



## Tendencias del ahorro en Chile

### Industria de Servicios Financieros

Febrero, 2023



Desde 1923  
Haciendo  
**Impactos**  
que importan

## Contenidos

03 –  
Presentación

05 –  
Antecedentes del ahorro

09 –  
Preferencias del ahorro

19 –  
Desafíos y recomendaciones

21 –  
Anexos

## Presentación

El presente documento es producto de una investigación realizada por Deloitte para profundizar sobre la cultura de ahorro de las personas en Chile, especialmente en un contexto global de inseguridad financiera. Para ello se utilizó como base la encuesta global lanzada por Deloitte denominada Retirement & Saving Survey. Para recoger la realidad chilena



en el contexto actual, se buscó entender la intención de ahorro de las personas y, con ese fin, el foco se centró en caracterizar el comportamiento de ahorro de las personas y motivaciones y expectativas asociadas. La intención de esta iniciativa es aportar a las estrategias, tanto públicas como privadas, que buscan mejorar la cultura de ahorro en el país.

## Metodología

La encuesta fue diseñada por Deloitte y aplicada en Chile de manera online durante el mes de agosto de 2022 a más de 1000 personas mayores de 16 años, distribuidas de acuerdo a una muestra representativa de la población del país, en relación a las variables de sexo, rango etario, región y grupo socioeconómico. Para efectos del presente estudio, y para claridad del lector, se definen a continuación los conceptos esenciales que contribuyen a contextualizar este contenido:

**Ahorrar:** es la capacidad de juntar dinero de manera regular durante un período de tiempo.



**Ahorros en general:** es el dinero recaudado con fines de tener un fondo de emergencia para eventos inesperados, educación, cuenta de ahorros regular, fondos mutuos, depósito a plazo, cuenta corriente, instrumentos de inversión, entre otros.



**Ahorros para jubilación:** es el dinero recaudado con fines de jubilación / pensión en APV, cuenta de ahorro voluntario en AFP y cualquier otro ahorro voluntario que se haya asignado específicamente para jubilación.



# Antecedentes del ahorro en Chile

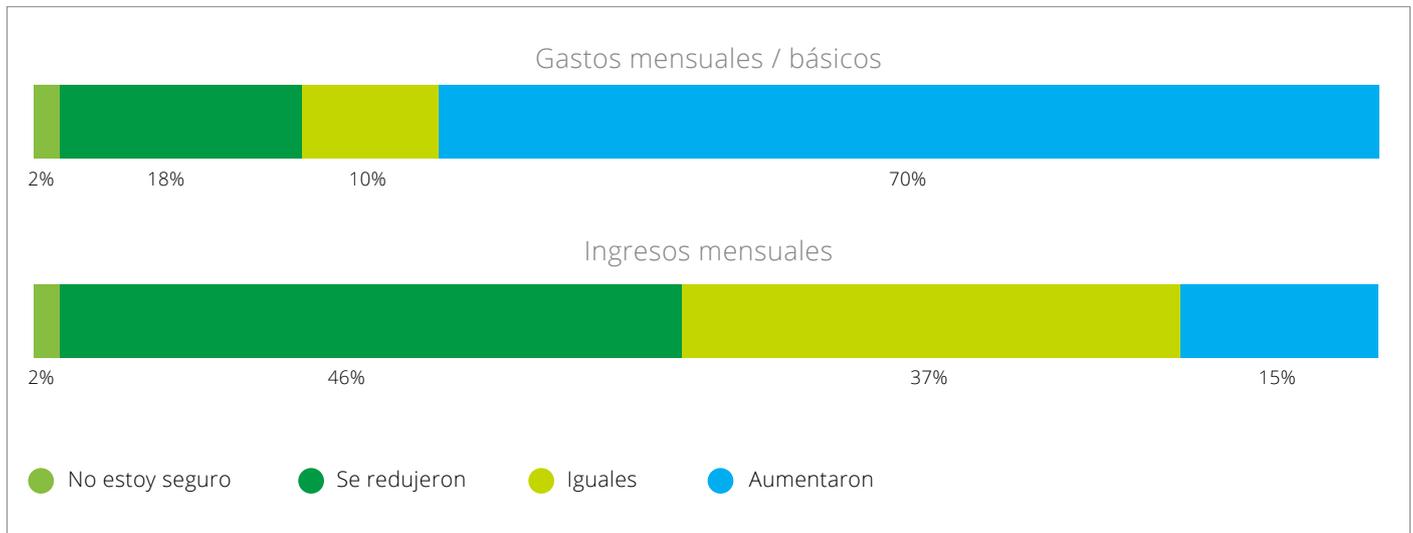
## Situación financiera de los chilenos tras la crisis sanitaria y financiera

La complejidad de la realidad actual ha sido uno de los motores que impulsó esta investigación. En efecto, la pandemia, que ha tenido efectos que aún están por descifrarse, junto a la compleja situación económica por la que pasa el país, constituye un marco relevante para interpretar los resultados de la encuesta, considerando que las familias han debido realizar ajustes significativos para hacer frente a las condiciones actuales.

