

CÁLCULOS DEL ESPECIALISTA HUMBERTO VERDEJO, TRAS LA PUBLICACIÓN DE UN NUEVO INFORME TÉCNICO DEFINITIVO:

## CNE confirma que las cuentas de la luz bajarán en enero; en Santiago se descontaría 0,35%, y en Valparaíso, 7,7%

C. MUÑOZ KAPPES

La Comisión Nacional de Energía (CNE) confirmó ayer que desde enero de 2026 las hogares pagarian una rebaja de 2% en sus cuentas de la luz producto del error en que se aplicó dos veces el efecto de la inflación, y que en lo político le costó la salida como ministro de Energía a Diego Pardow.

"La tarifa residencial para un consumo de 180 kWh/mes registrará una caída promedio nacional de 2,02%. Es importante destacar que, de no haberse aplicado la devolución a los clientes por la sobreestimación en los saldos de facturas pendientes, se habría pagado el doble (el efecto de 1,53% a nivel nacional)", señalaron desde la CNE.

Sin embargo, el monto a devolver a los clientes disminuyó de \$112 mil millones, según el informe técnico preliminar, a \$104 mil millones, de acuerdo con lo que declara el informe definitivo.

El informe versa sobre el precio de la energía, por lo que incluye la devolución por el cobro errado de Tran-

selec, una empresa transmisor.

Según Humberto Verdejo, académico de la Universidad de Santiago, la corrección se debió a un ajuste en el cálculo de la inflación. "La diferencia entre la Región Metropolitana, la disminución del precio de la energía debiese ser de 0,35%. En la de Valparaíso, bajo CGE, la baja será de 7,7%, mientras que con Edesca disminuirá 8,4%".

Este informe definitivo reafirma la devolución a los clientes finales de los montos correspondientes a la sobreestimación del efecto inflacionario en los saldos de facturación producto de la aplicación conjunta de la tasa de interés corriente no reajustable y la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC)". dijo la CNE.

### Los comentarios de las empresas

Las empresas realizaron múltiples observaciones al informe preliminar de la CNE, donde se informó originalmente del error de metodología. Aes Andes comen-

tó que "nos parece importante aclarar que las cuestiones observadas no solo han tenido gran repercusión en nuestra industria, sino que han sido objeto de amplia difusión en medios". La firma propuso revisar si la modificación retroactiva de los cálculos mediante un Informe Técnico es la forma legalmente correcta".

Erigie solicitó que el decreto del precio nudo promovido no entrase en vigencia hasta la toma de razón de la Contraloría General de la República, una decisión que tras una modificación legal queda en manos del Ejecutivo.

Colbún cuestionó que se devuelva todo el monto calculado erróneamente a los clientes, cuando solo se aplica el efectivo que se ha cobrado. "En los otros montos que se deben corregir por el error o inconsistencia metodológica mencionada, no han sido trasladados a tarifas y por lo tanto, no corresponde que sean reconocidos en el próximo proceso de fijación tarifaria", escribió.

La CNE no acogió ninguna de estas observaciones mencionadas, aunque sí admitió otras.



Mauricio Funes, secretario ejecutivo (s) de la Comisión Nacional de Energía (CNE).

PABLO CORREA L.

El funcionamiento de las empresas su estructura se han ido transformando con el pasar de los años. Existe una reestructuración en muchos rubros, en los que antiguamente la atención cara a cara era indispensable y hoy pasó a ser una suerte de último recurso.

### La economía digital ya entró en Chile

Esta transformación no es casual, sino que responde a las necesidades y demandas de los clientes, pero también —en menor medida— a una racionalización de costos de parte de las empresas.

Andrés Ibáñez, profesor de márketing en la Escuela de Administración de la UC, explica que "los consumidores demandan mayor simplicidad, conveniencia, personalización y seguridad, y las empresas respondiendo a esas tendencias crecientes".

Alejandro Alarcón, economista de la Universidad de Chile, interpreta este fenómeno como parte de un cambio estructural: "La economía digital entró en Chile: muchas funciones se hacen directamente desde la casa, por lo que ya no se requiere la presencia a cara en sucursales. Además, que este punto no es local, sino parte de una tendencia mundial: "No me cabe duda de que esta es una tendencia global: a la gente le da lo mismo desde dónde la atención mientras funcione bien el sistema".

### Cómo están cambiando las sucursales

Un informe elaborado por la compañía de geointeligencia XBRAIN constata un total de 1.339 localizaciones físicas cerradas desde 2020 a la fecha. Esas localizaciones consideran los rubros de bancos, teléfonas, multimedias, isapres, grandes tiendas, compañías de seguro y AFP.

De esas 1.339, un 61,5% corresponde

TENDENCIA OBEDECE, EN PARTE, A LA NECESIDAD DE OFRECER CANALES DE ATENCIÓN 24/7

## La economía digital avanza y las sucursales físicas retroceden: bancos y telefonías lideran los cierres

canales digitales. En 2024, el 74% de nuestras ventas se realizaron por medios digitales".

### Las preferencias de los consumidores

La telefonía es uno de los rubros donde el cambio ha sido más marcado, con 143 cierres a nivel país. Movistar, que cerró 16 localizaciones, atribuye este proceso a cambios en el comportamiento de los clientes: "El crecimiento de los canales digitales y de autoatención explica una parte importante de esta transformación".

