



Especial
Encuentro de Diarios
Regionales

2022

Primera radiografía de la Libertad de Prensa en Chile, realizada por la ANP

Casi la mitad de los medios ha sido amenazado en el último año. Directores de medios destacan que es necesario educar a las personas acerca de la importancia de velar por un periodismo libre y de calidad.

PAG. 2-3



PAG. 8 - 9

Trigésimo Encuentro de Diarios Regionales

PAG. 6

Cena de la prensa 2022

Reencuentros y reflexiones en torno a la actualidad de los medios de comunicación



PAG. 10 - 11

Medios de Comunicación compartieron experiencias de transformación digital



PAG. 12 - 13

**Ministra de la Secretaría General de Gobierno (SEGEOB),
Camila Vallejo:**

“Vemos con preocupación el incremento de los hechos de violencia hacia los trabajadores de la prensa”

La ANP reúne 71 medios de prensa comprometidos con un periodismo libre y de calidad

La Estrella de Arica - La Estrella de Iquique - El mercurio de Antofagasta - El Mercurio de Calama - La Estrella de Antofagasta - La Estrella de Tocopilla - La Estrella del Loa - Diario Chañarillo - El Diario de Atacama - La Estrella de Huasco - El Día - El Ovalino - El Líder de San Antonio - El Mercurio de Valparaíso - El Observador - La Estrella de Quillota - La Estrella de Valparaíso - El Labrador - El Líder - Publímetro - El Gráfico - HoyxHoy - Puente Alto Al Día - El Rancagüino - El Tipógrafo - El Heraldo - La Prensa - Crónica Chillán - La Discusión - Diario Concepción - El Sur - La Estrella de Concepción - La Tribuna - El Austral de La Araucanía - Las Noticias de Malleco - Diario Austral Región de Los Ríos - El Austral de Osorno - El Llanquihue - El Heraldo Austral - La Estrella de Chiloé - El Divisadero - El Pingüino - La Prensa Austral - El Magallanes - El Mercurio - La Segunda - Las Últimas Noticias - Diario Financiero - la Tercera - La Cuarta - El Líbero - Diario de Valdivia - Diario de Osorno - Diario Regional Aysén - Emol - Ex-Ante - Diario Talca - Capital - ED - Tell Magazine - Platos y copas - de Novios - CAV - La Panera - Materia Prima - Mundo Nuevo - Revista Patagonia Datos RPD - Arte Al Limite - ZIGZAG - Aldamir - Do You Know Chile?

Primera radiografía de la libertad de prensa en Chile

Casi la mitad de los medios de comunicación escritos ha sido amenazado en el último año

En una encuesta realizada por la Asociación Nacional de Prensa (ANP), los directores de medios destacan que es necesario educar a las personas sobre la importancia de la libertad de prensa y velar por un periodismo libre y de calidad, sin injerencia del Estado o de terceros en la línea editorial o contenidos.

En la primera radiografía a la libertad de prensa en Chile, realizada por la Asociación Nacional de Prensa (ANP), los directores de los medios escritos advirtieron sobre la necesidad de velar por un periodismo libre y de calidad.

Según los resultados de la encuesta, respondida por 30 directores de diarios, periódicos y revistas nacionales y regionales, el 47% declara que los medios que representan han sufrido alguna amenaza durante el último año de parte de terceros.

Frente a ello, destacan la necesidad de reforzar la libertad de prensa y de educar a las personas respecto del valor de un periodismo libre y de calidad, que

se guíe por parámetros objetivos y profesionales.

“La libertad de prensa es un pilar fundamental de una sana democracia, por lo que como sociedad debemos tomar los resguardos necesarios para protegerla y promoverla. No podemos aceptar amenazas que puedan obstruir el libre ejercicio del periodismo, porque eso termina afectando el derecho de los ciudadanos a recibir información objetiva, veraz y oportuna”, afirmó Juan Jaime Díaz, presidente de la ANP.

Entre las amenazas que reciben, las más frecuentes son los vetos a los medios desde el Gobierno, las funas a los periodistas a través de redes sociales y los castigos publicitarios.

No podemos aceptar amenazas que puedan obstruir el libre ejercicio del periodismo, porque eso termina afectando el derecho de los ciudadanos a recibir información objetiva, veraz y oportuna.

Juan Jaime Díaz, presidente de la ANP.

Libertad de prensa

A juicio de los directores de medios escritos, el nivel de garantía de la libertad de prensa se ubica en un promedio de 3,4 de una escala de 1 (muy bajo nivel) a 5 (muy alto nivel). El 57% de los directores encuestados cree que la libertad de prensa en Chile está garantizada o muy garantizada, el 30% la ubica en la posición intermedia y el 13% considera que está poco garantizada.

“Decidimos medir la percepción de los directores respecto de la libertad de prensa, para monitorear su evolución en el tiempo y crear mayor conciencia sobre la importancia de cuidarla. Si la libertad de prensa se deteriora, la calidad de la democracia también se ve afectada”, agregó el presidente de ANP.

Advierte que en varios países de América Latina la libertad de prensa se ha deteriorado en forma significativa. En la última reunión de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), realizada en abril de este año, se abordó que la creciente violencia contra los periodistas se ha convertido en el principal desafío de la prensa libre en las Américas. De hecho, un informe de la SIP plantea que en varios países la prensa independiente ha sufrido persecución, opresión, censura generalizada, y atrocidades derivadas del secuestro de los poderes públicos y de la demolición de las estructuras de la sociedad civil.

“Si bien Chile aún destaca en América Latina en cuanto al respeto de la libertad de expresión y la libertad de prensa, hemos visto en los últimos años agresiones físicas y descalificaciones a profesionales de la prensa y ataques a medios de comunicación en Chile, que deben ser descartadas de plano por parte de las autoridades y por la sociedad, ya que erosionan nuestra democracia”, agregó.

Principales amenazas

En el caso de Chile, cerca de la mitad de los directores encuestados (46%) considera que la principal amenaza a la libertad de prensa es la discusión que busca ejercer mayor control sobre los medios de comunicación.

La segunda amenaza identificada es el hermetismo de parte de las fuentes oficiales de información (17%), seguida por el veto a los medios (17%) y la funa a los periodistas (10%). El 10% restante menciona otras razones como las dificultades de financiamiento y las presiones comerciales.

“Como país tenemos que hacernos cargo de estas amenazas y tomar los resguardos para promover la libertad de prensa, desincentivando las acciones que la vulneren o debiliten. Un tema especialmente delicado es el mayor control que algunos actores buscan ejercer sobre los medios de comunicación.

Debemos evitar que se coarte la independencia de los medios para informar de manera objetiva o que se imponga una determinada visión”, comentó Juan Jaime Díaz.

El presidente de la ANP explicó que “ni al Estado ni otra instancia alguna, en aras de una mala concepción de lo que implica el pluralismo, le corresponde decirle a la ciudadanía cuál medio elegir. Eso sería un inaceptable tutelaje sobre la libertad de expresión, de información y de pensamiento”.

SI LA LIBERTAD

DE PRENSA SE

DETERIORA, LA

CALIDAD DE

LA DEMOCRACIA

TAMBIÉN SE VE

AFECTADA.

En esa línea, advierte que la idea de crear una red de medios estatales a nivel regional -que reciban financiamiento del mismo Estado- apunta en la dirección equivocada. A su juicio, “el periodismo libre debe ser independiente de la influencia del Estado y de la visión del gobierno de turno. Es más, para cumplir con su rol social debe informar, supervisar y a veces cuestionar a los distintos poderes de Estado, sin controles o presiones por desempeñar esta labor”.