Lo anterior, se refleja en las cifras levantadas en este estudio: para casi tres cuartos de los encuestados (70%) los gastos mensuales o básicos de su hogar aumentaron, lo que responde, en parte, al efecto de las alzas de precios producidas por la inflación. En este sentido, el 46% de los encuestados considera que sus ingresos familiares se redujeron, mientras que el 37% asegura que se encuentran igual que el año anterior.

Gráfico N°1: Nivel de impacto en ingresos y gastos tras la coyuntura de los últimos años en los chilenos

N=1005



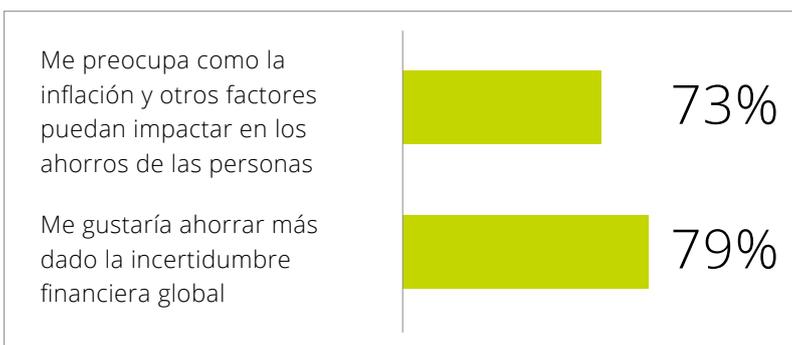
<sup>1</sup> Más información en sección Anexo

Es justamente esta percepción de mayores gastos e ingresos menores lo que ha gatillado la preocupación entre los encuestados sobre factores que afectan los ahorros, como la incertidumbre financiera global. Así lo declara el 73% de los encuestados, a la vez que un 52% de los encuestados asegura que sus ingresos no le permiten ahorrar.



Gráfico N°2: Nivel de acuerdo respecto a los antecedentes financieros globales

N=1005



Pese a los complicados antecedentes coyunturales, la intención de ahorrar dinero es elevado: 79% de los encuestados así lo afirman. Esta cifra está algo por debajo de los resultados de la encuesta global, donde un 55% de las personas declara su intención de ahorrar<sup>2,3</sup>.

<sup>2,3</sup> Esta encuesta se realizó a nivel global donde el objetivo fue profundizar sobre los ahorros tras la pandemia por COVID-19 e impactos en ahorros para el retiro. Esta información se encuentra en reporte de [US en An Impact of COVID-19 on savings](#)

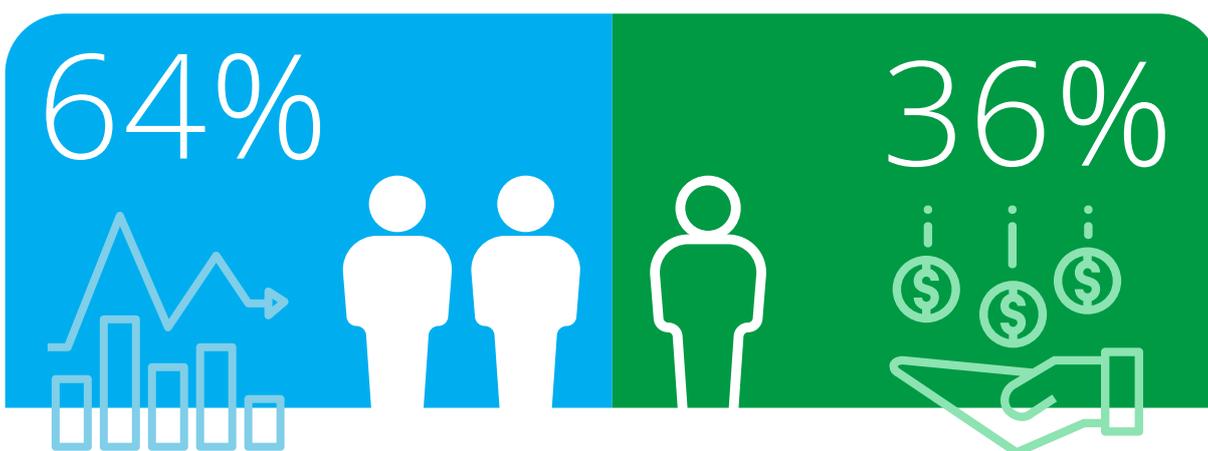
## Diagnóstico del ahorro entre los chilenos

Para continuar con nuestro análisis, es preciso contextualizar sobre la intención de ahorrar de las personas, ya sea de modo voluntario u obligatorio (descuentos para jubilación). En concreto, dos de cada tres chilenos afirman tener algún tipo de ahorro (voluntarios u obligatorios para jubilación), en la apertura por sexo y por zona no se evidencian diferencias significativas. Sin embargo, en la distribución por rango etario y grupo socioeconómico encontramos que 73% de los jóvenes entre 16 y 24 años afirman tener algún tipo de ahorro, 9 puntos porcentuales sobre la media nacional. Así también, 84% del segmento ABC1 aseveran tenerlos, 20 puntos por sobre la media nacional.

