

LT PULSO 16 DIC 19

LATERCERA

ENTREVISTA CON VICEPRESIDENTE DE RETAIL FINANCIERO

Claudio Ortiz y deuda consolidada:
“El foco debería ser la inclusión financiera de los consumidores”



P16

ENTREVISTA CON HEAD OF LATIN AMERICAN EQUITIES DE BTG ASSET MANAGEMENT

Will Landers:
“Chile cambió esta visión de que era la Suiza de Latinoamérica”



P13

ENTREVISTA CON GERENTE GENERAL DE GEMINES

Tomás Izquierdo:
“Todos sabemos que viene una reforma tributaria adicional”

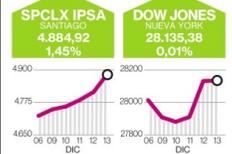


P15

Supermercados y crisis social: 54% de los usuarios ha vuelto a comprar productos con normalidad

El aumento en los desplazamientos para abastecerse de artículos de alimentación y despensa fue el factor que generó más incomodidad. Ferias actuaron como buen reemplazo ante cierres de locales.

P6-7



INDICADORES

SPCLXIGPA	1,43%	▲
S&P 500	0,01%	▲
Ibovespa	0,33%	▲
FTSE 100	1,10%	▲
Dólar Obs.(S)	766,76	▼
Euro (S)	852,90	▼
Yen (S)	7,02	▼
Petróleo WTI (US\$)	60,07	▲
Cobre (US\$)	2,79141	▲
UF (S)	28.296,26	Hoy

COP25: Chile recibe aporte por US\$ 134,3 millones

— Los recursos servirán para impulsar un programa para el desarrollo de políticas ambientales que será implementado en 2020. P19

Trabajadores de menores ingresos son los que más rotan de empleo

De acuerdo con el último reporte del Observatorio Laboral, los trabajadores que ganan \$300 mil o menos al mes tienen una rotación de 25 puntos superior a los que ganan \$ 1,5 millones o más.

P18

Las definiciones tributarias de Claudio Agostini, el nuevo asesor de Hacienda

Caso Cascada: tribunal aplica un fuerte recorte a las multas cursadas en la arista Linzor

P14

P8



Hoy más que nunca **cuentas con nosotros** para entregarte soluciones tecnológicas que **simplifican tu vida.**

Conoce más en gtd.cl
Llámanos al **800 380 080**

gtd

Supermercados y crisis: 54% de los usuarios ha vuelto a comprar productos con normalidad

El aumento en los desplazamientos para abastecerse de artículos de alimentación y despensa fue el factor que generó más incomodidad. Ferias actuaron como buen reemplazo ante cierres de locales.

TAMARA FLORES

–El miedo al desabastecimiento tras el estallido social rondó con fuerza tanto en Santiago como fuera de la capital. Y si bien solo fue un temor inicial, dado que en la práctica la cadena de abastecimiento no tuvo mayores inconvenientes, sí se registraron cambios en los patrones y experiencia de compra.

Dada la coyuntura en el país, el Centro de Estudios del Retail (Ceret) de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, decidió cambiar su tradicional medición de calidad del servicio en la industria supermercadista, por preguntas directamente relacionadas con la crisis social.

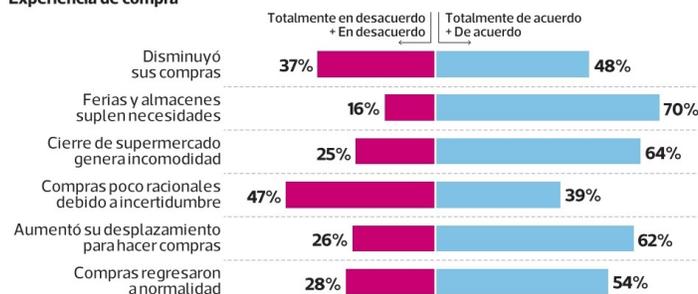
Así se obtuvo que, en materia de experiencia de compra, el 48% de los consultados señaló haber comprado menos de lo que antes adquiría (muy de acuerdo + de acuerdo), y solo el 39% reconoció haber realizado compras poco racionales debido a la incertidumbre (ver infografía).

Ante el cierre de las salas de supermercado producto de saqueos y episodios de violencia, el 70% utilizó las ferias y almacenes como lugar de abastecimiento. De hecho, la no operatividad de las salas generó incomodidad en el 64% de las personas consultadas y el 62% indicó que sus tiempos de desplazamiento para sus compras se vieron incrementados.

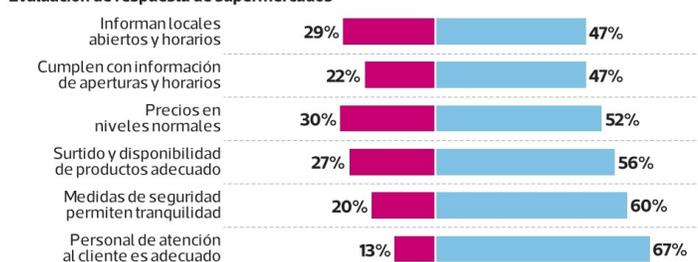
NORMALIDAD. La encuesta realizada por el Ceret se llevó a cabo justo a un mes del inicio de la crisis. Tras ese período y todavía bajo al-

CALIDAD DE SERVICIO EN SUPERMERCADOS Y CONTINGENCIA SOCIAL

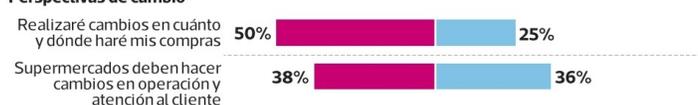
Experiencia de compra



Evaluación de respuesta de supermercados



Perspectivas de cambio



Gasto navideño por segmento



FUENTE: Ceret / Ing. Industria U. de Chile

Ariel Fernández • PULSO



Las salas funcionan casi con normalidad, a cerca de dos meses del estallido social. FOTO: ANDRÉS PÉREZ

gunos efectos de la contingencia -como salas que no han podido volver a operar debido a que están completamente siniestradas-, el 54% de los consultados indicó que ya había vuelto a la normalidad en la forma que adquiría sus productos. Sin embargo, al mirar ese dato por zona de la Región Metropolitana, el sector Centro/Poniente registra el menor nivel de respuestas afirmativas (32% totalmente de acuerdo + de acuerdo) versus las zonas Sur (77%) y Oriente (54%).