Aspectos claves

Consultados sobre las formas de promover la libertad de prensa, los directores resaltan tres aspectos claves. El primero, es la necesidad de velar por un periodismo de calidad, guiado por la rigurosidad en el reporteo y la veracidad en la publicación de los contenidos.

Un segundo punto relevante es educar a la ciudadanía sobre la importancia de la libertad de prensa para que valoren, promuevan y defiendan la posibilidad de informarse a través de los medios que elijan y puedan acceder a información oportuna y veraz.

El tercer aspecto destacado por los directores encuestados es rechazar las agresiones físicas y verbales, amenazas, funas, descalificaciones y burlas a los medios de comunicación y a sus periodistas.

“Desde la prensa queremos contribuir a que las personas estén bien informadas de manera objetiva, porque así pueden tomar mejores decisiones. En la medida que cuidemos la libertad de prensa podremos contribuir a fortalecer la democracia”, concluyó Juan Jaime Díaz.

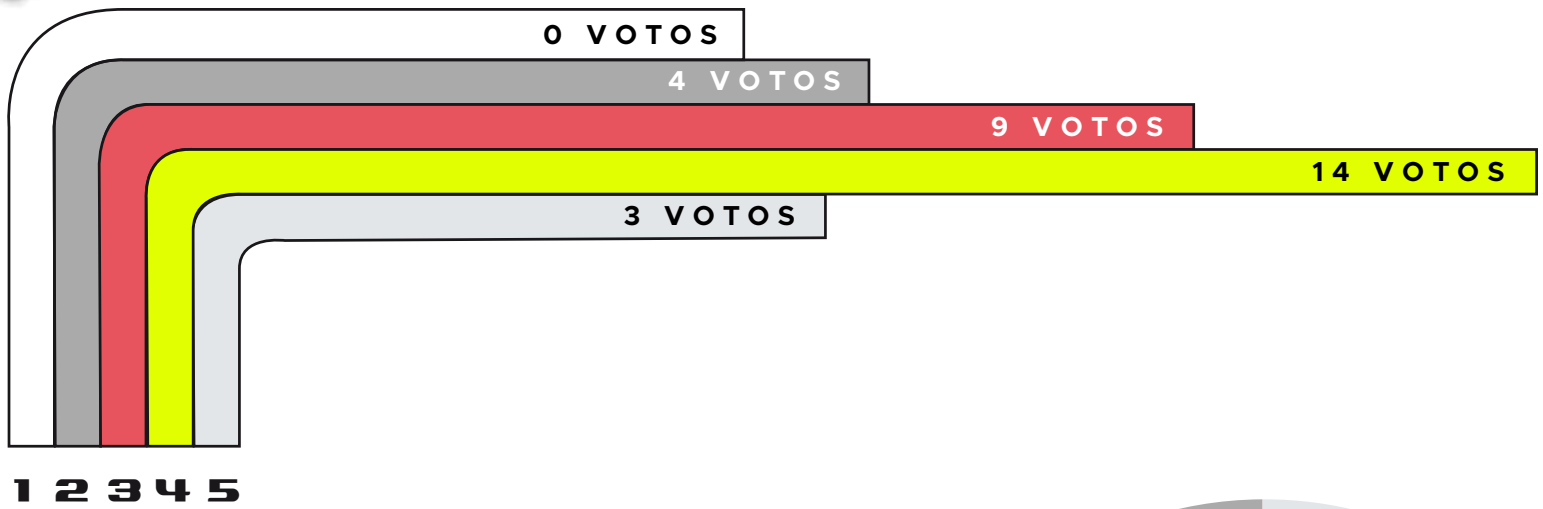
Esta encuesta fue enviada por la ANP a medios escritos de todo el país, y fue respondida por 62 personas encuestadas (directores, gerentes y editores) entre el 5 y 18 de mayo, a través de la plataforma SurveyMonkey.

Primera radiografía de la Libertad de Prensa en Chile

Nivel de garantía a la

libertad de prensa

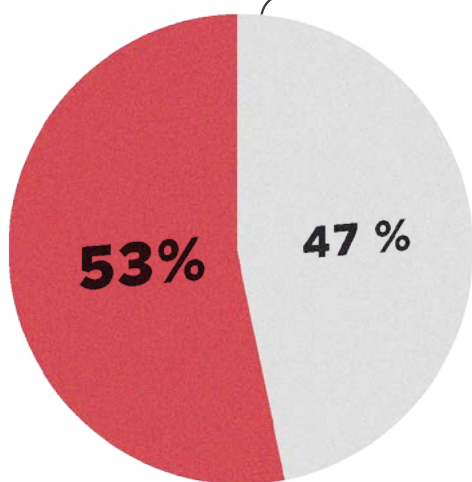
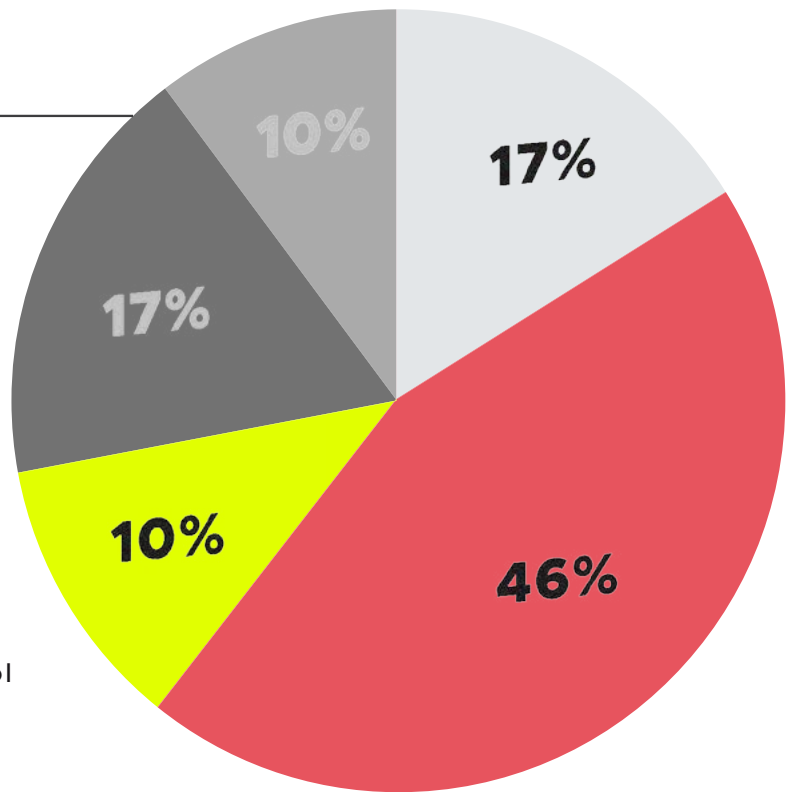
Considerando el contexto actual de Chile, por favor ubique el nivel de garantía de la libertad de prensa, siendo 1 nada garantizada y 5 muy garantizada.



Amenazas a la libertad de prensa

A su juicio, ¿cuál es la principal amenaza a la libertad de prensa?

- 3 VOTOS** Funas a los periodistas
- 5 VOTOS** Veto a los medios
- 5 VOTOS** Hermetismo de parte de las fuentes oficiales de información
- 14 VOTOS** Discusión que busca ejercer mayor control sobre los medios de comunicación
- 3 VOTOS** Otro



Amenazas a los medios

Desde su experiencia, ¿Ud. ha sentido que su medio de comunicación ha sido amenazado en el último año?