Por otro lado, uno de cada tres encuestados no tiene ahorros, agudizándose esta cifra entre las personas de más edad: 45% de los mayores de 66 años afirma que no tienen ahorros.

La mayoría de los encuestados declara que sus ahorros han disminuido desde que estalló la pandemia. De aquellos que declaran tener ahorros obligatorios para la jubilación, un 51% declara que estos ahorros se han reducido, lo que se explica en gran medida por los retiros a las cuentas personales de pensiones autorizados en pandemia. A su vez, entre quienes tienen ahorros voluntarios con fines variados, 64% declara que sus ahorros se redujeron, lo que puede asociarse al uso de ahorro para lidiar con la deteriorada situación económica de los hogares post-pandemia.

Figura N°1: ¿Tiene algún tipo de ahorro, ya sea en general y/o para jubilación?



## El ahorro voluntario

Quisimos explorar cómo el ahorro es parte de la planificación familiar y el rol que tiene esto en la economía personal. El estudio arrojó que el 47% de los encuestados señala tener control sobre su situación financiera y que pueden manejar cualquier desajuste que enfrenten, lo que demuestra una percepción de estabilidad financiera de casi la mitad de la población.

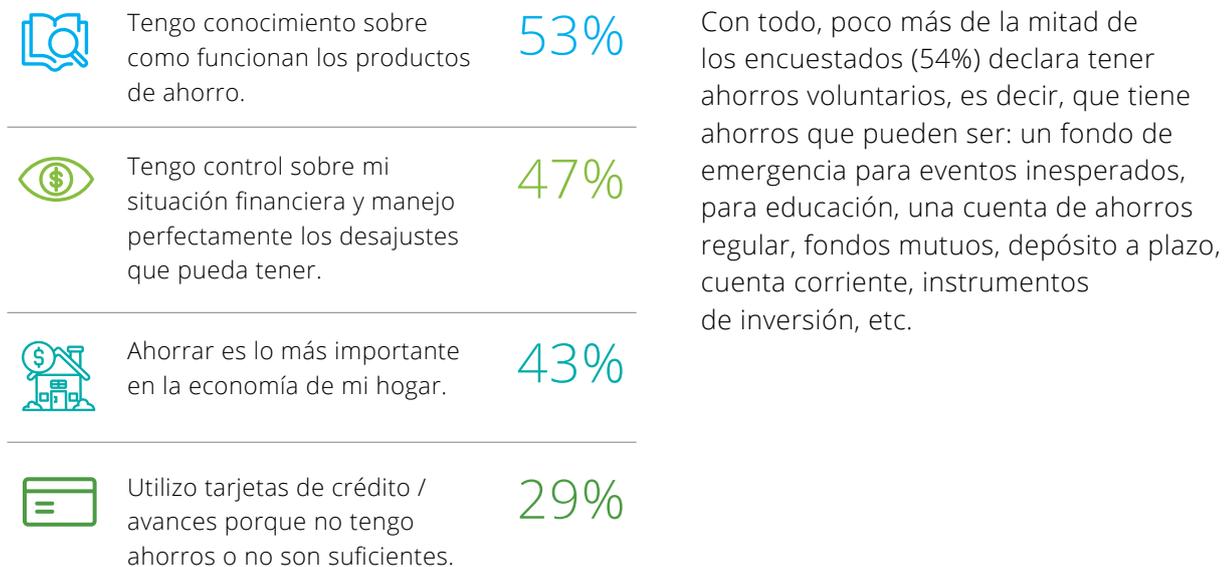
Consistente con lo anterior, el 43% de los encuestados declaran que ahorrar es lo más importante en la economía familiar. Sin embargo,

existen barreras que lo impiden: uno de cada tres chilenos aproximadamente (29%), declara que debe utilizar tarjetas de créditos y/o avances en efectivo para cubrir los gastos del día a día.

Uno de los hallazgos más relevantes es que solo un 53% de los chilenos declara saber cómo funcionan los productos de ahorro que ofrecen las entidades financieras, lo que pone a la educación financiera como eje de cualquier estrategia para fortalecer la cultura de ahorro en el país.

Ante este escenario cabe preguntarse, ¿cómo se está llevando a cabo la educación financiera? ¿Debería tomar un rol más activo la banca nacional? ¿Deberían los bancos ser más efectivos al momento de presentar su oferta de productos de ahorro a sus clientes?

