.

Un cuarto de los encuestados fue víctima de hurto hormiga, seguido de otros daños materiales al local (21,5%), hurto (19,3%), el robo de accesorios de vehículos de uso comercial (13%) y delito económico (8%) y 6,7% fue víctima de robo de mercancía en ruta.

Un 22,8% de los encuestados declara que el barrio donde está ubicado su negocio es poco o nada seguro. Un 35,9% considera que la violencia cuando atacan los delincuentes es mayor que hace un año, mientras que un 27,6% menciona que es igual. Junto con esto, un 1,6% de los encuestados dice observar siempre presencia de bandas de crimen organizado en su barrio y un 11% las observa con bastante frecuencia.

El 29,6% de los locatarios dice que tiene comercio ambulante ilegal a su alrededor. A su vez, un 47,1% de estos menciona que ha aumentado. ↩

Ficha técnica

La encuesta se realizó vía telefónica entre el 17 de enero y el 27 de febrero de 2024 a 1.203 administradores o encargados de establecimientos de Retail, Hoteles y Restaurantes, Otros (compra y venta de Automóviles, estaciones de servicio, empresas de logística) y Minoristas.

El sondeo se realizó en locales de Iquique, Antofagasta, Valparaíso-Viña del Mar, Concepción-Talcahuano, Temuco, Puerto Montt, y Gran Santiago. Tiene un nivel de confianza de 95% y un margen de error de +/-2,8%.



45 AÑOS
DESARROLLANDO CAPITAL
HUMANO
OTIC del Comercio • Servicios • Turismo

45 AÑOS POTENCIANDO EL CAPITAL HUMANO DE LAS EMPRESAS



ADMINISTRACIÓN
BENEFICIO
TRIBUTARIO



GESTIÓN
FRANQUICIA
TRIBUTARIA



DESARROLLAR EL
CAPITAL HUMANO
DE LAS EMPRESAS



ADMINISTRACIÓN
DE PROVEEDORES
DE CAPACITACIÓN



Usa la cámara de tu
smartphone para acceder
a nuestro sitio web

<http://www.oticdelcomercio.cl>

Katia Trusich

Presidenta de la Cámara de Centros Comerciales

Historia gremial:

Mi historia gremial reciente va de la mano de la Cámara de Centros Comerciales, donde llegué en 2017. Antes había estado en diversos cargos, en el mundo privado y en el público. Trabajé en el Ministerio de Economía, como asesora, jefa de gabinete y después, como subsecretaria (durante el segundo gobierno de Michelle Bachelet). También fui subgerente de Innova-Chile de Corfo. En el mundo privado tuve la oportunidad de trabajar en Carey y Cía., ser gerente general de la farmacéutica Genzyme para Chile, Perú y Ecuador y gerente de Asuntos Corporativos de CGE.

Soy abogada, MBA y luego de certificarme como directora de empresas por el Instituto de Directores de Londres, he participado en directorios de varias compañías. Actualmente, integro los directorios de Aguas Andinas, Cementos Biobío, Coopeuch, Reutter y del Consorcio Universitario Hubtec.

También soy consejera de SOFOFA y de la CNC. Todos los cargos que desempeño en los gremios tienen algo que me gusta mucho, que es la posibilidad de unir en una labor colaborativa el sector público y el privado. En Chile necesitamos profesionales que puedan hacer de “puente” para dialogar y acercar posiciones. Soy una convencida que el trabajo público privado es clave para avanzar en la economía, tener mejores políticas públicas y aportar al desarrollo del país desde todo ámbito.



¿Cuáles son los principales desafíos que has enfrentado a cargo de la Cámara de Centros Comerciales?

Desde los centros comerciales tenemos muchos y constantes desafíos, porque somos un sector del comercio muy cercano a las personas. Los más de 300 establecimientos que existen a lo largo del país, reciben más de 750 millones de visitas al año, los centros comerciales son espacios de encuentro en permanente adaptación a las tendencias y preferencias de los consumidores.

Sin duda, el estallido y la pandemia fueron momentos difíciles y desafiantes. Durante la pandemia los centros comerciales permanecieron cerrados más de 40 días, el cierre más prolongado que han tenido desde que existen hace 40 años.

Y actualmente, la seguridad, la sostenibilidad y los temas regulatorios, como el funcionamiento del comercio en los días de elecciones, entre otras temáticas, resultan altamente desafiantes.

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

Como en muchos otros ámbitos, creo que hay mujeres capacitadas y disponibles para participar en los gremios. Lentamente se ha ido avanzando y cambiando el famoso “techo de cristal” en las organizaciones. Pero falta todavía un cambio cultural respecto a la doble jornada: laboral y de cuidados de terceros y especialmente mayor apertura en los tomadores de decisiones respecto a los estereotipos de liderazgo.

En lo concreto siempre se pueden realizar más acciones positivas que favorezcan a las mujeres, como la política de algunos medios de conscientemente darles visibilidad; en materia laboral la flexibilidad horaria; incentivos financieros de apoyo a la crianza, cuotas, CV ciegos, etc. Hay muchas formas de incentivar la participación, pero me parece que, sin duda, tenemos que seguir visibilizando las fortalezas del género en cargos de responsabilidad. El aporte que hacen en este sentido mujeres gremiales como Rosario Navarro en SOFOFA; Susana Jiménez en CPC; Karen Thal en Icare; Maria Teresa Vial en la CCS; Paulina Yazigi en las AFP y Maria Jose Zaldívar en la Asociación de Supermercados, entre muchas otras, demuestra que, además de cumplir un tremendo rol en cada una de sus organizaciones, sus liderazgos le hacen muy bien al país.

Algo que quisieras agregar

Existiendo mayor corresponsabilidad, menores brechas salariales y un sistema de cuidados que permita que las mujeres se inserten más y mejor en el mundo laboral, lograríamos avanzar también en crecimiento. Contando con más mujeres trabajadoras, especialmente de los quintiles más necesitados, se podría crecer 1 punto del PIB por cada millón de mujeres que ingresan a la fuerza laboral.

Por ello es necesario seguir visibilizando el aporte de las mujeres en todos los ámbitos. A veces parece que el tema de género es repetitivo y tiene cansados a muchos, pero no hay que perder de vista que sigue siendo muy importante para el anhelado desarrollo del país y nuestra gente. ➔

Cecilia Valdés

*Presidenta Ejecutiva de la Asociación
Chilena de Casinos de Juego*

Historia gremial:

Inicié mi carrera profesional trabajando en una asociación gremial, en la Asociación Nacional de la Prensa, donde estuve 5 años como jefa de estudios y proyectos. Luego de un paso por el Gobierno, llegué a otra asociación: el Consejo Minero, donde me desempeñé como jefa de Comunicaciones por 5 años. Desde ese cargo regresé al Gobierno, donde estuve en el Ministerio de Minería y luego en Corfo. En 2022 llegué nuevamente a una asociación gremial como presidenta ejecutiva de la Asociación Chilena de Casinos de Juego. Son todas industrias muy diferentes, pero tienen un punto en común: que han estado bien desafiadas en sus respectivos contextos. Aún recuerdo, siendo recién egresada de Periodismo e Historia y con la oferta para ingresar a la ANP, cuestionarme mi decisión por no tener idea lo que significaba una asociación gremial. Hoy casi le debo mi vida laboral a estas organizaciones.