Sobre el cierre en el sector, Alfredo Ullas, presidente de Chile Telcos, señala que los puntos físicos —como sucursales, isas o móviles— se encuentran en permanente evaluación y ajuste por parte de las compañías. Afirma que "todas las empresas trabajan con multianualidad para ofrecer a sus clientes la mejor calidad de servicios, sea en sucursales o en canales digitales".

En la misma línea, Daniel Encina, CEO de XBRAIN, advierte que los cierres —en distintos rubros— deben entenderse dentro de una lógica normal de funcionamiento del retail. "Es un comportamiento normal en algunos rubros. No hay que demonizar en lo absoluto que las empresas estén realizando estrategias de deslocalización o de búsqueda de nuevas oportunidades comerciales. Esto pasa de manera importante y transversal en el retail".

Explica que estos movimientos responden a ajustes habituales del mercado: identificar mejores ubicaciones, renovaciones de formato o simplemente cambios en la demanda.

Aunque los cierres reducen costos operativos, los expertos advierten que ese no es el motivo central. Ibáñez plantea que "el cierre de sucursales no es sólo por costos: el factor más relevante son los cambios en las preferencias de los consumidores".

En ello se suma el impulso tecnológico. Scotiabank asegura que han lanzado 90 soluciones digitales en 2024, lo que ha permitido que más operaciones migren a lo digital.

El mundo digital tiene una particularidad: funciona 24/7. Los clientes necesitan alguna opción disponible en todo momento, especialmente en los momentos sensibles como la banca. En esa línea, Ibáñez plantea una disonancia estructural: "La banca sigue teniendo un horario restrictivo de 9 a 6, lo que contrasta con un mundo digital que opera 24/7". Esta diferencia también provoca

Desde 2020 a la fecha, han cerrado 1.339 localizaciones físicas en rubros clave. Los bancos acumulan el 61,5% del total.



que los clientes opten mayormente por los medios digitales.

### Los riesgos y oportunidades

Los jóvenes del país están fuertemente digitalizados. Sin embargo, este tipo de transformación sigue siendo un desafío para adultos mayores, zonas rurales o segmentos con menor familiaidad tecnológica.

Claudia Araya, subsecretaria de Telecomunicaciones explica que el cierre de sucursales presenciales responde a un cambio profundo en los hábitos de los consumidores. "Cuando los jóvenes migraron a canales digitales y de voz, y "es difícil que vuelvan" a la atención física. Sin embargo, advierten que esta transición convive con una brecha relevante en habilidades digitales—especialmente en personas mayores—por lo que las empresas están obligadas a mantener planes de atención presencial".

Desde el Subtel, que es parte del Gabinete Económico, impulsando iniciativas para reducir esa brecha, como la reciente Estrategia Nacional de Inclusión Digital de Personas Mayores. Wei Xiong, investigadora de la UANDES, advierte que "la red física se complementa con canales remotos para entregar la mejor experiencia a cada cliente".

### Pero no todos cierran... incluso crecen

A diferencia de la tendencia general, hay empresas y categorías que siguen apostando por lo presencial. En el sector de la telefonía móvil sostienen una estrategia de crecimiento al resto de la industria. Remarcan que tienen "544 sucursales y presencia en el 100% de las comunas del país, incluyendo 172 donde somos el único banco". Además, destacan que han ampliado su red física "para garantizar acceso equitativo a servicios financieros en todo el país".

En telefonía, WOM sigue una lógica similar. Por un lado, hoy prefieren las tiendas, por lo que nuestro plan de crecimiento se mantiene firme. Para 2026 planificamos la apertura de 11 nuevas sucursales".

La investigadora Wei Xiong resume este fenómeno desde otra perspectiva: "En rubros como las farmacias o el retail en consumo ocurre lo opuesto: se expanden las locales para reforzar la cercanía, la confianza y la inmediatez del servicio".

Mientras algunas industrias se vuelan completamente hacia lo digital, otras requieren presencia física. Encina explica que esto responde a características propias de cada mercadeo: "El fenómeno de la cercanía hace que los bancos y no sea tan relevante tener tantas localizaciones físicas, pero cadenas como gimnasios o comida rápida están ocupando antiguas sucursales porque tienen buena conectividad, accesibilidad y encajan bien con sus públicos".

El crecimiento de las farmacias en los últimos años es uno de los fenómenos más notables. Seis Farmacias del Dr. Sirio concretó 360 aperturas desde 2020. Cruz Verde, Farmacias Ahumada y Salcobrand también aumentan su presencia física, con 152, 102 y 75 aperturas respectivamente.

Encina destaca que este patrón se repite en varias categorías ligadas a la conveniencia: "Cafeterías, comida rápida, tiendas de conveniencia. Responde a lógicas de menor tamaño físico". En este tipo de formatos—explica— la clave es la proximidad y el alto flujo: puntos ubicados en esquinas o zonas de tráfico intenso, donde opera la llamada "economía de aglomeración". Oxxo, por ejemplo, tiene 145 aperturas en los últimos años, mientras que Stop, en cambio, tiene 109.

Añade que incluso nuevos rubros han crecido con fuerza: "Las tiendas de mascotas, por ejemplo, han tenido un auge por cambios demográficos. SuperSoy ya suma más de 60 localizaciones nuevas en cinco años".

Abogados  
**PUGA** | **ORTIZ**  
100 años  
1925

100 años de prestigio que se proyectan al futuro  
[www.pugaortiz.cl](http://www.pugaortiz.cl)