Figura N°2: Nivel de acuerdo respecto a los antecedentes financieros globales



# Preferencias para el ahorro

## Perfil del ahorrador chileno

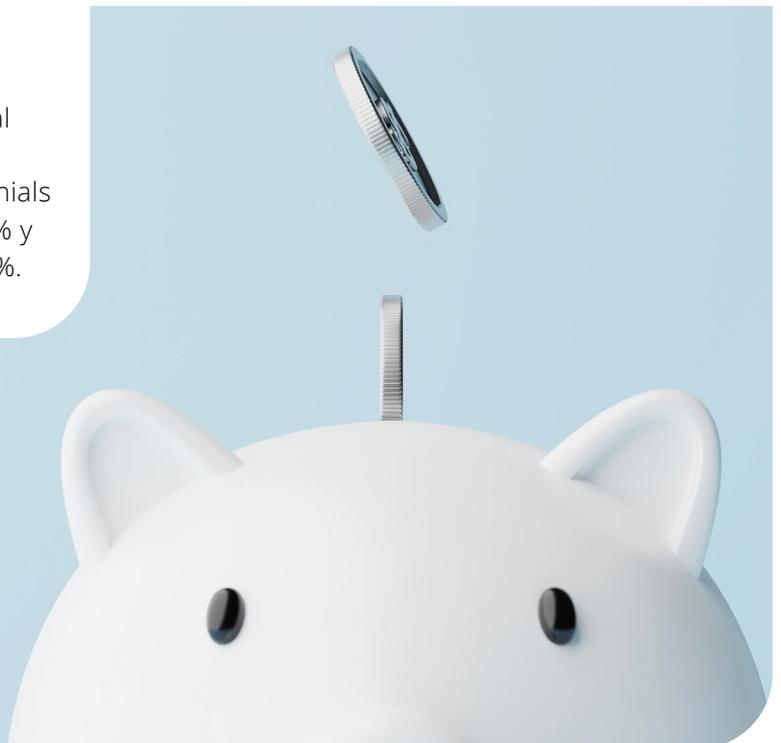
Construir el perfil del ahorrador no es una labor sencilla cuando se deben considerar todas las aristas que lo componen, existen motivaciones tanto internas como externas, y situaciones coyunturales ajenas a la intención de ahorro que van dibujando al arquetipo del ahorrador en Chile.

Primeramente, para el 64% de los ahorradores la clave para ahorrar es la planificación financiera. Además, al profundizar sobre dicha planificación se identificó la distribución del gasto mensual aproximado de las personas en Chile, destacando que 41% de los ingresos se destina a gastos y compras para el hogar y otro 12% al pago de deudas de créditos en general. Asimismo, en promedio, entre quienes afirman tener ahorros, 8% de los ingresos mensuales están destinados a ellos<sup>4</sup>.

El estudio evidenció que, pese a la falta de información, un 54% de los chilenos ahorra mensualmente y que para ellos es un ítem esencial del presupuesto familiar. En este sentido, los segmentos que más ahorran son los adultos millenials de todos los estratos socioeconómicos con un 61% y las personas categorizadas como ABC1 con un 72%.

Respecto al tiempo de ahorro, el 61% lleva ahorrando entre 0 a 4 años, lo que implica que, a pesar de la coyuntura nacional del último tiempo, un porcentaje importante de ahorradores mantiene la intención de ahorrar.

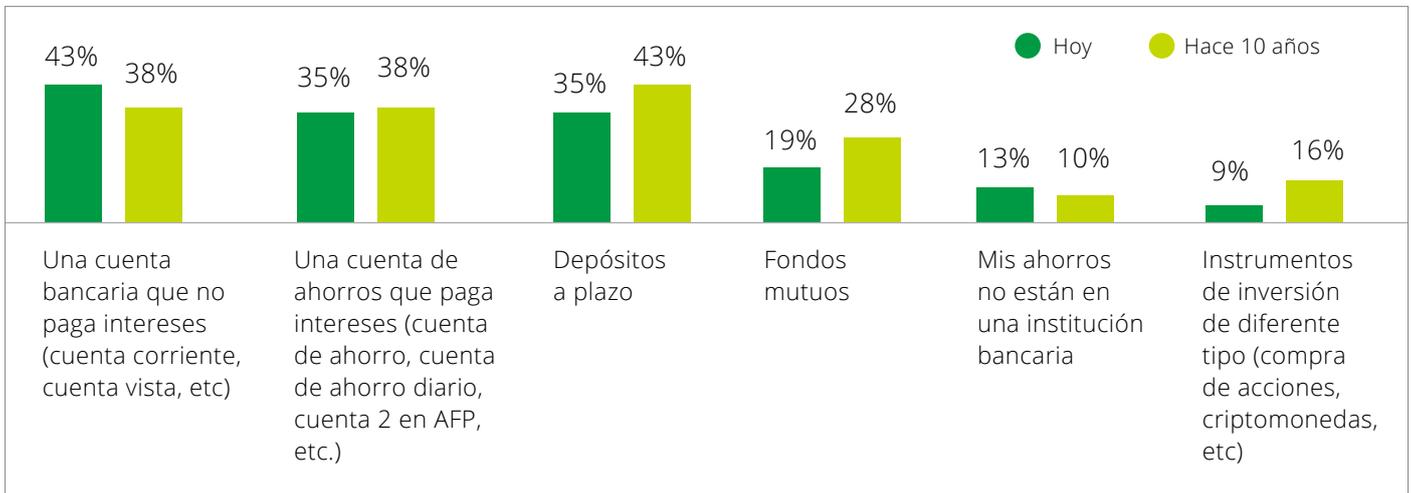
Como se evidencia en el gráfico N°4, las cuentas de ahorro que no pagan interés son las favoritas entre los ahorradores (43%). Esta forma de ahorro es más popular entre los jóvenes entre 16 a 24 años (54%). Esta tendencia es consistente con el interés de poder retirar su dinero de manera inmediata en caso de imprevisto, que manifestó el 81% de los consultados (gráfico N°6). Además, 1 de cada 3 ahorradores, aproximadamente, mantiene su dinero en cuentas de ahorro que pagan interés, siendo más común entre el sector ABC1 (43%).