¿Cuáles son los principales desafíos que has enfrentado a cargo de la Asociación?

Sin duda, el primer desafío es haber asumido el cargo de presidenta ejecutiva de un gremio, cuyos socios venían muy golpeados por la pandemia. Al igual que el turismo, los casinos resintieron mucho el cierre de sus instalaciones y eso se ha visto hasta el día de hoy, con una lenta recuperación para llegar a los números prepandemia.

Otro desafío enorme ha sido la irrupción de nuevas tecnologías que a nivel mundial han aparecido en la industria del entretenimiento y la dificultad que hemos tenido en el país para enfrentarlas. Me refiero a las plataformas de apuestas en línea, que, al ser ilegales, se presentan como una competencia desleal frente a los actores que estamos regulados, cumplimos con nuestras obligaciones y pagos. Sin duda, este ha sido uno de los desafíos prioritarios y al que le hemos puesto mayor atención.

Hoy se está discutiendo un proyecto de ley en el Congreso y como gremio hemos estado muy activos porque se están definiendo las reglas del juego para esta industria. Requerimos reglas más modernas, acorde a los tiempos, con real capacidad de la autoridad para fiscalizar, este ha sido uno de los principales problemas a los que nos hemos visto enfrentados el último tiempo.

Por último y quizá este sea uno de los desafíos que tendremos más a largo plazo, es el de trabajar por la reputación de la industria.




Los casinos de juego tienen varias particularidades, pueden ser fuente de mucha entretención, pero reconocemos que hay externalidades negativas del juego. De eso nos ocupamos a través del trabajo con la Corporación de Juego Responsable. Sabemos que existe mucho desconocimiento de la industria, pero es un sector que genera un gran aporte a las regiones, no sólo por el pago de sus impuestos, sino que también por los empleos que genera, por la inversión en infraestructura turística y por su aporte a las comunidades locales, entre muchas otras. Desde mi llegada, hemos trabajado por generar más información y ser más eficientes y transparentes a la hora de comunicar.

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

Cuando entré a mi primer trabajo en un gremio, en el directorio no había ninguna mujer, pero de a poco se fueron creando comisiones y las mujeres empezaron a aparecer tímidamente. La incorporación de la mujer en espacios de toma de decisión es un desafío tremendo que tiene el país y hay conciencia de eso. Creo que los gremios han ido abriendo terreno, hoy hay varias asociaciones gremiales sectoriales lideradas por mujeres y eso le ha cambiado la cara a la labor gremial, que por siglos fue espacio para hombres. Hay pequeñas acciones que nos están ayudando a acelerar el cambio, por ejemplo, en la CNC tenemos una Comisión Mujeres que busca empujar estos temas, y lo relevante es que es una comisión impulsada por el propio presidente José Pakomio, por lo que sus acciones tienen eco en la Cámara.

Qué significa para ti liderar un gremio como el de casinos

Para mí ha sido todo un desafío personal, de partida, era una industria de la cual yo no estaba muy familiarizada, por lo que tuve que aprender rápido del negocio. Sí tenía experiencia en el mundo gremial y había trabajado en temas de reputación corporativa, por lo que con ello me fui posicionando en el cargo. Ser líder de un gremio implica una gran responsabilidad y hay que saber enfrentarla con valentía. Me ha tocado sacar la voz frente a competidores ilegales y plantear firmemente las posturas de la industria frente a la autoridad, pero también he recibido cuestionamientos de distintos actores. 



En tus manos está
**MEJORAR LA
CALIDAD DE VIDA**
DE TUS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS



más cerca

Conoce La Araucana y sabrás por qué
estamos más cerca del bienestar de Chile



La Araucana
más cerca

CONOCE MÁS AQUÍ



WWW.LAARAUCANA.CL



CAJALAARAUCANA



Esteban Halcartegaray

Presidente de la Asociación Gremial de Marcas del Retail

Historia de su gremio

Desde octubre de 2019 somos una asociación gremial que representa a empresas de diferentes tamaños que desarrollan comercio minorista, con una fuerte presencia en centros comerciales a lo largo de todo Chile. La AG nació en noviembre de 2019 en un contexto muy complejo para el país, a propósito del estallido social del 18 de octubre de ese mismo año, donde el comercio se vio fuertemente afectado por desmanes, saqueos y destrozos. De esa manera, surgió la necesidad de generar una voz coordinada que abogara por el bienestar de las distintas empresas del retail afectadas por este escenario. Actualmente, el gremio representa a más de 190 marcas, 2.500 locales, y 30.000 colaboradores a lo largo de todo el país. Nuestra AG ha ido ampliando sus objetivos en base a las necesidades que han presentado nuestros socios a lo largo de estos años de trabajo.

¿Cuáles son los principales pilares del trabajo del gremio?

Los pilares de trabajo del gremio se basan en representar a los socios en todas las políticas públicas que sean de su interés. De esta manera, hemos participado en la discusión de diversos proyectos de ley y de iniciativas y medidas que adopta la autoridad, con el objetivo de hacer valer la postura del sector en los distintos temas que influyan en su desenvolvimiento. Algunos de los pilares que han sido el eje de la asociación desde su creación, son la consulta no contenciosa presentada por el gremio ante el TDLC por eventuales infracciones a la libre competencia derivadas de imposiciones comerciales y operacionales de los centros comerciales a los retailers, También hemos tenido una activa participación en la Ley de Seguridad Privada, nuevo Sernac, Ley de 40 Horas y medidas que eviten

el aumento del comercio ambulante y la aplicación de feriados irrenunciables por elecciones en días cruciales para el comercio, entre otros.

Además, el trabajo del gremio se centra en trabajar con los distintos stakeholders y los posibles actores que abarcan la industria del retail. Esto implica colaborar estrechamente con organizaciones afines, instituciones gubernamentales, empresas privadas y la comunidad en general, para promover el desarrollo, la regulación y la colaboración en el sector.

¿Cuáles son los principales desafíos o problemáticas a las que se enfrenta?