- SÍ** 14 VOTOS
- NO** 16 VOTOS

Rol de los medios regionales
es clave para una

Prensa libre e independiente

La diversidad de los medios es fundamental para acercar las noticias a los ciudadanos y para conectarlas con la realidad local y nacional.

En el marco del trigésimo Encuentro de Diarios Regionales realizado en La Serena, representantes de la Asociación Nacional de la Prensa (ANP) y directores de medios locales destacaron el creciente rol de los medios regionales en la entrega de información oportuna y veraz, e hicieron un llamado a cuidar la independencia de la industria.

Miguel Zunino, presidente de la Comisión de Medios Regionales de la ANP, comentó que los diarios, periódicos y revistas deben informar siempre con una mirada neutral, para que las personas cuenten con información objetiva.

“Nosotros como medios regionales somos el motor de la información, somos difusores de las políticas públicas nacionales en nuestros territorios y promotores del desarrollo de nuestras regiones y del país. Por eso debemos preocuparnos, de manera especial, de resguardar el periodismo libre e independiente”, afirmó.

La libertad de prensa es el pilar fundamental de los medios regionales y es importante resguardarla, explicó Miguel Zunino. “Desgraciadamente hoy vemos en Chile a algunos actores que quieren imponer sistemas de control a nuestros medios, lo que es una amenaza a la libertad de informar y afecta a los ciudadanos, que tienen el derecho a recibir información veraz y objetiva”, agregó el representante de la ANP.

Francisco Puga, director de El Día de La Serena -medio anfitrión del encuentro-, subrayó también la importancia de los distintos periódicos locales. “Los medios regionales escriben la historia de cada región y apoyan fuertemente la descentralización informando en localidades donde muchas veces no se tiene conexión y accesos a otros medios”, afirmó.

El Encuentro de Medios Regionales apuntó a relevar la importancia del periodismo en cada localidad. El balance fue muy positivo, a juicio de Francisco Puga, ya que permitió acercarse a las nuevas autoridades que dirigen el país, compartir experiencias de los distintos medios, capacitarse en distintos temas y reflexionar sobre el futuro de los medios de comunicación.



“Los medios regionales escriben la historia de cada región y apoyan fuertemente la descentralización informando en localidades donde muchas veces no se tiene conexión y accesos a otros medios”

Francisco Puga, director de El Día de La Serena, medio anfitrión del encuentro.



“Nosotros como medios regionales somos el motor de la información, somos difusores de las políticas públicas nacionales en nuestros territorios y somos promotores del desarrollo de nuestras regiones y del país”

Miguel Zunino, presidente de la Comisión de Diarios Regionales de ANP.

SOMOS PROMOTORES

DEL DESARROLLO

DE NUESTRAS

REGIONES Y DEL PAÍS



Cena de la prensa 2022

Reencuentros y reflexiones

en torno a la actualidad de los medios de comunicación



Tras dos años sin reunirse por la pandemia Covid-19, los directores de más de 30 medios y diversas autoridades se reencontraron en La Serena, donde intercambiaron experiencias y coincidieron en la importancia de resguardar la libertad de expresión.

El fortalecimiento de la libertad de prensa, el valor de la experiencia compartida, la perfección de habilidades y la relación entre los medios locales. Estas fueron algunas de las temáticas tratadas en la Cena de la Prensa 2022, realizada en las instalaciones del Hotel Club La Serena.

Esta instancia, además de contar con más de 60 directores, editores, periodistas y comunicadores de diferentes medios de comunicación escritos de todo Chile, incluyó la presencia de la ministra de la Secretaría General de Gobierno (SEGE-GOB), Camila Vallejo.

Junto con homenajear en su discurso a Francisca Sandoval, reportera del Canal 3 La Victoria, que murió tras ser herida el 1 de mayo en Santiago, la autoridad destacó a todos quienes desde su espacio contribuyen al ejercicio de un periodismo libre que fortalece la sociedad y a la democracia.

“Es un día que nos recuerda la importancia de la prensa libre, de cómo garantizamos mejor el ejercicio seguro de la profesión y de la libertad de expresión. La importancia de una prensa libre es vital para el funcionamiento de una democracia plena, de un Estado de derecho sólido que pueda proteger la libertad de opinión, expresión y de información”, afirmó.

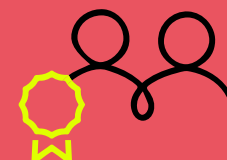
Manifestó que la ciudadanía legítimamente demanda más de sus autoridades elec-

tas y también de los medios de comunicación, quienes tienen la responsabilidad de informar, de crear opinión pública y de educar, de lograr que las personas puedan empatizar, muchas veces, con procesos complejos o ajenos a su propia realidad.

En tanto, el presidente de la Asociación Nacional de la Prensa (ANP), Juan Jaime Díaz, advirtió que las nuevas tecnologías han traído muchos beneficios, entre ellos permitir que la información llegue en forma más oportuna y a un mayor número de personas. Sin embargo, también han presentado riesgos como un mayor acceso e intrusión en la vida privada, mayor difusión de “fake news” y a veces una rápida propagación de discursos de odio.

Por último, el director del Diario El Día, Francisco Puga, aseveró que en medio de los profundos cambios sociales que atraviesa el país, es fundamental destacar el rol de los medios regionales para el fortalecimiento de la democracia y el desarrollo de una sociedad más informada y transparente.

“No podemos olvidar que, a través de la pluma y lente de los periodistas y reporteros, se conocen las diversas realidades y necesidades de los territorios. Más allá de las plataformas que están en constante evolución, el papel fiscalizador e investigador de los medios se mantiene firme a lo largo de los años. De esta manera, podemos defender una democracia sana y un mercado saludable”, añadió.



ANP reconoce a destacadas figuras del periodismo nacional

En el marco del encuentro, la Asociación Nacional de la Prensa (ANP) distinguió a Ernesto Corona y Manuel Massa con el premio “Traectoria Inspiradora”, un reconocimiento que se entrega a quienes han destacado por promover un periodismo de calidad a lo largo de su carrera profesional.

Ernesto Corona ha destacado tanto en su rol gremial como en los medios de comunicación. Fue presidente de Archi entre 1993 y 1997, presidente de Anatel desde 2012 hasta este año, presidente y fundador de la Federación de Medios de Comunicación, y también director de la ANP. Además de sus cargos gremiales, fue director de Radio Chilena y de Mega.

Manuel Massa, por su parte, ha demostrado un compromiso irrestricto con la libertad de prensa y con la información periodística de calidad. Es miembro destacado del directorio de la ANP desde 1988. Fue presidente del Consejo de Administración y luego director del Diario La Prensa de Curicó hasta el año 2021. En su periodo, el mismo transitó a formato digital y se expandió a nivel regional. Manuel es un empresario periodístico y Ciudadano Ilustre de Curicó.

El Diario El Día de La Serena -medio anfitrión del evento- recibió el premio “Espíritu ANP” por su profesionalismo y espíritu colaborativo.



Socio Principal, Francisco Lyon:

KPMG: “Hoy más que nunca propósito con rentabilidad pasa a ser un eje vital para el crecimiento sostenible de las empresas”

Gobiernos corporativos modernos, con personas de distintas sensibilidades; el fomento de liderazgos inclusivos, que escuchan y sean receptivos a su entorno, son algunos desafíos que planteó ejecutivo en EDR 2022.