<sup>4</sup> Más información en Anexos, gráfico N°3.

### Gráfico N°4 Productos utilizados para ahorrar hoy e intención de uso en 10 años más

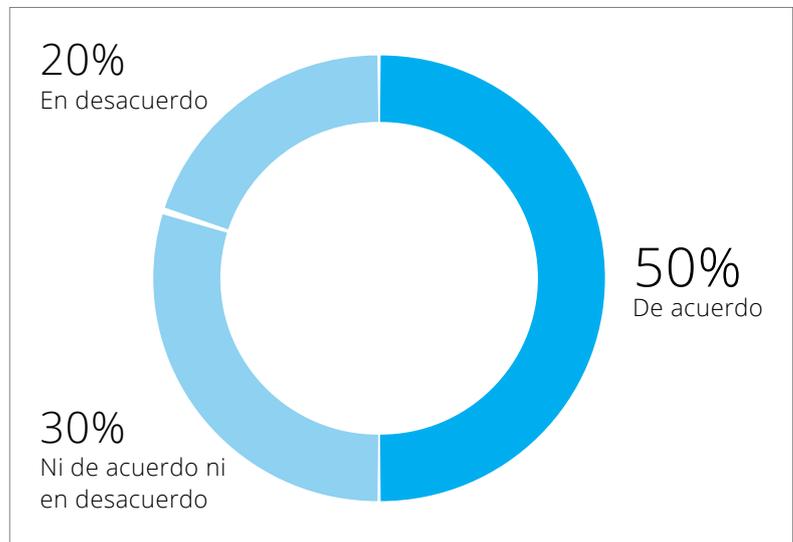
N=548



Al visualizar la proyección a 10 años en el uso de estos productos, se evidencia que existe la intención de utilizar con mayor intensidad los depósitos a plazo, fondos mutuos e instrumentos de inversión, en tanto que las cuentas corrientes que no pagan intereses disminuyen su preferencia en el tiempo.