Los principales desafíos que enfrenta el gremio son lograr un correcto posicionamiento de la asociación en las distintas discusiones en las que consideramos importante participar y dar a conocer nuestra postura. Por otro lado, uno de los principales objetivos del gremio es establecer relaciones con las diferentes organizaciones que forman parte de la industria.

Otro desafío importante que enfrenta nuestra organización es continuar posicionándose como un actor relevante en la industria tanto en los medios de comunicación, como en general, con el objetivo de mantener y mejorar el reconocimiento por parte del sector como un actor importante para el retail. El gremio también toma como desafío enfrentar los problemas referentes a seguridad, mejoras para nuestros colaboradores y terminar con el comercio ilegal vía web y en las calles

Asimismo, uno de los desafíos que ha tenido la asociación desde su creación es lograr un comercio justo que contenga reglas claras para todos sus participantes. Por este motivo trabajamos constantemente con nuestros colaboradores para estar al tanto de las principales novedades y necesidades del sector.

¿Por qué consideran importante pertenecer a la CNC?

Primero quiero destacar que la bienvenida de la CNC a través de sus representantes ha sido espectacular. Nos han hecho sentir que estamos en nuestra casa. Ahora bien, para la Asociación Gremial de Marcas del Retail es importante pertenecer a la CNC porque


nos permite formar parte de la organización más relevante en términos de representación y llegada en el comercio, Estamos seguros que podremos aportar desde nuestro sector con información, herramientas y espacios de conversación que son relevantes para el comercio.

Además, nos da la posibilidad de alinearnos y trabajar de la mano con la Cámara de Comercio en múltiples temas que nos unen y afectan. De esta manera podemos mostrar posturas en conjunto con otros gremios sumamente importantes para el país, lo que en definitiva nos dará más posibilidades de lograr nuestros objetivos. A grandes rasgos, el objetivo es ser un articulador legítimo de redes de trabajo y conversación con los stakeholders, para enfrentar los desafíos del retail y ser un espacio de escucha, participación y aporte de valor relevante para todas las marcas (pequeñas, medianas y grandes).

¿Cuáles son las principales actividades que realizan?

Actualmente, la asociación lleva a cabo múltiples actividades con el objetivo de beneficiar a nuestros socios, informar sobre la situación del sector, generar discusiones sobre temas de interés, posicionar a nuestro gremio y representar y dar voz a las marcas del retail, impulsando ideas y políticas públicas.

Entre estas actividades se incluyen la realización de webinars sobre temas relevantes para el sector, sondeos para conocer la situación de nuestros socios y generar benchmarks útiles, newsletters mensuales con las principales acciones de la AG, contenidos audiovisuales informativos internos, gestiones de prensa en los medios de comunicación del país y participación en las principales discusiones que afectan a nuestra industria.

Además, en el último año hemos generado distintos comités técnicos como el de e-commerce y el de recursos humanos, los cuales se encargan de abordar los desafíos específicos y las oportunidades emergentes en estos campos. 



Alimentos Polar



Daniel Neira

Gerente Comercial Chile de Alimentos Polar

Historia de su gremio

Empresas Polar es una organización industrial venezolana de origen familiar, fundada en 1941, con casi 83 años de historia en el mercado a través de un portafolio diversificado de productos del sector alimentos y bebidas. Tiene más de 28 años operando y comercializando fuera de Venezuela.

Por su parte, Alimentos Polar Chile SpA pertenece al negocio Internacional de Empresas Polar, con su marca P.A.N. como punta de lanza, soporta su operación con una planta de harina de maíz precocida en Facatativá, Colombia, además de una planta de productos refrigerados y congelados en España, a

lo que se suma dos aliados de manufactura de harina de maíz precocida en Italia para atender el mercado en España, Italia y Portugal, el resto de Europa, Asia y Oceanía y una planta que fabrica productos marca P.A.N. en Texas, Estados Unidos, que atiende el mercado de América y el resto del mundo y una planta de cerveza y malta en Auburndale, Florida. Su sede principal está en Venezuela y por supuesto allí también se cuenta con plantas de producción de harina de maíz precocida y del resto del portafolio de marcas de Empresas Polar.

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

En Empresas Polar el sentido de nuestro trabajo es contribuir a la calidad de la vida cotidiana de los ciudadanos y sus familias, por medio de una amplia y

accesible oferta de excelentes marcas de alimentos y bebidas, con la mejor relación precio-valor. Cada uno de nosotros trabaja con pasión aportando al bien de las personas, de las comunidades y del país donde estemos. Nuestro trabajo está al servicio del bien individual y común, en la medida en que cumplimos con los diferentes grupos relacionados y participamos solidariamente con los sectores más vulnerables de la población. En lo que respecta a lo comercial, reforzar nuestro portafolio en base a las oportunidades y a las necesidades del mercado es nuestro foco y hacer llegar a nuestros consumidores productos de calidad a precios asequibles.

El compromiso social y el apoyo al deporte está en nuestro ADN en Empresas Polar, así lo hemos demostrado durante 82 años en Venezuela y lo seguiremos haciendo afuera, por lo que por supuesto que en Alimentos Polar Chile encontraremos la manera más efectiva de continuar con este legado de responsabilidad social.

El compromiso ambiental también es parte de nuestros pilares, buscamos minimizar el impacto ambiental del uso de los empaques en los que ofrecemos nuestros productos, por eso, junto con las comunidades, realizamos una serie de iniciativas en pro de conservar nuestro medio ambiente, educando para generar una conciencia ecológica en beneficio de todos.

¿Cuáles son los principales desafíos o problemáticas a las que se enfrenta?

Conquistar el mercado local con nuestros productos adaptándonos a la gastronomía chilena y erradicar el comercio ilícito con nuestros productos, promoviendo una competencia sana y leal.

¿Por qué consideraron importante pertenecer a la CNC?

Porque es una forma de hacernos parte de Chile, para ayudar y ser parte de la solución. Con nuestra entrada a la CNC esperamos fortalecer nuestra competitividad y crecimiento, tener la oportunidad de acceder a nuevas oportunidades de negocio y poder representar y defender nuestros intereses de manera efectiva siempre cumpliendo con las normas y leyes chilenas.

¿Cuáles son las principales actividades que realizan?

Importación y comercialización de alimentos y estamos comenzando a maquilar productos en empresas nacionales para poder llegar con la misma calidad, pero con precios más asequibles a los consumidores chilenos. [↗](#)



achs

seguro
laboral

**El seguro laboral
para que tu equipo
esté mejor**

Cámbiate hoy [Achs.cl/sumate](https://achs.cl/sumate)

**al cuidado que las y los trabajadores
de Chile necesitan**

Queremos que tu equipo esté:

+ Protegido

Asesoría preventiva experta remota y presencial, las capacitaciones que tus trabajadores necesitan y un modelo de atención siempre disponible en nuestras plataformas.