KPMG Chile fue una de las marcas que apoyó la realización del Encuentro de Diarios Regionales 2022, organizado por la Asociación Nacional de la Prensa. En el evento, el socio principal de la firma, experta en auditoría, Tax & Legal y asesorías, Francisco Lyon, reflexionó acerca del rol de las empresas en el desafiante escenario en que vivimos.

“En un país convulsionado, donde las críticas hacia el mundo empresarial han abundado, hoy más que nunca creemos que las empresas deben enfocarse en su propósito, en la creación de valor hacia sus grupos de interés y la sociedad en su conjunto, a través de una conducta empresarial responsable y transpa-

rente. Estamos convencidos que propósito y rentabilidad van de la mano.

Haciendo un símil con los medios de prensa, el socio principal de KPMG reflexionó acerca de la importancia de la calidad y veracidad de la información que se entrega al mercado. “Al igual que en el periodismo, lo que KPMG y las empresas de nuestra industria buscamos, o debemos buscar, en el marco de los diversos servicios que se prestan, es reflejar la veracidad y precisión de lo que se informa, en un trabajo conjunto con los clientes inspirado en la sustentabilidad y sostenibilidad corporativa”.

En materia de ASG, Lyon sostuvo que los medios han escrito mucho al respecto, lo que es un aporte. “La adopción de prácticas Ambientales, Sociales y de Gobernanza, y de cómo las empresas se están subiendo a este carro, es algo valioso. Para nosotros, como prestadores de servicios expertos en esta materia a nivel global, es el camino correcto. Es una manera de hacer las cosas que cada vez se instala más y que seguirá evolucionando, por cierto con mayores retos para las empresas. Hacer mediciones de impacto y reportarlas; asumir compromisos con la diversidad e inclusión; tener gobiernos corporativos modernos,

con personas de distintas sensibilidades y experiencia, todo en el marco de una conducta empresarial responsable y transparente. Que las empresas fomenten liderazgos inclusivos, que escuchan, que son receptivos a su entorno, son algunos desafíos que enfrentarán”.

Con todo, puntualizó que implementar prácticas ASG “no es la moda a la cual hay que adherir simplemente porque todos están ahí. Hay que creerlas y vivirlas de verdad, lo que va mucho más allá de llenar formularios o procedimientos de cumplimiento, entendiendo que se trata de cambios transformacionales que hacen mejor a la empresa y a las personas al interior, absolutamente compatibles con la rentabilidad, contribuyendo a tener una mejor sociedad”.

En tal sentido, el ejecutivo de KPMG destacó también que es relevante entender que para que las compañías generen valor a la sociedad, deben ser sostenibles y, por lo tanto, rentables. “En el pasado, sabemos que el foco fue ‘la rentabilidad primero’. Luego ha transitado a un concepto de ‘rentabilidad con propósito’. Estamos convencidos que lo que corresponde es que las empresas tengan ahora un “propósito con rentabilidad”.

Trigésimo encuentro de diarios regionales en imágenes

Directores y editores de distintas localidades de Chile se reunieron en La Serena, donde abordaron los desafíos de la prensa con un especial foco en regiones. En la tradicional Cena de la Prensa, compartieron con diversas autoridades e hicieron un reconocimiento a figuras destacadas del periodismo nacional.



Juan Jaime Díaz, presidente de la ANP; y Camila Vallejo, Ministra Secretaria General de Gobierno



Rafael Vera, Alcalde de Vicuña; y Juan Jaime Díaz, Presidente de la ANP.



Miguel Zunino, presidente de la Comisión de Diarios Regionales de la ANP, entrega el premio "Espíritu ANP" a Francisco Puga, gerente general del diario El Día.



Francisco Puga, gerente general de el diario El Día y vicepresidente de la ANP, entrega el premio "Trayectoria inspiradora" para destacar el aporte de Manuel Massa, ex director de La Prensa de Curicó, y miembro destacado del directorio de la ANP. Recibe en su nombre Fernando Cordero, agente regional de La Prensa.



En la cena de la prensa los participantes compartieron en un distendido ambiente.



Gabriel Vergara, director de HoyxHoy; Rafael Vera, alcalde de Vicuña; Marcela Küpfer, directora de La Estrella de Valparaíso; Carlos Vergara, director de El Mercurio de Valparaíso; Eduardo Campos, director de La Estrella de Iquique.



Francisco Lyon socio principal de KPMG Chile; Marily Lüders, directora Diario Financiero y DFMAS; Rodrigo Ariel Rotonda, subdirector de El Eco Multimedia.



José Luis Santa María, director de La Tercera; Marily Lüders directora de Diario Financiero; Carolina Soza, socia de Projecta Comunicaciones; y Carlos Schaerer director de El Mercurio.



Ernesto Corona, ex presidente de Archi y Anatel (entre otros cargos gremiales y en medios) recibe el Premio ANP 2022 por su trayectoria inspiradora, de parte de Juan Jaime Díaz, presidente de la ANP.



Ricardo Pascual, gerente general de La Tribuna; Gonzalo Toledo, director de Relaciones Enseñanza Media en Inacap; Claudia Fuentes, directora de La Tribuna; Nancy Puchi, gerenta general de El Divisadero; Paola Álvarez, directora de El Heraldo Austral; Gabriel Becerra, director de revista Do You Know Chile?; y Arturo Catalán, sub editor "Chile Tecnológico" de El Mercurio.



Carlos Kubick, gerente general de El Líbero; Ignacio Ortiz, editor general multimedia de El Pingüino; Alberto Solo de Zaldívar, director gerente de El Pingüino; y Rosario Arechavala.



Grupo de profesionales en las sesiones de trabajo que tuvo el Encuentro.

Medios de comunicación

compartieron experiencias de

Transformación *digital*

Los expositores fueron la directora de Diario Financiero, Marily Lüders, con “El éxito de la estrategia digital de DF”, y el gerente comercial de Diario El Día, Francisco Labbé, con “La experiencia del proceso de transformación digital de El Día”.



La transformación digital es hoy uno de los grandes temas en los periódicos de todo el mundo, y por cierto, en la prensa local. Cada medio ha hecho su camino, y en muchos casos hay valiosas experiencias que han enriquecido el trabajo de los equipos. Es el caso de Diario Financiero y Diario El Día. En la última reunión de la ANP directivos de ambos medios expusieron acerca de sus procesos en esta área.

La directora de Diario Financiero, Marily Lüders, expuso sobre “El éxito de la estrategia digital de DF”. De esta forma, detalló cómo este medio económico ha ido desarrollando una serie de prácticas innovadoras, y los cambios que lo tienen en una sólida posición en el ecosistema informativo.

Reveló diversos datos que son facilitados por las actuales herramientas de análisis en línea se han integrado al trabajo del día a día, permitiendo nutrir la toma de decisiones con más elementos.

“Tenemos dos pautas, una muy temprano y otra a mediodía. En ambas partimos compartiendo datos. A las 12 horas planificamos la tarde en digital y el día siguiente. ¿Qué es lo que nunca falta? Un indicador de prensa

que tiene tres componentes: hace cuánto la persona llegó a leer el diario, cada cuánto te lee y el volumen de lectura”, afirmó.

Es así como una nota que tiene alto uno de estos tres índices, la vuelven a revisar para ver si es un tema que está dentro de su área, si es de interés, qué más se le puede agregar, etcétera. De esta forma, van enriqueciendo las noticias que los lectores están favoreciendo, no la que los editores creen.

Esto es posible gracias a que se cuenta constantemente con datos dispuestos en “dashboards” que la editora y su equipo tienen en sus computadores y teléfonos. Indicadores como las notas más leídas, el tiempo de lectura promedio o hasta qué punto de la nota han llegado los lectores (scroll), con los que la recomendación es “ir probando lo que te gusta”.

