

Fecha: 30-01-2026
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias
Tipo: Noticia general
Título: Partió a los 14 años en el colegio vendiendo discos: hoy los importa de a miles

Pág.: 14
Cm2: 638,3

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida

discos: hoy los importa de a miles

En Alemania y Japón corro las tiendas de 0 a 20:00 horas, nouerzo, y escojo uno a uno", dice.

RIVEROS

Es un disco de Agua Turbia, la banda chilena de rock psicodélico e los 70 encabezada por la vocalista Corales cuate en Europa: un millón de pesos o que en e haya editado el Led Zeppelin on "s", son el tipo de datos que en a Álvaro Acuña, psicólogo, diar su negocio.

Acuña es dueño de Vinilos Álvaro, de venta de vinilos nuevos y usa un amplio espectro de música, especializado en piezas inencondes de rock progresivo y metal. Para onar la escala de su negocio, importa volúmenes de más de discos y viaja varias veces al uropa y Japón a comprar mateido único y nuevo. En Chile, este idador hace varias veces al año del Vinilo, en que recorre el ra vender sus productos. "Es un que hago mes a mes de Arica a Varas. Nos movemos en una van cajas con 100 discos cada una". istoria de su negocio, cuenta, onta a sus 14 años, cuando en gio San Gabriel intercambiaba y discos. "Pasaba metido en las rías de Providencia, viendo y ndo vinilos. Como era muy chico, naba la atención y me trataban en, me contaba lo nuevo que lle hasta me vendían los discos más, porque entendían que coleca", recuerda.

o estudio psicología, se fue a Bra-menzó a comprar y traer discos, ue un adelanto en el negocio de volumen que tiene actualmente. isil eran muy baratos, por lo que n negocio traerlos a Chile, pero lema era que estaban en muy condiciones, rayados, con hon-



Álvaro Acuña concretó la importación de 20.000 discos vinilo.

gos, entre otros problemas", relata.

Tras hacer varios emprendimientos, entre ellos un par de restaurantes, Acuña finalmente armó Vinilos Álvaro en Chile, en el Drugstore de Providencia y Svinil Álvaro en Brasil, además de una tienda virtual (@vinilosalvaro).

Cada tanto, Acuña informa en sus redes de singular modo que tiene nuevo

material discográfico: "Llego la merca", coloca, junto a una foto de fuegos artificiales. La merca, en rigor, son miles de volúmenes que vienen de Europa, Japón y Estados Unidos. "En Alemania y Japón recorro las tiendas de 9:00 a 20:00 horas, no almuerzo, y escojo uno a uno los discos usados, que están en perfectas condiciones, porque en ambos países

los cuidan mucho", relata.

Cuando son nuevos, básicamente los trae de Holanda y Estados Unidos. Además, Acuña tiene un sello musical propio, cuyos discos los manda a hacer a República Checa. "Allá está una de las fábricas más antiguas, que sobrevivió a la cuasi desaparición del mercado del formato", relata.

El declive de este se produjo con la llegada del CD y posteriormente la aparición de las plataformas de descarga gratuita de música como Ares y eMule. "Siempre hubo industria, pero cayó en más de 80%. Algunos géneros, como el hip hop y la electrónica sostuvieron al disco", explica.

Desde hace unos 15 años que ha habido una revalorización del formato debido a que se lo considera más cálido y cercano. "Con las nuevas plataformas la gente conoció más música y el formato se revalorizó, se dijo que tiene un audio más fiel que la música comprimida, y que al escucharlo se siente más presente. Yo la verdad creo que es cosa de gustos", afirma.

Sobre el perfil y gustos del cliente, Acuña señala que es absolutamente variado. "Hay niños de ocho años que vienen con su papá a comprar metal y personas de ochenta que piden jazz. La música es cosa de gustos".

Analógica y digital

Esteban Iturra, académico del Departamento de publicidad e imagen de la Usach y programador de la radio de dicha casa de estudios, plantea su punto de vista: "El vinilo en su reproducción emite una señal analógica y el CD es una reproducción digital. Hay puristas a los que les gusta el cero ruido, en cuyo caso el CD es mejor, porque el vinilo tiene un pequeño nivel de ruido. Pero si lo pensamos desde un punto de vida estrictamente natural, no existe el cero ruido, por lo que en el fondo es como una pureza irreal", explica.

"Ahora, desde la perspectiva de la sensación auditiva, el sonido analógico es más cálido, porque tiene precisamente componentes ajenos al sonido mismo que lo hacen más humano y el digital, claro, es puro, pero irreal", agrega.

empleo cerró el 2025 con tasa de paro a lo esperado

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE), la tasa de desocupación nacional se situó durante el trimestre móvil octubre-diciembre 2025, lo que representa un descenso de 0,1 porcentuales en comparación con el mismo período del año anterior. "En términos interanuales, se crearon 167 mil empleos, mostrando una mejora respecto de los trimestres previos", según el informe de Claves UC. Esta cifra de desempleo a nivel nacional, la más baja registrada en 2025, marca el regreso a los niveles mínimos con que el año había comenzado y supera las expectativas de los analistas, que proyectaban un indicador cercano al 8,3%, según el consenso de Bloomberg. La cifra se interpreta como un equilibrio en el crecimiento de la fuerza de trabajo y en el de personas ocupadas, ambas con un alza del 1,8% interanual. Por otro lado, las personas ocupadas aumentaron un 1,4%, impulsadas principalmente por quienes buscan trabajo por primera vez, con un significativo incremento del 24,4%.

Marketplaces destacan en venta de bienes tecnológicos

El mercado de bienes tecnológicos y durables cerró 2025 con un crecimiento de 10,9% en valor respecto de 2024, según revela el último estudio de Nielsen IQ sobre el desempeño del sector Tech & Durables. En términos de unidades vendidas, el mercado también mostró una expansión relevante, con un aumento de 8,3%, consolidando un año positivo para la industria. De acuerdo con el análisis, el buen desempeño estuvo marcado principalmente por los primeros meses del año, y por un fortalecimiento sostenido del canal online, que concentró el 53% de las ventas totales en 2025, convirtiéndose en su mejor resultado desde 2021. Dentro de este canal, el crecimiento estuvo liderado especialmente por los marketplaces, mientras que las tiendas físicas mantuvieron un peso estable, representando el 47% del mercado. Los mayores peaks de facturación se registraron en octubre y en junio de 2025, impulsados principalmente por los eventos Cyber, mientras que el último trimestre fue el de menor dinamismo.