+ Sano

Red de salud más amplia del país, con +80 centros de salud, el Hospital del Trabajador y 8 clínicas propias.

+ Feliz

Con la mejor experiencia de servicio.

SOCIOS EN ACCIÓN



Reactivación hotelera en el casco histórico

El estallido social y la pandemia golpearon con fuerza al mercado hotelero en la zona de Plaza Italia. Primero, el sector vivió una dura vandalización y luego una paralización total de sus actividades.

Según un análisis de Colliers hay una paulatina reactivación del mercado hotelero en Plaza Italia, lo que se ha constatado a partir del registro de nuevos movimientos, que apuntarían a un fortalecimiento en el interés de inversionistas por instalarse en el centro de la ciudad. "Percibimos una mayor inversión de hoteleros nacionales apostando por el centro de Santiago. Con todo lo que conllevó el estallido social, las protestas y el aumento de la delincuencia, los precios de este tipo de activos bajaron considerablemente", señala Edgar Flores, consultor del Área de Multifamily y HTL de Colliers.

Estrategia TUCHS

Sobre las estrategias que han implementado la Asociación Gremial de Turismo y Comercio de Santiago (TUCHS), su gerente general, Dafne Ulloa, comentó que han hablado con todas las autoridades posibles y que se está viendo la posibilidad de obtener diversos recursos privados. Ulloa añadió que "efectivamente hay una reactivación de la ocupación, que es constante, pero aún pequeña".



Reapertura Le Meridien

Entre el flujo positivo que destaca el análisis de Colliers, se encuentra la reapertura del Hotel Le Meridien (Ex Hotel Crowne Plaza). El establecimiento cuenta con 11 salones para el Centro de Convenciones que está ubicado en el segundo piso, con casi 15 mil metros cuadrados para eventos de diverso tipo, 291 habitaciones que próximamente serán remodeladas, las que tienen un espacio bastante grande en comparación a la industria hotelera, 180 estacionamientos y un restaurant abierto para todo público.

“Invito a los huéspedes que siguen la marca a conocer nuestro producto local, la ciudad, su patrimonio arquitectónico y cultural, nuestros teatros, nuestra música. Porque eso busca el huésped Le Méridien que viene de afuera”, expresó Roxana Olmedo, gerente del Hotel. ↗





La ventana de negocios que abrió Walmart Chile **684 postulantes, 100 pitches y 54 “pases”** para vender en las góndolas: así se vivió el primer **Growth Summit de Walmart Chile**

- Este viernes fue el lanzamiento de Walmart Chile Growth Summit, iniciativa pionera en el país que busca ser un puente entre la multinacional y los proveedores locales que quieren comercializar sus productos a través de sus diferentes plataformas de venta en Chile y el mundo.

- Postularon más de 680 empresas nacionales de diferentes tamaños y 100 quedaron seleccionadas. Hoy llegaron hasta las oficinas de la firma donde se realizó la última etapa: la presentación de los pitches en que los compradores nacionales e internacionales de la compañía conocieron sus negocios en profundidad.

- 18 fueron invitadas a unirse a la red de proveedores de Walmart Chile y 36 ganaron un “pase” para exportar.

Tras una convocatoria masiva en todo el país, un centenar de pequeñas, medianas y grandes empresas fueron seleccionadas para asistir a Walmart Chile Growth Summit, evento pionero con que la compañía busca potenciar el crecimiento de empresas chilenas de todos los tamaños, creando oportunidades comerciales y de desarrollo a través de sus diferentes plataformas de venta en el país y el mundo.

De las 100 finalistas, 54 obtuvieron un “Golden Ticket”: el pase que les da la posibilidad de ser proveedores de la compañía. Y, en el caso de aquellos que ya lo eran, sumar un mercado adicional.

Con esto, se calcula que los productores, en su conjunto, podrían comercializar unos US\$ 50 millones anuales entre Chile y el extranjero.

El encuentro, que contó con la presencia del ministro de Relaciones Exteriores, Alberto Van Klaveren, el director general de ProChile, Ignacio Fernández y ejecutivos internacionales de la compañía, entregó 54 pases directos a las empresas que cumplen o están cerca de cumplir con los requerimientos de los compradores y consumidores.

18 de ellas podrán vender sus productos a través de sus casi 400 tiendas a lo largo del país y/o en su e-commerce con cobertura de Arica a Puerto Toro, en Cabo de Hornos.

Otras 36 podrán exportar sus productos a las góndolas de los 19 países donde está presente la compañía.

“Celebramos esta asociación virtuosa de Walmart con ProChile, no solo con productos tradicionales sino también de innovación y tecnológicos. Esto materializa la realidad de Chile, como potencia exportadora”, señaló Alberto Van Klaveren, ministro de Relaciones Exteriores.

15 años

Esta es la primera vez que se realiza un Growth Summit de Walmart en Chile, siendo el tercero de sus mercados en incorporarlo. La iniciativa nació en Estados Unidos hace diez años. En 2023 se llevó a cabo en India, país que tuvo segunda edición este verano. México la realizó hace un mes recibiendo, 2.000 postulaciones de las cuales 400 proveedores fueron seleccionados.

En Chile, contó con la visita del vicepresidente senior de Desarrollo de Proveedores de Walmart Sourcing, Jason Fremstad; el vicepresidente senior de Marketplace Internacional, Darren Carithers y representantes del comité ejecutivo de Walmart Chile.

“Queremos ser un puente entre los protagonistas del desarrollo económico del país, empresarios de todos los tamaños y entidades de gobierno. Iniciativas como Growth Summit nos permiten dinamizar la economía y contribuir al desarrollo de Chile para que sigamos creciendo”, señaló Cristián Barrientos, CEO de Walmart Chile, firma que hoy es el tercer empleador del país, con cerca de 40 mil colaboradores.

“Este 2024 estamos de aniversario. Walmart cumple 15 años desde su llegada al país. Y este Growth Summit es una gran manera de celebrarlo”, añadió Barrientos.

US\$ 600 billones: el potencial del mercado

Para llegar al Growth Summit, un equipo de 100 personas realizó un riguroso proceso de selección de las empresas, evaluando su capacidad de ingresar a la red doméstica de Walmart Chile y de exportar sus productos a través de Walmart Inc. con un mercado potencial de más de US\$600 billones y 240 millones de clientes a nivel global.

“Esta iniciativa tiene un significado muy especial porque estamos trabajando fuertemente en incorporar cada vez más pequeñas y medianas empresas al comercio internacional y Growth Summit muestra que esto es posible. En ProChile seguiremos apoyando con toda nuestra capacidad”, aseguró Ignacio Fernández, director general de ProChile.