Los datos disponibles también los han llevado a conocer más a su público, al

que pueden categorizar según su grado de exposición y consumo del contenido del diario, y a continuación, pensar en herramientas adaptadas a sus características específicas. De esto nació, por ejemplo, la idea de crear alertas de WhatsApp que envían a su público más fiel, además de los newsletters que abordan áreas específicas de la economía, y los podcast.

Otra estrategia ha sido desarrollar proyectos por etapas en los cuales pueden ir monitoreando su grado de aceptación paso a paso. Este es el caso del proyecto DFSud, que comenzó en enero pasado con noticias para Perú y Colombia, y debido al buen nivel de lectoría que ha alcanzado en estos países, pronto agregarán México. La directora resume esta estrategia como “probar, probar; proyectar temas”.

Por otra parte, esta transformación digital ha revelado el verdadero valor de

la suscripción digital, aunando criterios al interior del diario.

“Esa muralla china que hace que el área comercial y el área periodística no estén comunicadas se rompe cuando uno tiene la meta común de suscripciones digitales. A mí no me complica, al contrario, me da más independencia saber que tengo más suscriptores digitales; me permite tener un diálogo con otras áreas de la empresa y trabajar juntos en aquellas cosas que sí podemos trabajar juntos”, comentó Lüders.

Marily Lüders destacó: “Nos encantan los datos. Estamos tratando de mejorar nuestra capacidad de digerirlos”, aunque a la vez, en última instancia, esto va más allá de la tecnología: “Tiene que ver en el fondo con volver a lo básico, sin perderse en los fuegos artificiales. Hoy hay millones de plataformas y medios increíbles; pero al final del día, es un periodismo que se atreve todo el tiempo a cuestionarse si la manera en que está llegando es la adecuada”.

En tanto, la segunda charla corrió por cuenta del gerente comercial de Diario El Día, Francisco Labbé, quien expuso sobre “La experiencia del proceso de transformación digital de El Día”, donde reveló que este proceso al principio no se veía fácil, puesto que en ese tiempo la mayor parte del equipo periodístico del diario eran personas más bien mayores, que siempre habían trabajado con el formato impreso.

La instalación de estas capacidades se implementó entonces básicamente a partir de dos vías. La

primera fue la creación de una agencia de marketing digital que incorporó profesionales que sí estaban familiarizados con este mundo. “Es una nueva área de negocios que, por un lado, sirve al diario El Día, es decir, su principal cliente es el diario El Día, y se ocupa de todos los productos de la marca, pero también trabaja con clientes externos”, explicó Labbé.

De esta forma se buscó una forma innovadora de incorporar lo que les faltaba, y alivianar “esa ‘mochila’ que significaba el poder traer talento digital nuevo a la empresa diario El Día, que no estábamos en condiciones, por cómo está la industria”, agrega el gerente comercial.

Además, capacitaron totalmente al equipo que está dentro del medio de comunicación. “Se les dio la oportunidad de que sacaran carreras del área digital. O sea, especializarse en este ámbito. Para ello establecimos una alianza con una institución educativa donde se les dio la oportunidad al equipo de capacitarse”, explicó Francisco Labbé.

En la actualidad ya están observando los frutos de estos cambios, partiendo por una cultura corporativa más cohesionada, donde todos se sienten parte del cambio. Además, hay modificaciones en procesos clave, como en el área comercial, donde los ejecutivos cuentan con nuevas herramientas para explicar los beneficios de la publicidad digital o en diseño, donde los profesionales han adquirido competencias de animación y video.



Hoy hay millones de plataformas increíbles, medios increíbles; pero al final del día, es un periodismo que se atreve todo el tiempo a cuestionarse si la manera en que está llegando es la adecuada.

Marily Lüders, Directora de Diario Financiero.



Desde la gerencia hubo un empuje por el tema de la capacitación y poder transformar a todo el equipo de diario El Día en las nuevas tecnologías y los nuevos desafíos.

Francisco Labbé, Gerente comercial de Diario El Día.



Universidad Central



CONOCE NUESTROS POSTGRADOS

Tan flexibles como tú necesitas

ADMISIÓN 2022
INICIO DE CLASES AGOSTO

MBA

- MBA en Gestión de Negocios (Santiago)

GOBIERNO Y ASUNTOS PÚBLICOS

- Magíster en Dirección y Gestión Pública (Online- Santiago)
- Magíster en Gobierno y Asuntos Públicos (Santiago)

DERECHO

- Magíster en Derecho Procesal (Online)

INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA

- Magíster en Análisis de datos para la Inteligencia de Negocios (Santiago)
- Magíster En Ingeniería Industrial (Online)

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

- Magíster en Control y Gestión de Riesgo Corporativo (Santiago)

EDUCACIÓN

- Magíster en Gestión y Liderazgo Educacional (Online)
- Magíster en Docencia para la Educación Superior (Online)
- Magíster en Educación Inclusiva (Online)

Certificación intermedia con: 3 diplomados / Duración de los programas: 5 trimestres

Ministra de la Secretaría General de Gobierno (SEGEOB), Camila Vallejo

Vemos con preocupación el incremento de los hechos de violencia hacia los trabajadores de la prensa

La autoridad destacó la importancia de los medios de comunicación en el contexto que enfrenta Chile y afirmó que el gobierno trabajará en una normativa para la protección de los periodistas, reporteros y otros colaboradores ligados a la prensa.

En el marco del Encuentro de Diarios Regionales 2022, la ministra de la Secretaría General de Gobierno (SEGEOB), Camila Vallejo, abordó la importancia del evento que reunió a más de 60 directores, editores, periodistas y colaboradores de medios escritos de todo Chile; el rol de estos en el contexto sanitario, social, político y económico actual, y cómo el Estado puede promover la libertad de expresión.

La ministra participó en este Encuentro para dialogar de lo que tiene planeado el gobierno del presidente Gabriel Boric para fortalecer la democracia a través del pluralismo, la libertad de prensa, de expresión y la protección de los trabajadores de los medios de comunicación.

En esta línea, la titular de la SEGEOB reveló que se reunió con la senadora Fabiola Campillai y los diputados Juan Santana y Nathalie Castillo, a propósito de que estos parlamentarios han manifestado su interés en avanzar en una ley de protección para quienes laboran en canales de televisión, radios, diarios y otros.

“Es de alto interés para nosotros el apoyar esa iniciativa. Vamos a ver cómo hacerlo, porque ya existen estándares UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) en esta materia y vemos con preocupación el incremento de los hechos de violencia hacia los trabajadores de la prensa en general. Es decir, no solo periodistas, también comunicadores, reporteros y camarógrafos. En ese sentido, esperamos concretar la mejor forma de avanzar en una normativa para crear mejores estándares y que estos se ajusten a lo que se ha venido planteando”, complementó.

Desinformación y su daño hacia las instituciones democráticas

La contingencia actual ha supuesto uno de los desafíos más importantes de su historia no solo para los medios de comunicación escritos, sino para el periodismo en general. Cada día son miles las “fake news” o contenido pseudo periodístico, que intencionadamente contribuyen a desinformar a la ciudadanía.