### Gráfico N°5: Interés de convertir ahorros en inversiones

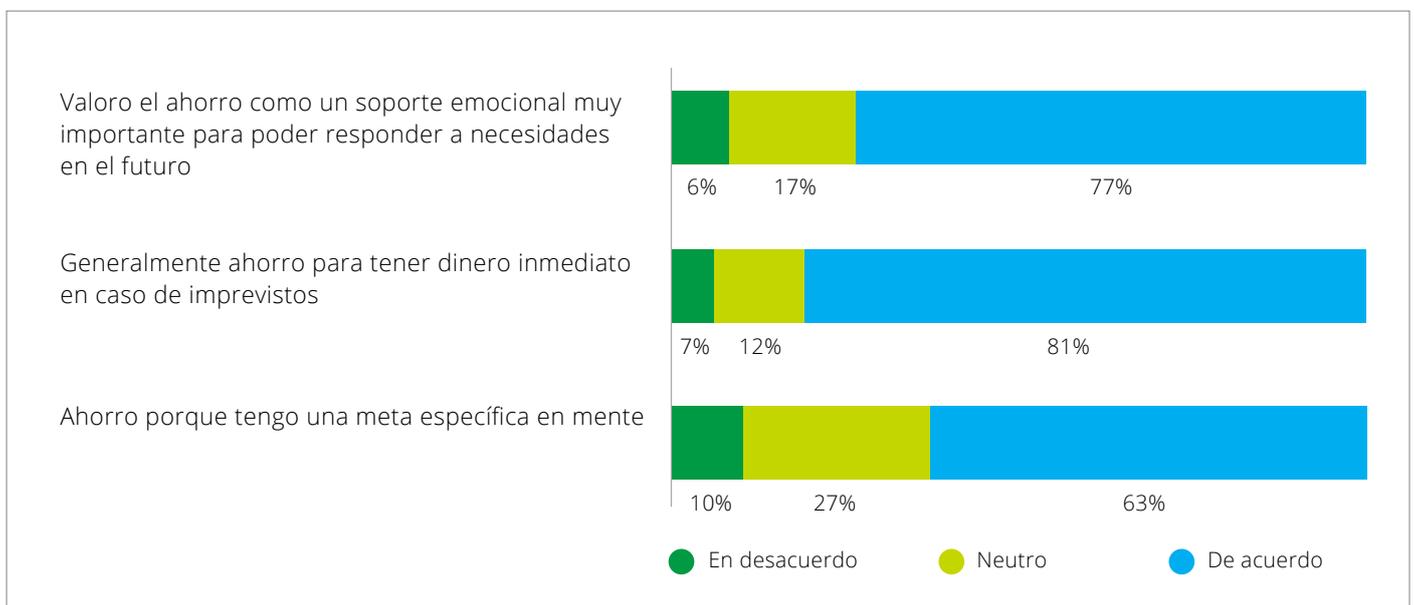
N=548



Otro aspecto relevante para los ahorradores es el valor emocional que le dan a sus ahorros, esto quiere decir que tener dinero guardado les permite definir sus objetivos a futuro, o bien porque valoran los ahorros como un estabilizador en tiempos de incertidumbre. Así lo afirman las cifras, para 77% de los encuestados el ahorro es un soporte emocional para responder a necesidades del futuro, en tanto que un 63% ahorra porque tienen metas claras por alcanzar.

### Gráfico N°6: Nivel de acuerdo respecto a hábitos de ahorro

N=1005



En esta misma línea, al profundizar entre las motivaciones que llevan a las personas a ahorrar se identifica, primeramente, que lo hacen para tener dinero en caso de que tengan gastos inesperados (64%), esto es más frecuente entre las personas del segmento socioeconómico C2 (73%) y entre el grupo de encuestados mayores de 66 años (80%). En segundo lugar, el 30% de los encuestados declara ahorrar para comprar un bien raíz.

En la tabla N°1 se evidencian otras diferencias relevantes entre segmentos socioeconómicos, zona y rangos etarios. Por ejemplo, destaca que para el grupo D/E la mayor motivación es tener ahorros para los costos de educación (22%), en tanto que para los *boomers* (personas entre 52 y 65 años) la mayor preocupación es ahorrar dinero para la jubilación (39%). Por otro lado, destaca la brecha que existe por zona geográfica, especialmente entre los habitantes de la región metropolitana y de la zona norte, los

primeros son los menos propensos a ahorrar para comprar un bien raíz (23%), en tanto que un 37% de los habitantes de la zona norte declara su intención de ahorrar para ese fin. Son precisamente este tipo de diferencias las que desafían a la industria a conocer a sus clientes, mapearlos y así llegar a ellos con productos de ahorro atractivos acorde a sus preferencias, expectativas y motivaciones.

Tabla N°1: Motivos por los cuales ahorran los chilenos

N=548

	Total	Edad					GSE				Zona geográfica	
		16_24	25_39	40_51	52_65	66_+	ABC1	C2	C3	D/E	RM	Regiones
En caso de que tenga gastos inesperados	64%	54%	61%	57%	73%	80%	64%	73%	65%	57%	68%	63%
Comprar un bien raíz (casa/ departamento/ terreno)	30%	39%	47%	37%	15%	3%	34%	31%	24%	32%	23%	33%
Viajes/vacaciones	28%	28%	34%	15%	31%	30%	38%	33%	26%	19%	29%	27%
Jubilación	19%	10%	17%	18%	39%	15%	29%	14%	20%	14%	18%	20%
Pérdida de empleo	15%	15%	18%	15%	22%	2%	15%	18%	11%	16%	12%	16%
Costos de educación (matriculas, mensualidad, aranceles)	14%	24%	13%	22%	8%	3%	12%	11%	11%	22%	9%	17%
Facturas médicas (tratamiento médico, operaciones programadas, etc)	13%	13%	7%	10%	17%	19%	12%	13%	14%	12%	14%	12%
Comprar un auto	13%	23%	16%	9%	8%	3%	10%	14%	10%	16%	10%	14%
Eventos especiales (Ej: Matrimonio, etc)	6%	10%	6%	7%	4%	0%	8%	2%	5%	7%	6%	6%

Es más, con solo 19% de las preferencias ahorrar para la jubilación es una motivación, lo que se contrasta con la sociedad canadiense y estadounidense donde ahorrar para el retiro es la principal motivación<sup>5</sup>.



### ¿Cuál es el panorama del ahorro en las grandes economías?

Para averiguarlo, Deloitte realizó una encuesta a individuos en Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania, Australia, Japón, y China, denominada "An impact of COVID-19 on savings: A rising sense of financial insecurity", que fue publicada el 2022. El estudio revela una sensación generalizada de ansiedad financiera relacionada con la pandemia, independientemente de cómo los participantes en el estudio fueron afectados por ella.