Los participantes de Growth Summit contaron con treinta minutos para presentar sus negocios frente a los equipos nacionales e internacionales de Walmart. Adicionalmente, asistieron a sesiones de aprendizaje y conexión con diferentes áreas de Walmart Chile, Global Sourcing y Walmart International Marketplace.

Potencia Export: un nuevo programa para pymes

Walmart Chile ha trabajado por años en apoyar a las pymes. El año pasado bautizaron aquella iniciativa con el nombre de Ruta del Emprendimiento, que consta de tres etapas: Espacios Solidarios, Transfórmate y Potencia Pyme.

El CEO de Chile, Cristián Barrientos, dio a conocer el lanzamiento de una cuarta etapa, ahora en conjunto con ProChile. Se trata del programa Potencia Pyme Export, alianza que entregará apoyo a las Pymes en la construcción de capacidades para exportar sus productos, aprovechando las experiencias de ambas instituciones en la materia.

Por el lado de ProChile, los requerimientos normativos y beneficios que aporta la red de acuerdos de libre comercio que tiene el país. Mientras, Walmart Chile aportará, entre otras cosas, el conocimiento de las necesidades de los mercados donde está presente la empresa y una robusta red de emprendedores que se capacitan con ellos. La compañía anunció que planea iniciar una primera convocatoria el último trimestre de este año.

El saludo desde Bentonville

Doug McMillon y Kathryne McLay, CEO de Walmart Inc., y CEO de Walmart Internacional, no quisieron estar ausentes. En un video enviado desde Bentonville se mostraron impresionados por los resultados obtenidos en la convocatoria y señalaron que Chile es un mercado clave en el que ven mucho potencial de crecimiento.

“Estamos aquí para trabajar con ustedes y hacer crecer nuestras empresas juntos. Este es nuestro primer Growth Summit en este país, donde reunimos a pequeñas, medianas y grandes empresas chilenas con nuestros compradores de Walmart para explorar cómo podemos hacer negocios”, señalaron los ejecutivos.

Resaltaron, además, que la empresa tiene relaciones de larga data con proveedores nacionales que demuestran la riqueza de los productos que se pueden hacer en Chile.

“Conozco bien Chile. Trabajé en el proceso de integración con D&S”, señaló el estadounidense, recordando el proceso de compra de la multinacional hace 15 años. [▶](#)

SOCIOS EN ACCIÓN



INACAP y Cencosud firman convenio para que alumnos y colaboradores compartan espacios de trabajo y aprendizaje

- Alumnos de distintas carreras técnicas y profesionales se beneficiarán con este acuerdo colaborativo, el que incluye su participación en espacios e iniciativas de las marcas de Cencosud en Chile como ParisLAB, Rincón Jumbo o Terapia de Hogar de Easy. Cencosud se integra, además, al Consejo Territorial RM Norponiente de INACAP.

Prontamente, los estudiantes de Diseño de Moda de INACAP podrán asesorar a clientes que quieran reparar, actualizar y personalizar sus antiguas prendas de vestir en ParisLAB, reduciendo los desechos textiles y contribuyendo así a una industria más sostenible. Por otro lado, durante este año 250 estudiantes de las carreras de Gastronomía de INACAP podrán hacer una pasantía en el Rincón Jumbo de los supermercados del sector oriente de la Región Metropolitana, Valparaíso y Rancagua, la que se reconocerá como una práctica profesional.

Estas son algunas de las instancias de colaboración que serán posibles mediante el convenio de colaboración firmado por INACAP y Cencosud para

impulsar la empleabilidad de miles de estudiantes y potenciar a Cencosud como marca empleadora. Se trata de un convenio de alcance nacional, que beneficiará a los alumnos de las 30 sedes de INACAP, de Arica a Punta Arenas que cursan carreras en las Áreas de Administración, Gastronomía, Logística, Mantenimiento Industrial y del Diseño.

El Rector de INACAP, Lucas Palacios, destacó el convenio firmado con Cencosud porque permite abrir una nueva puerta de oportunidades para los técnicos que estudian en la Educación Superior. “Que una empresa tan grande como Cencosud se vincule con la educación de los futuros talentos, permite formar a profesionales pertinentes con las necesidades de la

industria, lo que se transforma en un círculo virtuoso donde en su centro están los ejes principales que nos deben mover para hacer de Chile, un mejor país: La movilidad social, la felicidad de las personas, el empleo y la descentralización productiva”.

Por su parte, el Gerente Corporativo de Personas de Cencosud, Luis Bernardo Silva, comentó que “estamos muy contentos de colaborar con una institución tan relevante como INACAP que, al igual que Cencosud, cumple un rol social importantísimo en Chile. Creemos que este convenio nos permitirá vincularnos de mejor manera con las nuevas generaciones, transmitir nuestro sello de calidad y excelencia y, de esta manera, contribuir de una manera tangible con su formación educativa y futura empleabilidad”.

Junto con las instancias mencionadas, se suman otras como charlas magistrales, visitas en terreno y espacios de formación dual para estudiantes de INACAP y de la Educación Media, para que accedan

al conocimiento y al quehacer cotidianos de una empresa líder del retail. Otra involucra a la Fábrica 4.0 y a los estudiantes de la ruta de Diseño Digital de Sede Apoquindo, para que elaboren un catálogo digital de los principales productos que Easy necesita comprar en Chile y el extranjero.

Otras actividades que abarca este convenio consisten en centros de práctica para estudiantes mujeres de Administración y Logística de las Sedes Maipú y Renca; y el voluntariado de docentes y alumnos en Terapia de Hogar de Easy, prestando apoyo en construcción y terminaciones para proyectos de remodelación de hogar.

Finalmente, Cencosud se integró al Consejo Territorial Norponiente de la Región Metropolitana de INACAP para aportar en la formación de los futuros técnicos profesionales que Chile Necesita en pos de más empleabilidad, pertinencia e innovación. 



■ SOCIOS EN ACCIÓN

Juan Enrique Joannon, gerente Legal, Compliance y Asuntos Públicos de Samsung:

“A nivel local la Inteligencia Artificial trae desafíos muy relevantes”

• El ejecutivo de Samsung detalla cómo enfrentan las regulaciones tecnológicas, destacando que la IA en Chile se ha desarrollado con normativas vinculadas a las iniciativas de la Unión Europea, los datos personales y ciberseguridad. Joannon habla de lo que implica trabajar en empresas multinacionales, de los beneficios la multiculturalidad, del valor del área que dirige y de las medidas que Samsung está tomando para acortar la brecha.

Son múltiples los desafíos que actualmente enfrentan las empresas de telecomunicaciones, tecnología e innovación. Este es el caso de Samsung Chile también, que mira con atención los cambios del mercado y las regulaciones, especialmente la que hoy involucra a la Inteligencia Artificial (IA), cuyo proyecto de ley en el país fue presentado por el Gobierno con el objetivo de regular su uso y desarrollo.