En este aspecto, el Equipo de Respuesta ante Incidentes de Seguridad Informática del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, alerta que estas noticias falsas las podemos entender como “información verificablemente falsa o engañosa que se crea, presenta y divulga con fines lucrativos o para engañar deliberadamente a la población y que puede causar un perjuicio público”

Por perjuicio público se pueden entender amenazas a los procesos electorales y democráticos, a los bienes públicos, a la estabilidad de la economía, a la salud pública, al medio ambiente o a la seguridad de los ciudadanos. En consecuencia, el uso de la desinformación puede terminar desacreditando a personas, siendo un vehículo para cometer delitos

SEA CUAL SEA EL

MEDIO DE COMUNICACIÓN

SU RESPONSABILIDAD

SOCIAL ES CLAVE.



relacionados con el honor, la venganza, la imagen o el fraude, manipulando los mercados financieros, provocando caos social o desestabilizar las relaciones internacionales y modificando la voluntad electoral, entre otros.

En relación con el tema, Vallejo sostuvo que "sea cual sea el medio de comunicación, su responsabilidad social es clave e importante. O sea, más que estudiado está que para tener una democracia robusta, es necesario tener democratizado los medios, que no estén hiper concentrados, que haya pluralismo, libertad de prensa, que se resguarde el derecho a la información... y más que establecer una obligación, su sentido de responsabilidad debe ser enfrentar las 'fake news'. Porque las mentiras se esparcen mucho más rápido y fácil que las verdades".

Por consiguiente, aseguró que cuando los medios de comunicación no juegan un rol de responsabilidad, obviamente que se debilitan las instituciones democráticas de un país.

"Si los trabajadores de la prensa no pueden enseñar libremente su labor, obviamente se afecta la libertad de expresión y de prensa

(...) toda la agenda que tenemos como Gobierno en materia del sistema nacional de medios públicos, creemos que puede ayudar a (la libertad de prensa). No puedo adelantar mucho de eso, pero también deben jugar un rol las universidades y las instituciones que están directamente relacionadas con esta materia", finalizó la ministra de la Secretaría General de Gobierno.



Para tener una democracia robusta, es necesario tener democratizado los medios, que no estén hiper concentrados, que haya pluralismo, libertad de prensa, que se resguarde el derecho a la información.

Camila Vallejo, Ministra de la Secretaría General de Gobierno.

VICUÑA EN EL VALLE DE ELQUI

UN DESTINO TURISTICO POR

descubrir y vivir



La comuna de Vicuña se ubica justo en el corazón del Valle de Elqui en la Región de Coquimbo a tan solo 45 minutos de La Serena.

Vicuña, Valle de Elqui, es el cuarto destino turístico preferido por los chilenos. Donde es posible vivenciar experiencias turísticas variadas, desde el astroturismo hasta el turismo de bienestar y aventura, en medio de los contrastes de paisajes que conmueven por su energía y magnetismo.

El Astroturismo destaca producto de sus limpios cielos, acompañado de la tranquilidad que otorgan sus valles y proporcionan una experiencia mágica que ha permitido el posicionamiento nacional e internacional como Capital Mundial de la Astronomía.

De igual manera, el Enoturismo tiene una expresión singular en las visitas a los centros turísticos de las pisqueras de la zona con más de 80 años de historia. Donde se puede conocer, respirar y disfrutar del pisco orgullo nacional.

En Vicuña encontrarás también, un verdadero descanso pleno. Este nuevo Tibet, como es mencionado el Valle de Elqui, para muchas personas se transforma en un refugio de sanación, tanto corporal como espiritual, entregando un sinfín de ofertas donde relajarse, con masajes o spa, como también lugares donde meditar al aire libre.

La comuna de Vicuña, se ha transformado en el corazón del Valle de Elqui y en la capital Mundial de la Astronomía.

Les invitamos a descubrir y vivir Vicuña.
(www.turismovicuna.cl)



Sebastián Rivas,

Subdirector de Audiencias del

grupo Copesa y de La Tercera

El fact checking ayuda a generar un mejor debate público

Hace cinco años La Tercera comenzó con el proyecto "Fact Checking", es decir, el análisis de datos, noticias y rumores para determinar su veracidad. Sebastián Rivas, subdirector de Audiencias del Grupo Copesa y de La Tercera, realiza un balance positivo de esta iniciativa, que ha sido muy bien recibida por sus audiencias.

¿Cuál debe ser el rol de los medios de comunicación frente a las fake news?

Los medios muchas veces se enfrentan a una problemática: ¿debo desmentir informaciones que yo probablemente no he dado y que son, además, falsas?, ¿hasta dónde no voy a estar amplificando situaciones que quizá pueden pasar más inadvertidas? Eso es un debate que todavía se da, pero como la emergencia de las fake news ha sido tan amplia hay un cierto consenso de que los medios sí tienen un rol importante que jugar en desmentir informaciones falsas. Además, los medios cumplen con ser una barrera de filtro ante esta cantidad gigantesca de información que circula sin mucho control.

¿Cómo ha sido la experiencia del fact checking de La Tercera?

La Tercera comenzó con un fact checking, porque consideramos que era parte de nuestra misión poner en contexto y jugar un rol en el análisis de la información falsa. Esto nos ha ido llevando a tener una metodología, hemos tenido cursos con organizaciones que se dedican a esto en Latinoamérica, para tratar de generar un proceso objetivo y concreto.

Además, hay un factor muy importante: la respuesta de la audiencia. El fact checking ha sido muy positivo, sentimos que a la gente le sirve, y que está en el corazón de lo que queremos ser como medio. Se ha metido con mucha fuerza en nuestras plataformas digitales, se ha llevado a nuestras ediciones impresas y está dentro de los elementos que hacen sentido en un medio que trata de tener una reflexión profundamente ciudadana. Es algo que los medios están en una condición privilegiada para hacer, y que sin duda ayuda a generar un mejor debate público.

Los medios están en una posición única para liderar este tipo de chequeo, dado que tienen protocolos, expertise periodística, y una búsqueda de la información con procesos que vienen ya hace décadas.

Sebastián Rivas.



En el último tiempo, y en el contexto del proceso hacia una nueva Constitución han surgido varias iniciativas de fact checking. Sin embargo, se ha planteado que muchas veces solo chequean información contraria a la Convención. ¿Cuál es su análisis?

Cuando hablamos de fake news, es muy relevante entender que en gran medida estamos refiriéndonos a informaciones que surgen sin un origen determinado, con intencionalidad muy precisa y que es necesario combatir. El que se realice fact checking debería ser bienvenido, pero existe una dimensión donde se complica: cuando este tipo de chequeo se puede usar con un grado de intencionalidad. Por eso en el mundo se ha ido confluendo a tratar de tener una metodología predecible, y a tratar de transparentar cuáles son los elementos que se usan para la calificación de verdadero o falso, porque en el debate público se da mucho que para descalificar un argumento se le tilda de fake news, sin que necesariamente lo sea.

Cualquier iniciativa que quiera hacer un chequeo debería cumplir con algunos mínimos de rigurosidad. Los medios están en una posición única para liderar este tipo de chequeo dado que tienen protocolos, expertise periodística, y una búsqueda de la información con procesos que vienen ya hace décadas.

¿Qué recomendaciones haría a los medios regionales para hacer fact checking?

Es algo en lo que vale muchísimo la pena invertir, que va a servir a las audiencias locales, y que está en el corazón de la misión de probablemente todos los medios, pero hay que ser cuidadoso, posiblemente partir de menos a más, y con un enfoque más de calidad que de cantidad.



Sólo somos personas comunes

Eduardo Sepúlveda
Director de El Líbero.

“¿Qué destrezas debe tener el mejor periodista?”, me preguntan con frecuencia los alumnos en la universidad. “¿Una larga lista de contactos, de fuentes noticiosas? ¿Buena pluma? ¿Sagacidad? ¿Mucha cultura general?”.