Daños
Aunque minoritarias, algunas salas recién podrán volver a operar en 2020, por el alto nivel de daños.

“Mi impresión es que la zona Centro/Poniente es la que ha sido afectada de manera más sistemática y más prolongada, por lo que se encuentran menos alternativas o más costo-



Las claves

1 ● Miedo al desabastecimiento

Los primeros días de la crisis existió temor al desabastecimiento, dado que todas las cadenas decidieron cerrar locales a nivel nacional. Sin embargo, la cadena de abastecimiento no sufrió mayores efectos.

2 ● Canal tradicional sirvió de reemplazo, pero no retuvo preferencias

Las ferias y almacenes, o canal tradicional, fueron un buen reemplazo como lugar de abastecimiento. Sin embargo, frente al diferencial que ofrece el canal moderno, no pudieron retener todas las preferencias.

3 ● La crisis como oportunidad para mejorar

Si bien en general se valoró el servicio brindado por los supermercados, se pide de ellos mayor preocupación por la calidad del servicio, la seguridad y también las condiciones laborales de su personal.



sas para reemplazar”, explicó Marcel Goic, director del Ceret.

En cuanto a las perspectivas de cambio de los hábitos y rutas de compra, solo un 25% dijo estar de acuerdo con que modificará el cuánto y dónde adquiere los productos, versus 50% que no hará cambios. De quienes respondieron afirmativamente, los cambios están asociados a una mejor planificación de las compras y a la modificación de los horarios en que las realizan, esto de la mano con los problemas de transporte que todavía se experimentan en algunas zonas.

En cuanto al gasto de Navidad, y considerando los tres tipos de clientes encuestados, el 67% del segmento afectados (se vio directamente impactado por el cierre de locales) gastará menos o mucho menos en Navidad, mientras que solo el 45% de los neutros (cerraron su supermercado, pero está satisfecho con la calidad del servicio) manifestó que reducirá el gasto para la festividad.

EVALUACIÓN. La investigación del Ceret también midió el grado de satisfacción de los consumidores en cuanto a cómo los supermercados

reaccionaron a la contingencia. El 67% dijo que en general los operadores han cumplido con las aperturas y horarios que informan, con mayor satisfacción en las zonas Oriente y Sur, superando por lejos el 33% de la zona Centro/Poniente.

Por otro lado, el 36% señaló que los supermercados van a tener que hacer cambios importantes en su operación y atención al cliente, aunque levemente superados por quienes creen que no deberán hacer ajustes relevantes (38%).

Entre quienes sí están a favor de las modificaciones, las razones para ello se relacionan principalmente con bajar los precios. Al respecto, Goic indicó que si bien en el Ceret no han detectado alzas sistemáticas, “la percepción puede estar marcada por algunos ítems específicos o por la necesidad de cambiar a otros formatos o locales”.

Otros argumentos a favor de los cambios en la operación de los supermercados guardan relación por la preocupación en la seguridad de los usuarios mientras realizan sus compras, mejores condiciones laborales de los trabajadores y

preocuparse por la calidad del servicio que los empleados entregan.

DESAFÍOS. En cuanto a las falencias en el modelo de negocio que quedaron en evidencia durante los días más álgidos de las crisis, Goic indicó que “la estrategia típica se basa en lograr eficiencia operacional y en este sentido los supermercados han sido super exitosos. A raíz de la coyuntura, hay que considerar que además de eficientes, las cadenas de abastecimiento y diseño de tiendas deben ser, además, flexibles para adaptarse a un mundo cambiante”.

Más allá del negocio y en el ámbito de lo simbólico, el director del Ceret sostuvo que “también hay un desafío importante en cuanto hay un segmento de la población que es crítica del rol de los supermercados en el bienestar social”.



El 36% señaló que los supermercados van a tener que hacer cambios importantes en su operación y atención al cliente.

CIFRAS RELEVANTES

48%

de los consumidores declaró haber comprado menos de lo que antes adquiría.

70%

de los consumidores declaró haber utilizado las ferías y/o almacenes como lugar de abastecimiento en tiempos de crisis.

67%

dijo que en general los operadores han cumplido con las aperturas y horarios que informan.

SIY | Empresas

¿Tu empresa está preparada para volar y ahorrar?

Comienza a volar con la mejor Aerolínea Low Cost de Sudamérica.

Actualmente más de **2.500 empresas** confían en nosotros.



Ahorro

Reducimos los costos de tu empresa.



Servicio

Contamos con un gran servicio antes y durante tu vuelo.



Puntualidad

Llegarás a la hora en donde tengas que estar.



Portal Empresas

Tenemos un portal personalizado para la gestión de tus vuelos.



Flexibilidad

Nos adaptamos a la necesidad de tu empresa para transporte masivo de colaboradores.



Facilidades de pago

Ofrecemos crédito con pago a 30 días (sujeto a evaluación).

Para mayor información escríbenos a corp@skyairline.com

Mejor Aerolínea Low Cost de Sudamérica