Juan Enrique Joannon, Gerente Legal, Compliance y Asuntos Públicos de Samsung Chile, ha visto de cerca estos procesos de cambio y los desafíos que implica. El abogado lo viene haciendo desde 2019, cuando se unió a la compañía con cinco años de experiencia.

“Entré como abogado, para luego ser promovido a subgerente y ahora gerente del área, lo que ha implicado un desarrollo profesional dentro de



la empresa, por lo que he tenido la oportunidad de conocerla en su integridad. Como es una corporación multinacional, te relacionas con personas de distintas culturas y profesiones. Es un espacio muy dinámico y, la verdad, gratificante. Ha sido un proceso muy enriquecedor”, explicó el ejecutivo.

“Hoy en general no es común el hacer carrera dentro de una compañía, pero Samsung te da esas oportunidades”, agregó Joannon.

Con toda esta experiencia, Juan Enrique destaca también que una empresa global como Samsung exige “una visión de negocio que sea flexible y dinámica. Se requiere empatía con las necesidades del negocio, ser

un partner impulsando el negocio”. El rol del abogado ya no es confirmar si una iniciativa de negocio se puede o no realizar, sino que es ver alternativas para materializar esas oportunidades, el foco está en el “cómo lo podemos hacer”.

¿Cuáles son los desafíos que imponen las regulaciones tecnológicas para empresas como Samsung, en especial la Inteligencia Artificial?

A nivel local la Inteligencia Artificial trae desafíos muy relevantes. La normativa en Europa, de alguna forma, ha establecido los principios y ha dado ciertos lineamientos de cómo se debe abordar la Inteligencia Artificial, desde un punto de vista regulatorio. Pero como líder del mercado global y ejemplo de innovación, Samsung va incorporando tecnología de punta en cada uno de sus productos y con la máxima calidad, como por ejemplo el Galaxy S24 o la nueva línea de Televisores IA, que es lo que la gente busca en nosotros. Por algo somos la 2ª empresa más valorada por los chilenos después de Colún y sobre Google, Carozzi y Dr. Simi, según el Estudio de Reputación Corporativa 2023 realizado por Ipsos e INC Consultores. Y mantener esa posición en el mercado es nuestro mayor desafío.

El proyecto de ley nacional para regular el uso de IA tiene el enfoque basado en riesgos, con una mirada puesta, precisamente, en la UE como referente. ¿Cuáles son los desafíos teniendo ese antecedente en cuanto a protección de datos e innovación?

El desafío de la IA ha ido de la mano con el desarrollo de la normativa de la Ley de Datos Personales y, por otro lado, con ciberseguridad. De manera que el acercamiento tiene que ser global, que incluya no solo IA, sino que también la regulación o los aspectos que la tocan de manera tangencial, como los datos personales, de ciberseguridad, temas de compliance, de gobernanza, entre otros. Lo anterior implica desde nuestros productos, la experiencia de venta directa en nuestras plataformas, la atención de post venta, hasta la relación con nuestros partners y clientes. Entonces, estas regulaciones presentan desafíos continuos para la empresa y aplican a muchos procesos y ámbitos de



nuestros negocios.

¿Cómo se adecúa la empresa a estos cambios?

Como Samsung es una empresa global, y uno de los líderes mundiales en innovación, debemos ir marcando la tendencia, lo que nos obliga como empresa (también localmente) a ir adecuándonos y adaptándonos con anticipación a los cambios normativos que hay alrededor del mundo. Cuando sale la normativa a nivel chileno, a nivel local, estableciendo una serie de reglas, principios y procedimientos, son temáticas que Samsung ya recogió; por tanto, el impacto operativo suele ser más acotado. Por ejemplo, en protección de datos, el proyecto de ley se basa en el GDPR, que es la reglamentación europea, la cual contiene principios y exigencias que Samsung ya incorporó en su procesos y productos. De alguna forma, te anticipas a la realidad nacional. Es un beneficio para el cliente también, porque el estándar normativo se incorpora desde el momento en que se convierte en una preocupación global.

¿Cómo confluye el abordaje regulatorio sobre el tema desde Corea con los mercados locales, especialmente Chile?

Hay temas culturales, desde la forma de mirar la IA. Obviamente, Chile está un poco atrás de lo que es

Europa y Estados Unidos. En Corea la IA está incorporada en el día a día de todas las personas de manera mucho más palpable. En Chile ya está incorporado, pero principalmente en la prestación de servicios y en los procesos productivos. Por lo mismo, hay un desafío para nosotros, para los equipos internos, legales, de compliance, asuntos públicos e IT, en cómo tomamos estos cambios regulatorios.


Sin embargo, independiente de la región o país en que Samsung se encuentre, su mirada frente a la Inteligencia Artificial es la misma. La IA debe desbloquear experiencias conectadas para mejorar la vida de las personas, pero debe hacerlo considerando responsabilidad, transparencia, sustentabilidad y equidad.

¿Cuál es el desafío de un área legal, compliance y asuntos públicos en el retail? ¿Cómo visibilizan su valor?

Existe un primer desafío que es generar valor y un segundo desafío que es darle visibilidad a ese valor. Tenemos tres áreas que generan una sinergia que permite que el trabajo sea más integral. Tenemos herramientas que hemos desarrollado que permiten dimensionar los savings y aportes en temas monetarios. No somos solo un centro de costo, sino que aportamos valor en temas cualitativos, en prevención, aporte a las políticas públicas y, adicionalmente, en temas cuantitativos. Es súper útil y permite que el top management de la compañía pueda aquilatar de mejor forma el trabajo que se está haciendo. En lo específico de asuntos públicos, tener esta área demuestra que

la compañía tiene una cultura proactiva, que busca constantemente influir en la sociedad de manera positiva. Se busca generar un impacto y obtener políticas públicas de mejor calidad desde el rol que nos corresponde como empresa.

¿Puede la tecnología y la IA contribuir a acortar brechas de empleabilidad e inclusión de género?

En Samsung creemos firmemente que la educación en tecnología, y hoy, específicamente en Inteligencia Artificial, puede contribuir a acortar brechas importantes a nivel social, laboral y de equidad e inclusión. Nosotros lo vemos cada año en nuestros programas de Ciudadanía Corporativa. La política de Ciudadanía Corporativa de Samsung tiene su foco principal en educación STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas por su sigla en inglés) que son los conocimientos claves para acortar esa brecha. En 2023 hubo un foco en las mujeres para entregarles herramientas de conocimiento tecnológico relacionado a Big Data que las ayude en la empleabilidad. Ahora se lanzó el Samsung Innovation Campus 2024, que está pensado en jóvenes que ya tienen una formación técnica en temas tecnológicos, para especializarlos con 240 horas de entrenamiento considerando Inteligencia Artificial y Big Data. Es un diferenciador que al final permite incrementar la empleabilidad. La otra iniciativa grande es el Solve for Tomorrow, un programa que invita a estudiantes de enseñanza media a utilizar sus habilidades en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas para resolver de forma creativa las problemáticas de su comunidad. Son una serie de iniciativas que están enfocadas precisamente en disminuir esas brechas y contribuir con tecnología a la sociedad. 



