

A LA FECHA, COMPLETA UN 93% DE AVANCE:

Filial de Copec posterga para 2021 inicio de operaciones de proyecto minero en Perú

TOMÁS VERGARA

Importantes restricciones fueron las que se decretaron en Perú producto de la pandemia, las que afectaron fuertemente a la industria minera local, obligando a desmovilizar a miles de trabajadores.

Uno de los que sufrió el impacto es el proyecto Mina Justa, mediante el cual Empresas Copec busca ingresar a la gran minería del cobre a través de su filial Minera Alxar. En esa iniciativa, se vieron obligados a paralizar las obras en el mes de marzo.

Los trabajos se reanudaron recién en mayo, luego de implementar las medidas de seguridad necesarias en la pandemia, en un proceso que, explican desde Alxar, "exigió al máximo la logística de la empresa para tomar todos los resguardos necesarios, bajo el concepto de desarrollar una minería de alto estándar, que ha sido el propósito al que siempre han apuntado Minsur y Alxar".

Entre las medidas adoptadas, se cuenta un preembargo obligatorio de una semana en aislamiento en hoteles para toda persona que se dirigía a Mina Justa, con aplicación de test de antígenos y PCR previo al traslado a la faena.

Asimismo, se rediseñaron los turnos para disminuir las bajadas desde la mina y se generaron células de trabajo para facilitar la trazabilidad en caso de contagios. También se implementó el rediseño de las instalaciones de

Su partida estaba planificada para este mes, pero tuvo que reprogramar su cronograma para el segundo trimestre del próximo año.



Mina Justa Se espera que durante los primeros seis años en ejercicio produzca 150 mil toneladas de cobre fino.

campamento, de manera de asegurar el distanciamiento social en los dormitorios y casino, y se incorporaron instancias de recreación y deportivas seguras, y monitoreo de las condiciones de salud, a través de una aplicación y con personal médico residente.

"Todo esto ha sido acompañado de un gran esfuerzo de capacitación a la supervisión y trabajadores, tanto en las medidas de prevención del covid-19 como

en la prevención de trastornos psicológicos que puede generar esta situación, especialmente cuando se vive lejos de la familia", sostiene el gerente general de Alxar, Erwin Kaufmann.

Hasta la fecha, la estrategia de la firma ha funcionado, lo que ha permitido contar con más de 3.500 personas en faena realizando las distintas labores asociadas al proyecto, sin embargo, la minera se vio obligada a retra-

sar el inicio de la actividad operativa para el segundo trimestre de 2021, postergando la fecha original que estaba pactada para el mes de octubre.

Con todo, la iniciativa que cuenta con características como lo son su cercanía al mar, que facilita el acceso a los puertos y al agua desalada que utilizará cuando se encuentre en operación, considera una inversión de más de US\$ 1.600



CRISTIAN SOTO QUIROZ

Mina Justa es una iniciativa que genera muchas expectativas en Perú en términos de producción, generación de empleo y aporte a la economía".

ERWIN KAUFMANN,
GERENTE GENERAL DE
MINERA ALXAR.

millones y las obras ya completan un 93% de avance.

"Mina Justa es una iniciativa que genera muchas expectativas en Perú en términos de producción, generación de empleo y aporte a la economía, y estamos trabajando para cumplir en cada dimensión, a pesar de las alteraciones de entorno que generó el covid-19", comenta Kaufmann.

Y es que tal como ocurre en Chile, se espera que la minería sea uno de los principales impulsores para la reactivación económica de Perú una vez superada la pandemia, por lo que se anticipa una rápida recuperación, clave para dinamizar la actividad y generar empleos.

Perspectivas

Mina Justa es solo el puntapié inicial de la minera Alxar en la gran minería y ya han confirmado su idea de buscar nuevas alianzas, ya sea en Chile o en Perú, para ingresar a nuevos proyectos, tarea que se ha visto complicada a raíz de los efectos de la pandemia.

"La estrategia sigue siendo incorporar más activos o el desarrollo de nuevos proyectos, principalmente de cobre en Chile y Perú, pero lo haremos en forma pausada, analizando cada oportunidad en su momento, asegurándonos de que sea un activo de calidad, y que nos permita desarrollar una minería de alto estándar en términos ambientales, operativos y de seguridad", asegura Kaufmann.