Más de la mitad (55%) de los encuestados indican que han comenzado a ahorrar más desde la llegada de la pandemia. Prepararse para grandes costos inesperados es, por un margen significativo, la prioridad más común 26%. Jubilación y compra de una casa ocupa el segundo y tercer lugar, respectivamente. Esto indica un cambio en las actitudes y el comportamiento, en lugar de un simple intento de reponer ahorros a los niveles anteriores.

Figura N°3 Cambios en las prioridades de ahorro desde Covid19

#### La gente ahorra más para alcanzar diversos objetivos que antes de la pandemia



#### Motivos por los cuales ahorro en el mundo según Deloitte Retirement & Savina survey

-  Jubilación
-  Jubilación y eventos especiales
-  Compra de vivienda
-  Gastos imprevistos, compra de vivienda, pérdida de empleo
-  Gastos imprevistos, gastos médicos
-  Gastos imprevisto, gastos médicos

<sup>5</sup> Ver Anexo tabla N°1

Como era de esperar, la ansiedad financiera va de la mano con el deseo de seguridad financiera. Los encuestados buscan garantías, asesoramiento y transparencia. El atributo del producto más deseado es un ingreso fijo garantizado en la jubilación, seleccionado por un tercio de los encuestados (33%). Los encuestados también quieren sus opciones de ahorro e inversión guiadas por asesores financieros o sitios web con información útil.

Figura N°4 Los productos y servicios financieros que desean los ahorradores



### ¿Por qué algunos chilenos no ahorran en las entidades financieras?

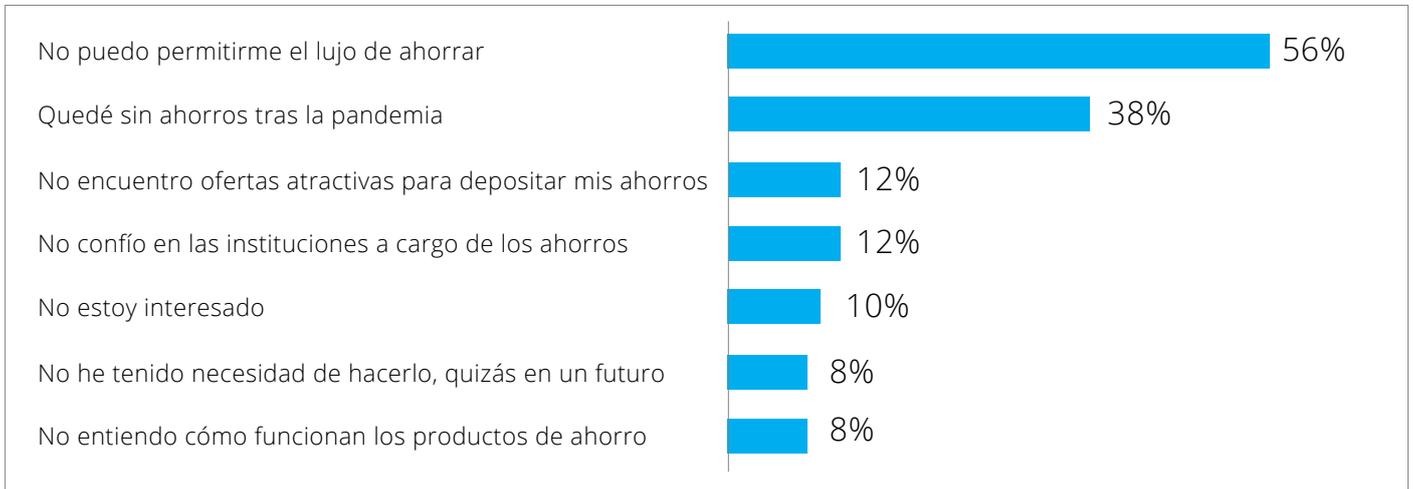
Destacar las principales causas para no contar con ahorros formales nos permite retratar la realidad de las personas e identificar tempranamente sus necesidades financieras. En primer lugar, el 56% de los encuestados asegura no poder darse el lujo de ahorrar, siendo más alto en el segmento C3 (62%) y entre las personas entre 40 y 51 años (64%). Un 38% de los encuestados declara que quedó sin ahorros producto de los efectos de la pandemia. Otro 12% asegura que no encuentra atractivas las ofertas para depositar sus ahorros, destacando en esta afirmación la zona norte con 10 puntos porcentuales sobre la media (22%). En consistencia con esto, las personas de la zona norte son quienes menos utilizan las instituciones bancarias para mantener sus ahorros, con 18% de las preferencias, 5 puntos porcentuales por sobre la media nacional.

La educación financiera también es clave, 8% de los encuestados afirman que no ahorran debido a que no entienden cómo funcionan los productos de ahorro, este porcentaje asciende entre los más jóvenes (22%), volviendo a poner sobre la mesa el desafío de la educación financiera para los futuros y potenciales clientes bancarios.

Finalmente, la confianza también juega un papel en la disposición al ahorro de los chilenos. Un 12% afirma no ahorrar por falta de confianza en las instituciones financieras, lo que evidencia un desafío para la industria.