Mercado Libre llega a Rapa Nui abriendo su ruta de mayor distancia, y la primera en otro continente

- La entrega se realizará a través de la sucursal de CorreosChile, que cuenta con una infraestructura especialmente diseñada para el retiro de los productos en la Isla.
- Con la llegada de Mercado Libre, se les da la oportunidad a los más de 7 mil habitantes de Rapa Nui de poder comprar en la plataforma online más grande de Latinoamérica, que busca democratizar el comercio, y donde van a acceder a miles de productos que antes no estaban disponibles en Rapa Nui, y que llegarán entre 2 a 4 días.

Hasta el lugar habitado más remoto del mundo llegó Mercado Libre. El ecommerce más importante de Latinoamérica comenzó oficialmente su operación logística en Rapa Nui, a través de la sucursal de CorreosChile. Con ello, sus habitantes podrán recibir los productos en un plazo de entre 2 a 4 días, con todas las garantías que entrega la plataforma online.

“Hoy es un día histórico para Mercado Libre. Siempre con el objetivo de democratizar el comercio en toda la región, llegamos a Rapa Nui, en otro continente, para que sus habitantes tengan la oportunidad de comprar en nuestro sitio miles de productos a los que antes no tenían acceso, a partir de sólo dos días. Este hito abre una puerta importante, además, para los emprendedores de la isla, quienes también podrán

comercializar sus productos a través de nuestra plataforma en el continente”, aseguró el Vicepresidente de Mercado Libre Chile, Perú, Ecuador, Colombia y Venezuela, Alan Meyer.

La idea es sumar emprendedores para que vendan sus productos con todas las alternativas del ecosistema que Mercado Libre ofrece, como el centro de almacenamiento bajo la modalidad “Fulfillment” que permite una serie de soluciones logísticas como bodegaje, sistema de devolución y envíos en 24 horas entre otros, que garantizan, entregas rápidas, seguras y al menor costo.

Con este hito, de comenzar formalmente con la operación y servicio de Mercado Libre en Rapa Nui, la presidenta de CorreosChile indicó que se reafirma el

rol estratégico y social de la empresa pública, de entregar, unir y conectar en todos los lugares, abriendo oportunidades y generando desarrollo.

“Nos enorgullece que una gran empresa como lo es Mercado Libre, reconocida no solo en nuestro país, sino que internacionalmente, haya confiado en CorreosChile para ser su aliado logístico. Además de nuestra gran expertise, tenemos un real compromiso con cada lugar donde estamos presentes y entregamos nuestros servicios. Este hito conjunto, es una clara muestra de la transformación de CorreosChile, donde nos hemos adaptado e incluso adelantado a las necesidades de los consumidores y localidades”, señaló Gloria Maldonado.

En este sentido, para el presidente de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), José Pakomio, la llegada de Mercado Libre a la isla es de suma relevancia para sus habitantes. “Como presidente de la CNC y como Rapa Nui creo que una empresa de la magnitud de Mercado Libre ofrezca sus servicios, representa un avance significativo en términos de conectividad y acceso tecnológico para nuestra comunidad. Sin duda, facilita el acceso a los servicios de comercio electrónico y financieros utilizando tecnología de primer nivel para crear soluciones adaptadas a la cultura local. Además, no solo mejorará la calidad de vida de los residentes al proporcionar un acceso más fácil a productos y servicios, sino que también fomentará el desarrollo económico y tecnológico de nuestra isla. Este es un paso significativo hacia la integración de Isla de Pascua en el ecosistema digital global y estoy



convencido de que traerá grandes beneficios a nuestra comunidad”.

Por su parte el alcalde de Rapa Nui, Pedro Edmunds Paoa, se refirió a la llegada de Mercado Libre a la isla, destacando que: “esto viene dentro del contexto de nuestro “Plan Amor” que habla de la autosustentabilidad y que nos permite hacer las mejoras que hay que hacer, optimizando los recursos para ser un ciudadano responsable y respetuoso. Observamos con muy buenos ojos la llegada de Mercado Libre porque facilita a las personas de la isla, adquirir productos para sus necesidades, cualquiera que sean, pero además abre la posibilidad y la gran oportunidad para que desde la isla salgan productos. Este es un sueño Rapa Nui de hace muchos años”.

Durante la jornada, Alan Meyer realizó una charla de economía digital a los estudiantes de la AI-





dea Educativa y la presidenta de CorreosChile, Gloria Maldonado, dio una charla de innovación. Además, se efectuó una capacitación a emprendedores locales para otorgarles herramientas para subirse al carro del comercio electrónico, de manera fácil y ágil.

Operación en Rapa Nui a través de CorreosChile

Esta ruta de Mercado Libre se inaugura hoy oficialmente, después de meses operando, donde se constató el crecimiento exponencial que tiene el destino de Rapa Nui, donde ya van más de 10 mil envíos. La empresa estima que, a medida que los habitantes conozcan la plataforma y todos los productos que pueden comprar y con envíos que llegarán entre 2 a 4 días, se espera duplicar esta cifra este año.

Entre enero y septiembre del año pasado, se recibieron 600 paquetes. Ahora con la llegada de Mercado Libre, sólo en un mes fueron más de dos mil los envíos recibidos.


Todos los compradores podrán contar con el beneficio “Compra Protegida” que entrega la plataforma, es decir, el usuario tendrá 21 días de cobertura del producto desde que lo compró en caso que no le

llegue, y 30 días de cobertura desde que lo recibe en caso que se arrepienta o el producto tenga un problema.

Hay miles de productos cuyo envío será gratuito por sobre los \$19.990 (pedido menor a 3 kilos). En otras ocasiones, dependiendo del volumen y peso de los productos comprados, se deberá cobrar por el envío.

Los envíos se entregarán a través de CorrerrosChile. El punto de retiro de los productos en la Isla será en la oficina de CorreosChile (Te Pito O Te Henua S/ N°) y se les irá comunicando el trayecto de su compra hasta llegar a destino.