José Aguirre, director agrícola de Veramonte, espera que por el buen invierno que hubo aumente la producción.

VITIVINÍCOLA REABRIRÁ SU SALA DE VENTAS EN CASABLANCA:

Veramonte se enfoca en transformar toda su producción a orgánica para el próximo año

CAROLINA UNDRURRAGA

Desde hace unos años que Viñedos Veramonte viene trabajando y se ha enfocado en la producción de vinos orgánicos, cuenta el director agrícola y gerente general de la firma, José Aguirre. "Esto partió por una convicción a nivel de empresa de que había que mejorar el medio ambiente y la sustentabilidad", explica.

Actualmente, dice Aguirre, todos los vinos a partir del año 2018 de Veramonte son certificados orgánicos, pero aún quedan un par de añadas anteriores que no cuentan con este sello. "Por esto, nuestro principal objetivo en la viña es lograr que toda la línea de Veramonte sea 100% orgánica", afirma. Para esto, la compañía ligada al grupo vitivinícola español González Byass se ha impuesto un plan para convertir toda su producción a orgánica a mediados de 2021.

El ejecutivo señala que una tendencia que "aceleró" la pandemia fue la preferencia de los consumidores por productos de este tipo, enfocados en el bienestar y la salud. Por otro lado, Aguirre proyecta que las viñas irán gradualmente volcándose a la producción orgánica.

"La participación de mercado del vino orgánico a nivel mundial va a subir de un 3% a cerca de un 4%-4,5% de aquí al 2024. Paresciera que un punto de crecimiento es poco, pero representa millones de litros que se comercializan a nivel mundial y que las bodegas van a en-

El ejecutivo de la firma, José Aguirre, reconoce que el cierre de los restaurantes por la pandemia tuvo una incidencia importante en la demanda de sus productos, aunque agrega que en Chile la baja fue compensada por el auge del canal *online*.

trar en este sistema de producción", sostiene.

Los efectos de la crisis sanitaria

José Aguirre afirma que la pandemia no provocó grandes impactos en el sistema de operación de la viña. Sin embargo, sí reconoce un efecto en la demanda, especialmente a nivel internacional. "Nuestros productos están enfocados en consumidores un poco más *premium* que se trabajan en el canal *on trade* (hoteles y restaurantes), entonces en los países donde se cerró todo tuvimos una baja importante", explica.

Eso sí, agrega que las ventas en el país a través de la plataforma de *e-commerce* de la com-

pañía registraron un aumento explosivo durante este período. "Logramos mantenernos dentro de las ventas en relación al año anterior gracias a la masificación de los canales *online*", señala.

Por otro lado, el ejecutivo manifiesta que la crisis sanitaria también generó un impacto —aunque menor— en las inversiones de Veramonte. "Efectivamente, la pandemia y la baja en las ventas sí afectaron la inversión, pero en cuanto a la renovación de maquinaria y a lo mejor en nuevas plantaciones que se vieron postergadas por un año más, pero más allá de eso no hubo cambios importantes", dice.

A nivel productivo, el director agrícola de Viñedos Veramonte tiene buenos pronósticos. "El año pasado fue extremadamente seco y cálido y tuvo un nivel de producción de bajo a normal. A pesar de que sigue el déficit hídrico, gracias al buen invierno que tuvimos, esperamos que este año la producción sea superior", explica.

Aguirre cuenta que otro de los objetivos de Veramonte es tratar de reabrir, de forma parcializada, las actividades enoturísticas de la viña. "A contar de esta semana en Casablanca vamos a abrir la sala de venta, pero en un formato bastante más reducido y con las medidas de seguridad extremadas", afirma. Respecto a los tours, el ejecutivo señala que la idea es que se empiecen a retomar en zonas al aire libre y con menos participantes.

SONDEO SOBRE HÁBITOS POSPANDEMIA EN LA RM:

Casi 40% de los consumidores espera cambiar los lugares de compra que frecuentaba

Estudio detectó que 49% de los consultados preferirá las compras por *e-commerce*, aunque un 50% no ve ventajas en los precios.