“Todo eso sirve”, les digo yo. “Pero con los años aprendí que hay un atributo por sobre todos los otros: el sentido común”, les respondo finalmente.

El sentido común es algo que se tiene o no se tiene, suele decirse. He aprendido que se puede educar. Y quienes trabajamos en medios de comunicación estamos obligados a entrenarlo.

Es que comunicar es poner “en común” contenidos que son necesarios para nuestra comunidad. Pero hoy comunicar también es escuchar lo que nuestra comunidad quiere poner en común.

Es que los medios de comunicación ya no son el “emisor” por excelencia, que enviaba su “mensaje” al “receptor”: la llamada “audiencia”.

Hoy, los medios de comunicación tradicionales coexisten con los medios sociales en la discusión pública, en la comunicación social. En la actualidad, cualquier persona a través de una cuenta en Twitter o en Instagram puede ser un medio de comunicación masivo; con su propia línea editorial individual.

En el mundo en que vivimos la “audiencia” ya no se conforma con sólo “oír”, ahora también “habla” y fuerte.

Entonces, todos somos comunicadores sociales. Todos somos

emisores y receptores al mismo tiempo.

¿Tiene sentido que los medios tradicionales sigamos llamándole “audiencia” a las personas a las que destinamos nuestros mensajes? Probablemente no. Ni siquiera existe un “ellos” y un “nosotros”. Somos todos parte de la misma comunidad de “hablantes-oyentes” que nos ayudamos mutuamente a resolver nuestras necesidades informativas y comunicativas.

Pero, entonces, ¿los medios de comunicación tradicionales ya no cumplen una función “especial” en la sociedad? Por supuesto que sí. Los comunicadores profesionales somos los que tenemos la responsabilidad de velar por el bien común. Somos, igual que hace 500 años, los “perros guardianes” de nuestra comunidad.

Por eso tenemos que entrenar el sentido común. Para poder identificar cuál es el bien común.

Cuando una comunidad entiende el valor de contar con un perro-guardián-del-bien-común, está dispuesta a cuidarlo, a apoyarlo... incluso a financiar sus necesidades existenciales.

Los periodistas a veces nos sentimos especiales, pero en el fondo sabemos que sólo somos personas comunes. Y mientras más comunes, mejor.

En el mes de mayo de 2022, en la ciudad de La Serena, los miembros de la prensa tuvimos la oportunidad de reunirnos. Compartimos nuestros miedos y nuestros logros; hubo espacio para lamer nuestras heridas de perros guardianes. Pero lo más importante fue reencontrarnos para mirarnos a la cara de nuevo y reconocer en los otros a esas personas comunes que somos. Comprometidos con nuestras comunidades, luchando por el bien común.



Desafíos de los medios regionales

José Miguel Infante
Director Carrera Periodismo
Universidad Central de Chile

La noción del encuentro implica predisposición favorable hacia el otro, porque plantea la idea de hallar en conjunto caminos posibles ante escenarios complejos. Parafraseando al escritor y filósofo francés Charles Pépin, el encuentro “tiene el poder de hacernos descubrir el amor, la amistad o conducirnos hacia el éxito”, gracias a su facultad de sacudir y fisurar nuestro “capacidad social”. Este ejercicio se reflejó en el “Encuentro de Diarios Regionales” del 12, 13 y 14 de mayo en La Serena, organizado por la Asociación Nacional de la Prensa, ANP.

Esa pausa reflexiva, ante las tensiones por los cambios paradigmáticos que enfrenta la humanidad, tiene un correlato en el quehacer periodístico, y obtuvo un espacio necesario en el taller “Desafíos y oportunidades para los medios hoy”, donde participaron directores y editores. Allí, se examinó el ecosistema mediático regional y hubo un diagnóstico común sobre la industria, a pesar de la diversidad de contextos y de la realidad de cada organización.

Para los medios regionales, un patrimonio simbólico que se erige con fuerza está expresado en el valor de sus marcas, junto al conocimiento de los territorios y la conexión con las audiencias. Sin duda, esos aspectos constituyen elementos sustantivos de sus fortalezas, pero están permeados por el desafío de dar sustentabilidad a las empresas periodísticas, debido a los cambios tecnológicos y las dificultades de financiamiento. Ello, se debe ver

con especial atención, porque no estamos solo ante emprendimientos privados, sino frente a una pléyade de iniciativas que prestan un servicio a la sociedad y cimentan las bases de la democracia.

Fortalecer estas voces es posible, en mérito de las oportunidades que brinda la digitalización, los nuevos canales de difusión y el apoyo de las autoridades, no obstante, las interrogantes atendibles de cómo enfrentar los nuevos escenarios globales desde la región, fenómeno abordado por autores como Roland Robertson o Ulrich Beck, al advertir la glocalización.

Los medios regionales y, bien lo expresan en sus análisis, cruzan un terreno sísmicamente activo no solo por razones exógenas, sino también por debilidades.

Sus desafíos inmediatos están centrados en la resistencia al cambio y las dificultades para adaptarse a las tecnologías de la comunicación e información y a los nuevos modelos de negocio. Allí, se evidencia la necesidad de encontrar caminos para monetizar los contenidos y fortalecer los equipos de trabajos, con el propósito de evitar la obsolescencia.

Si bien la digitalización aparece como una oportunidad, la mirada también se ha puesto en las grandes plataformas y las redes sociales, donde pululan las noticias falsas, sumado al problema de los usos de contenidos generados por los medios sin una justa retribución. En la misma línea, el clipping está en el foco del cuestionamiento. Aunque, los desafíos son múltiples, el encuentro en la Región de Coquimbo fortaleció el sentido de misión, de una labor tan imprescindible y apasionante como el periodismo.

La exitosa reinvención de el Eco de Tandil

uno de los medios más antiguos
de Argentina



Rodrigo Rotonda, subdirector del periódico local que este año cumple 140 años, explicó cómo su modelo de suscripciones llevó al medio a ser acreedor del Google Initiative.

Fue en julio del año 1882 cuando se imprimió el primer ejemplar de El Eco de Tandil. Desde ese entonces han pasado 140 años, tiempo en el que el medio de comunicación argentino se ha expandido y se ha convertido en un canal multiplataforma, que incluye televisión, radio y versión digital.

De su crecimiento y sobre todo de su modelo de suscripciones que se hizo acreedor del Google Initiative, expuso el subdirector de El Eco Multimedios, Rodrigo Ariel Rotonda, ante los asistentes al Encuentro de Diarios Regionales 2022.

“Como medio de comunicación siempre es difícil el crecimiento, más por la coyuntura de lo que implica llevarlo adelante y por las dificultades económicas del país, como también de la industria. Por eso buscamos otro tipo de ingresos, a través de las suscripciones y que es sobre lo que vine a conversar”, afirmó.

Ecosistema de noticias

Pero antes de continuar: ¿Qué es Google Initiative? Se trata de un proyecto de la compañía de productos y servicios relacionados con Internet, que trabaja en conjunto con editores y periodistas para construir un ecosistema de noticias más sostenible, diverso e innovador.

Así pues, fortalece el trabajo de las salas de prensa que cuentan con pocos recursos entregándoles herramientas digitales, capacitación y recursos que les ayudan en sus esfuerzos para encontrar, verificar y contar historias atractivas. De esta manera, colabora con editores de medios de todos los tamaños y ayudan a transformar la industria periodística, a través de programas y productos que apoyan el crecimiento estratégico, el escalamiento y la sostenibilidad de los ingresos.

