



FERNANDO GAMBOA
 LÍDER DE CONSUMO Y RETAIL KPMG
 AMÉRICA DEL SUR

“Hoy muchas compañías están mirando la logística de Mercado Libre para viabilizar sus negocios”

vemos que Perú está un poco atrás. Por otro lado, cuando hablamos de Bolivia, Venezuela, hay temas de infraestructura que los deja atrás.

- **¿Qué desafíos y proyecciones para la industria había a inicios de año?**

- Cuando partió el año, el gran desafío era la inteligencia artificial. La idea era incentivar su uso, sobre todo en funciones que llamamos de *back office*, ya sea en cuentas por cobrar, cuentas a pagar, para función de recursos humanos, etc. Incentivar su uso también en otros frentes que no están tan utilizados hoy como el mapeo de *pricing* dinámico, principalmente en ambiente digital, para saber qué está haciendo la competencia y poder reaccionar en tiempo real. Aunque todavía hay todo un desafío respecto de la legislación sobre la propiedad intelectual.

- **¿Cómo han cambiado dichas proyecciones con el conflicto en Medio Oriente?**

- Esto impacta a todas las cadenas de suministro, simplemente porque te va a costar muchísimo más mover los productos, sobre todo a nivel local. Una de las principales preocupaciones de los CEO de retail y de productos de consumo era justamente la resiliencia de las cadenas de suministro. (Con la guerra), esto pasa a ser un tema crítico para la industria del consumo y del retail (...) porque ya las cadenas de suministro se van a reorientar a lo local tanto en Chile como a nivel regional.

■ En medio de mayores costos logísticos y tensiones geopolíticas, el ejecutivo apunta a Chile y Colombia como los mercados más avanzados en e-commerce de la región.

DFSUD

POR KAREN FLORES B.

El comercio electrónico sigue ganando terreno como uno de los principales motores del consumo en América Latina. Según el reporte *Detrás del clic: el ecosistema que sostiene el e-commerce en Latam*, elaborado por Endeavor Data Unit con apoyo de Mercado Libre, la industria en la región crecería este año 1,5 veces más rápido que el promedio global y movería más de US\$ 215.000 millones.

Ese cambio también se ha reflejado en la mirada de los ejecutivos del sector. De acuerdo con el estudio *KPMG 2025 Global Consumer & Retail CEO Outlook*, el 78% de los CEO declaró tener confianza en el crecimiento de la industria para este año. Sin embargo, un 52% identificó a las cadenas de suministro como el principal desafío para los próximos tres años, en un escenario marcado por mayores costos logísticos, tensiones geopolíticas y exigencias crecientes de los consumidores.

En ese contexto, el socio líder de Consumo y Retail de KPMG en América del Sur, Fernando Gamboa, sostuvo que Chile y Colombia figuran entre los mercados más avanzados en e-commerce tras el salto digital que dejó la pandemia. “Hoy hablamos mucho de experiencia de cliente, pero todo empezó a raíz de no poder ir a comprar presencialmente”, señaló en entrevista con DFSUD.

- **¿Qué mercados están liderando hoy el dinamismo del retail en América Latina?**

- Chile y Colombia en el tema de e-commerce y omnichannel están en una posición bastan-

te interesante que se viene construyendo desde que pasamos la pandemia. Si tomas la historia de lo que es retail y consumo acá en Sudamérica antes de la pandemia, el e-commerce estaba mucho más atrasado. El principal acelerador de la digitalización y adopción de comercio digital fue la pandemia y no otra cosa. Hoy hablamos mucho de experiencia de cliente, pero todo empezó a raíz de no poder ir a comprar presencialmente.

- **¿Qué rol está jugando hoy el delivery y la última milla en el retail a nivel regional?**

- Muchas empresas hoy trabajan con Mercado Libre y la compañía hoy se ha vuelto un gran acelerador para otras empresas. Varias compañías están mirando a Mercado Libre y están utilizando su logística para viabilizar sus negocios. Se están apoyando en la empresa de origen argentino porque da una apertura más local de lo que Amazon creó en su momento en la región.

- **¿Cómo ve la competencia para los retailers de la región ante la presencia de plataformas como Shein o Temu?**

- La competencia es positiva porque obliga a reaccionar y acelerar los procesos de transformación. Algunos consumidores podrán optar por comprar en esas plataformas y dejar de hacerlo en cadenas locales como Falabella, pero las empresas tradicionales también tienen capacidad de respuesta.

- **¿Qué países están quedando rezagados en los cambios que está experimentando el retail en la región?**

- Si miramos al menos la utilización de e-commerce,

Hay que incentivar el uso de la IA en “el mapeo de pricing dinámico, principalmente en ambiente digital, para saber qué está haciendo la competencia y poder reaccionar en tiempo real”, indica Gamboa.



COMPAÑÍA SUD AMERICANA DE VAPORES S.A.

Sociedad Anónima Abierta

JUNTA ORDINARIA DE ACCIONISTAS

Por acuerdo del Directorio y en conformidad a los Estatutos Sociales, se cita a Junta Ordinaria de Accionistas de Compañía Sud Americana de Vapores S.A. (la “Compañía”) para el día 27 de abril de 2026, a las 9:00 horas, en el centro de eventos Club 50, ubicado en Avda. El Golf 50, comuna de Las Condes, Santiago (la “Junta”), la que se celebrará en forma exclusivamente presencial, con el objeto de conocer o pronunciarse, según corresponda, respecto de las siguientes materias:

1. Memoria, Balance y Estados Financieros correspondientes al Ejercicio 2025; la situación de la Compañía; y el respectivo informe de la Empresa de Auditoría Externa;
2. Distribución de dividendos;
3. Exposición de la política de dividendos y procedimiento para su pago;
4. Elección de Directorio;
5. Determinación de la remuneración del Directorio e informe de los gastos del Directorio;
6. Determinación de la remuneración del Comité de Directores y aprobación del presupuesto de gastos de su funcionamiento para el Ejercicio 2026; e informe de las actividades y gastos efectuados por el Comité de Directores en el Ejercicio 2025;
7. Designación de la Empresa de Auditoría Externa;
8. Designación de Clasificadoras de Riesgo;
9. Cuenta de las operaciones con partes relacionadas;
10. Determinación del periódico para las publicaciones que deba hacer la Compañía; y
11. Otras materias de interés social que sean propias de la Junta Ordinaria de Accionistas.

OBTENCIÓN DE DOCUMENTOS

Se informa que con fecha 14 de abril de 2026 se ha puesto a disposición de los accionistas en el sitio web www.csav.com, la Memoria Anual de la Compañía correspondiente al Ejercicio 2025, y los documentos que fundamentan las materias sobre las cuales deberán pronunciarse en la Junta, entre los cuales se encuentra la información sobre las proposiciones de empresas de auditoría externa que se harán a la Junta para el Ejercicio 2026 y sus respectivos fundamentos. También se encontrarán en dicho sitio los Estados Financieros Consolidados Auditados de la Compañía al 31 de diciembre de 2025 y el respectivo informe de la Empresa de Auditoría Externa.

ACCIONISTAS CON DERECHO A PARTICIPAR

Tendrán derecho a participar en la Junta, y a ejercer en ella su derecho a voz y voto, los titulares de acciones inscritos en el Registro de Accionistas a la medianoche del quinto día hábil anterior al día de su celebración, es decir, inscritos a la medianoche del día 21 de abril de 2026.

PRESIDENTE

GERENTE GENERAL