RODRIGO OLIVARES

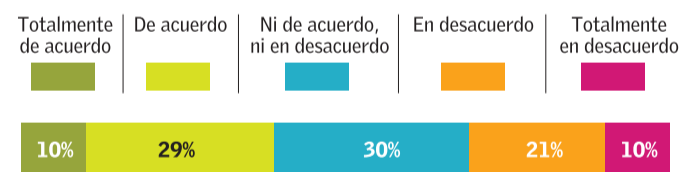
Un cambio relevante en la conducta de compra de los consumidores se comenzaría a evidenciar en la medida que avanza el proceso de desconfinamiento y se reducen las restricciones de movilidad. Así lo expone un sondeo del Centro de Estudios del Retail (Ceret), a nivel de Región Metropolitana: ante la afirmación "Compraré en lugares distintos a los que anteriormente frecuentaba", un 39% de los consultados dijo estar "de acuerdo" o "totalmente de acuerdo". Si se profundiza por sector de la capital, los consumidores que ejecutarían con más fuerza esta conducta se concentrarían en la zona norponiente (41%) y oriente (43%).

El reporte también expone que un 58% de los consumidores dijo que en este nuevo escenario reducirá "significativamente" la frecuencia con que realiza sus compras en medio de la "nueva normalidad". Mientras que 44% indicó que "gastará menos que antes" de la emergencia sanitaria.

"Cada vez hay más señales de que no habrá una salida rápida (de la emergencia sanitaria), y por lo tanto, lo que llamamos pospandemia es más bien una transición larga hacia la normalidad. Dos protagonistas de esta transición serán las medidas sanitarias que se irán ajustando dinámicamente y perspectivas económicas deterioradas. Estos dos factores explican que el comercio, a pesar de los repuntes, va a seguir viendo niveles de demanda agregada significativamente menores a la situación prepandemia. En cuanto a los destinos de las compras, esperamos que haya una suerte de redistribución de los patrones de compra, en que habrá ganadores y perdedores", comentó Marcel Goic, director del Ceret de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile.

En cuanto al papel del *e-commerce*, este tendrá un rol protagonista a futuro. Ante la afirmación "Preferiré comprar a través de canales *online*" en la medida que se relajen las

Compraré en lugares distintos a los que anteriormente frecuentaba



Disminuiré significativamente la frecuencia con la que realizo mis compras



Gastaré menos que antes



Los precios no han subido y se han mantenido en sus niveles normales

	De acuerdo	En desacuerdo
Supermercados	28%	60%
Tiendas por departamento	24%	44%
Farmacias	35%	39%
Ferías	30%	47%
Almacenes de barrio	39%	36%

Fuente Centro de Estudios del Retail

EL MERCURIO

restricciones", un 49% aseguró estar "de acuerdo" o "totalmente de acuerdo".

Seguridad de datos

No obstante lo anterior, un 50% de los consumidores dijo que no ha evidenciado menores precios en los canales en línea versus el comercio presencial. Así también, se expone que un 32% de los clientes remotos dicen no sentirse del todo cómodos en cuanto a la seguridad de sus datos personales y bancarios al realizar una transacción.

"Aunque la inmensa mayoría de las transacciones se desarrollan de forma segura, con cierta frecuencia hay episodios de relevancia que exponen que hay brechas importantes que deben ser corregidas. La seguridad y privacidad de los datos

es ciertamente un tema importante, pero la literatura indica que es una preocupación que resulta más relevante para clientes que recién adoptan pagos digitales. Uno de los fenómenos interesantes que hemos visto en los últimos meses es la aparición de muchos clientes nuevos en plataformas digitales, que podría explicar la alta preocupación por la seguridad y privacidad de los datos", comentó al respecto Marcel Goic.

La evolución de los valores de los productos también fue considerada en el estudio, y no hay una buena percepción de los consumidores: en supermercados, un 60% considera que los precios han subido, mientras que un 44% también ha detectado valores más elevados en tiendas por departamento.