La importancia de la tecnología

“Nuestro proyecto consta de cuatro módulos: un gestor de contenidos pensado y desarrollado para medios pequeños y medianos. Somos medios con necesidades totalmente distintas a los más grandes, con funcionalidades excepcionales para un medio que yo creo que nunca podría llegar a ese tipo de tecnología. Estoy convencido de que el futuro de los medios pequeños depende de qué tan sólidos tecnológicamente estén, porque actualmente cambia todo tan rápido. De un plumazo puedes quedar afuera del mercado”, complementó Rotonda.

El segundo eje es el de la membresía, que permite incorporar el modelo de suscripción deseado (duro, poroso o freemium), con el objetivo de armar, en el mediano plazo, un pool de suscripciones con diversos medios.

En tanto, el tercer módulo hace referencia a los beneficios en las ciudades del interior transandino que permita a los suscriptores acceder al contenido de manera ilimitada y disfrutar de descuentos en distintos comercios.

Por último, el ejecutivo señaló que tienen una plataforma de venta de publicidad online. “Eso es dar la posibilidad a cualquier anunciante de contratar espacio en medios tradicionales vía internet, ya sea desde su casa o donde quiera”, afirmó.

Es decir, les permite estar a la altura de todas las funcionalidades que hoy existen al pausar en redes sociales.

DATO

El diario Eco de Tandil fue fundado el 30 de julio de 1882.

Es el cuarto diario más antiguo de la República Argentina, detrás de La Nación, La Prensa además de La Capital de Rosario, y el décimo de América Latina. Líder absoluto en la industria de diarios a nivel local, con un 70% de participación de mercado.

Con diferentes iniciativas

Transbank potencia la inclusión

de MIPYMES en los pagos electrónicos

Los pagos electrónicos siguen consolidando su alza en el país. Las ventas con tarjetas de crédito, débito y prepago -a través de canales presenciales y online- registraron un crecimiento real de 15% en el primer trimestre del año en comparación con el mismo período de 2021. A esto se suma que las transacciones con medios de pago electrónicos por internet han tenido un crecimiento de más de 611% entre 2016 y 2021. En tanto, los pagos con tarjetas en modalidad presencial han aumentado un 127% en el mismo período.

Todo indica que esto se continuará profundizando con nuevas tecnologías y formas de pagos simples, sin barreras y más amigables para los comercios y tarjetahabientes. En este contexto, Transbank está impulsando distintas iniciativas para que más comercios se informen de los pagos electrónicos y sean parte de este ecosistema.

Una de ellas es el podcast "La Senda del Emprendedor" que, en un formato educativo y fácil de consumir y compartir, entrega herramientas a emprendedores y pymes para que puedan desarrollar y potenciar sus negocios. En sus capítulos -que están disponibles en el Spotify de Transbank- distintos emprendedores cuentan cómo lo hicieron y dan consejos para quienes están recién partiendo. "La Senda del Emprendedor" ya lleva más de 20 episodios, en los que se ha conversado sobre generar contactos, cómo hacer un plan de negocios, oportunidades de los medios de pago digitales, orden en las finanzas, reinversión, cómo levantar financiamiento, marketing digital, entre otras variables.

La gerenta de la División de Personas, Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de Transbank, Isabel De Gregorio, destacó que "en los últimos dos años, se aceleró la digitalización de muchos comercios y se profundizó la inclusión de los medios de pago electrónicos en micro, pequeñas y medianas empresas. Hoy, el principal desafío está en continuar aumentando la inclusión de los pagos digitales, ya que hay cerca de 600 mil comercios que no cuentan con estas soluciones y están en una clara desventaja en relación a los que sí lo hacen. Como industria tenemos que llegar a ellos y acompañarlos en su digitalización para que aprovechen de la mejor manera los beneficios que brinda la economía digital".

Por eso, Transbank ha estado en constante movimiento para llegar a todos los rincones de Chile. Dado que los sistemas de pago electrónicos juegan un rol relevante en el desarrollo del país, este año lanzaron el programa "Transbank en la Calle", en la que los ejecutivos recorren barrios para conversar y escuchar la realidad de los comercios y así diseñar soluciones innovadoras y simples que respondan a sus necesidades.

Isabel De Gregorio, explicó que "la descentralización es un eje importante para apoyar a la inclusión y acortar la brecha digital en nuestro país. Por eso este programa está orientado a todas las regiones de Chile. Nos proponemos llegar a lugares remotos y conversar con esos emprendedores y pequeños comerciantes que tienen culturas locales diferentes. En terreno, queremos mostrarles cómo los pagos digitales pueden ayudarlos a vender más y llegar a aumentar en más de un 35% sus ventas, según lo que hemos evidenciado con nuestra data".

Iniciativas como "Transbank en la Calle" o el podcast "La Senda del Emprendedor", buscan dar a conocer testimonios de emprendedores, recomendaciones a partir de sus experiencias y las oportunidades que generan los pagos digitales para el desarrollo de sus negocios.

Mitos sobre pagos digitales



Las comisiones son altas.

Es un tema que asusta y no debería. Por cada \$1.000 de ventas, la comisión es de \$15 a \$30 aproximadamente, dependiendo de otros factores. Así, el emprendedor recibe cerca de \$985 por cada \$1.000 de venta.



Es caro tener maquina:

existen diversas alternativas para los diferentes tipos de comercios. Si no quieres arrendar una, puedes comprarla. Se puede pagar en cuotas, \$1.990 en 12 cuotas, y usarla en los períodos que tú desees, pagando sólo la comisión.

¡Seguimos conectando personas y comercios!
Despega tu negocio escuchando el podcast:

transbank.
La senda del emprendedor



Escanea y escucha



Declaración de La Serena

Los diarios, periódicos y revistas de Chile, reunidos en la ciudad de La Serena el día 13 de mayo de 2022 con motivo del XXX Encuentro de Diarios Regionales (EDR) adoptaron, por la unanimidad de los asistentes, los siguientes acuerdos:

1.

Los medios de prensa asumen con gran responsabilidad la renovada confianza de los lectores en las organizaciones periodísticas profesionales, en especial desde el comienzo de la pandemia del Covid-19. En sus distintas plataformas, los medios regionales son parte importante de la comunidad local y son actores relevantes en la entrega de información de calidad que permiten a los ciudadanos tomar mejores decisiones.

2.

En el marco del intenso ciclo de elecciones y actos plebiscitarios, los medios regionales han cumplido una insustituible labor de escrutinio del ejercicio del poder ejercido por las autoridades públicas, función esencial en una comunidad cívica activa.

3.

En el contexto de redacción de una propuesta de nueva Constitución, los medios han desplegado todos sus esfuerzos para abrir espacio a un debate público de calidad y desplegar una amplia cobertura de las discusiones sobre el futuro de Chile. En ese ámbito, los diarios, revistas y periódicos de Chile reafirman que una prensa libre es la base para una democracia sana y, en consecuencia, mantendrán su atención en las normas constitucionales y legales que reconozcan y fomenten las libertades de expresión y de prensa. Refuerzan el llamado a las autoridades competentes de que cualquier regulación en esta materia se base en el pleno respeto de la libertad editorial de los medios; en la no injerencia del Estado sobre los contenidos periodísticos; en la prohibición de censura, y en una responsabilidad social de los propios medios a través de los mecanismos de autorregulación existentes.



Encuentro de Diarios Regionales 2022

Queremos agradecer el apoyo de todos los auspiciadores y colaboradores que hicieron posible la realización de este importante encuentro.

Proteger la libertad de expresión es trabajo de todos.

Auspiciadores



Colaboradores



Universidad Central