Acerca de Mercado Libre

Fundada en 1999, Mercado Libre es la compañía de tecnología líder en comercio electrónico de América Latina. A través de sus plataformas Mercado Libre, Mercado Pago y Mercado Envíos, ofrece soluciones para que individuos y empresas puedan comprar, vender, anunciar, enviar y pagar por bienes y servicios por internet. Mercado Libre brinda servicio a millones de usuarios y crea un mercado online para la negociación de una amplia variedad de bienes y servicios de una forma fácil, segura y eficiente. 



35 años creciendo juntos

En Transbank, transformamos el apoyo
en crecimiento para crear junto a ustedes
la red de pagos más grande de Chile.

Conoce todas las soluciones de pago y productos en transbank.cl



@Transbank



Transbank



@Transbank



Transbank

transbank.
creciendo juntos

PUBLIREPORTAJE



Fundación Educacional Comeduc: socialización de definiciones estratégicas y acercamiento a la comunidad

Bajo la premisa “inspirando, transformando, educando” la Fundación Educacional Comeduc diseñó la primera versión de sus ‘Jornadas Institucionales 2024’. Esto, con el objetivo de socializar las definiciones estratégicas de la organización y con ello reafirmar su compromiso con la educación media técnico profesional.

En ese marco, los sellos institucionales, valores fundacionales y pilares del nuevo Modelo Educativo, componen la propuesta de valor que en la actualidad ofrece la Fundación. Esta combinación garantiza una educación de alta calidad, preparando tanto a los estudiantes como a todos los integrantes de la comunidad educativa, para los desafíos del mundo moderno, promoviendo su desarrollo como ciudadanos globales comprometidos y éticos.

Tales instancias, fueron ideadas para generar un espacio de trabajo y reflexión junto a las comunidades educativas de los 19 establecimientos que hoy son parte de la red educacional, entendiendo que este importante hito busca entregar una comprensión clara de los principios de la Fundación.

De acuerdo a lo planteado por José Manuel Fernández, gerente general de la institución, “esta nueva actividad busca analizar el nuevo modelo educativo, abordando las diferentes aristas que lo componen, y al mismo tiempo, deseamos fomentar la reflexión crítica sobre las prácticas educativas existentes, teniendo siempre en mente cómo podemos mejorar para transformar el aprendizaje y la enseñanza de todos nuestros jóvenes”.

A la fecha se han realizado 10 jornadas, acer-

cando así a los diferentes equipos. En ese marco, Tatiana Arce, directora de Educación de la Fundación, comentó que, si bien las instancias poseen un objetivo específico, también buscan generar un diálogo abierto con los diferentes estamentos que conforman las comunidades educativas de cada liceo: “durante estas sesiones reforzamos los lineamientos estratégicos de la Fundación. También, dedicamos un importante espacio para el diálogo abierto, permitiendo así a los participantes compartir visiones y prácticas, fortaleciendo así el sentido de comunidad y alineación con nuestro propósito”.

Sobre lo que viene, José Manuel Fernández destacó que “estamos convencidos de que el éxito de nuestras jornadas representa un avance crucial en nuestro empeño por fomentar un entorno de trabajo colaborativo y estratégico. La integración de los equipos en un marco de cooperación y diálogo no sólo ha potenciado nuestra capacidad de implementación estratégica, sino que también ha cimentado las bases para una cultura organizacional más unida y orientada hacia el futuro”. [↩](#)



Achs Seguro Laboral: Innovando para el desarrollo de mejores estrategias preventivas



• Con el compromiso de seguir cuidando a las y los trabajadores de Chile, la Achs trabaja por integrar una mirada sectorial en la prevención

La manera de abordar la prevención al interior de las organizaciones es un desafío permanente que requiere de innovación y compromiso con la seguridad y el cuidado. En esa línea, Achs Seguro Laboral, en su evolución permanente, ha digitalizado gran parte de sus procesos y ha utilizado sus capacidades para analizar grandes volúmenes de datos, manejados bajo estrictos estándares de confidencialidad, con el fin de identificar patrones y hallazgos que se traducen en oportunidades para mejorar su propuesta de valor en materia preventiva.

Gracias a la digitalización y al trabajo de expertos, Achs Seguro Laboral comenzó a generar mapas de riesgo sectoriales que han permitido contar con diagnósticos más certeros sobre las distintas actividades productivas de nuestro país. Este avance ha impulsado el diseño de estrategias más pertinentes a las necesidades de cada sector, donde la motivación es lograr que las organizaciones cuenten con herramientas para el desarrollo de ambientes laborales sanos y seguros. “La transferencia de buenas prácticas hacia las empresas e instituciones adheridas es una tarea crítica que debe adecuarse a su realidad y contexto. Para eso estamos identificando patrones de riesgo en 20 rubros, lo que nos permite desarrollar asesorías focalizadas y precisas para un mayor impacto y compromiso con sus resultados”, puntualiza Rodrigo de la Calle, gerente de División Estrategia de Productos y Desarrollo Digital.

El equipo de expertos en prevención de riesgos es una pieza clave en la transferencia de buenas prácticas. En la actualidad realizan más de 300.000 visitas anuales a las entidades adheridas, y el año pasado lograron más de un millón de capacitaciones y asesorías técnicas, acciones que son esenciales en

el desarrollo de una cultura preventiva robusta. Hoy, esta mutualidad cuenta con múltiples modalidades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo. Durante 2022 la cantidad de personas capacitadas fue de 1.107.912, el 85% de ellos lo hizo a través de la modalidad e-learning. En complemento a las actividades de formación, la sensibilización sigue siendo un desafío en materia preventiva.

“En la Achs, hemos diseñado campañas de prevención específicas por rubros, porque nos preocupa impulsar una mejor disposición hacia la prevención y la seguridad junto al desarrollo de capacidades y competencias clave para la gestión de la seguridad y salud en el trabajo, generando impacto positivo medible en el bienestar de las y los colaboradores”, explica Rodrigo de la Calle.

La prevención en Chile tiene una historia de más de 60 años, donde la Achs ha tenido un rol protagónico. De hecho, la mutualidad registra la menor tasa de accidentabilidad promedio y desde esta posición de liderazgo se encuentra disponible para colaborar y sumar a todos quienes compartan su propósito de hacer de Chile el país que mejor cuida a las y los trabajadores del país.

“Hoy, lideramos el sistema de mutualidades, con la menor tasa de accidentabilidad promedio de sus entidades empleadoras adheridas. Entre 2011 y 2021 logramos duplicar la inversión en prevención y disminuir la tasa de accidentabilidad total en un 53%. Cada año buscamos aportar con nuevas soluciones en prevención, manteniéndonos a la vanguardia de nuevas metodologías y mejoras en los procesos. El llamado que hacemos es a seguir confiando en nosotros para juntos innovar e invertir en soluciones pertinentes y basadas en evidencias que buscan generar impacto”, finaliza el ejecutivo de la Achs. ➤