### Gráfico N°7: Motivaciones para no ahorrar entre quienes no tienen ahorros

N=357



Si bien por el momento este grupo no cuenta con ahorros, pudimos explorar qué productos utilizarían si los tuviesen, entre los que destacan: los depósitos a plazos con 36% de las preferencias, las cuentas bancarias tradicionales que no pagan intereses (29%), las cuentas de ahorro (26%), seguido por los fondos mutuos con 25% de las referencias<sup>6</sup>.



<sup>6</sup>Ver Anexo gráfico N°4

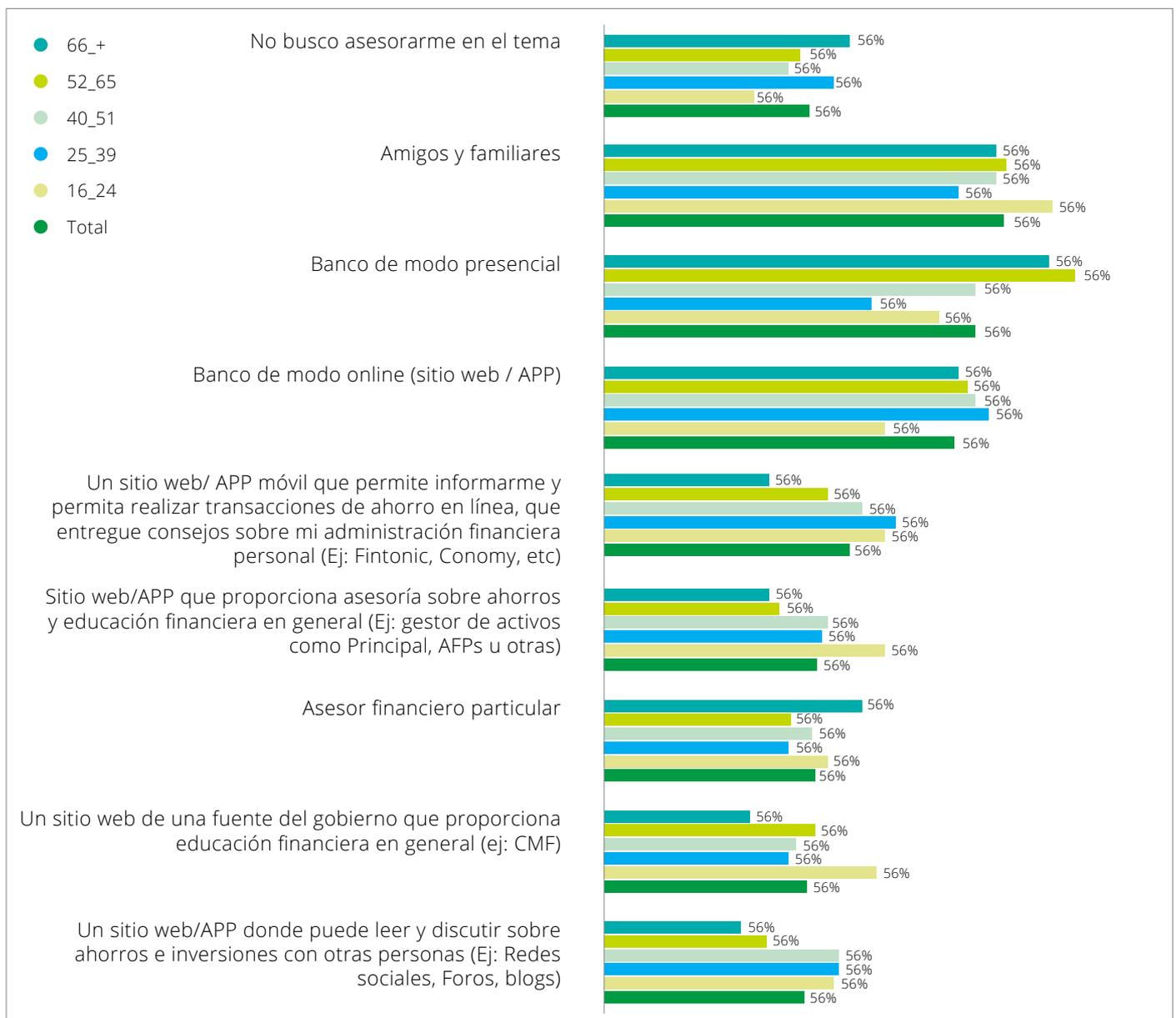
## ¿Qué tienen en común el ahorrador y el no ahorrador?

Para comenzar, una similitud entre ambos grupos es que existe disposición favorable a buscar asesoría sobre la gestión de sus ahorros, siendo los amigos y familiares la principal fuente de confianza cuando se requiere asesoría en la materia.

Otra semejanza es que, al momento de buscar asesoría en el banco, tanto si tienen ahorros o no, son las generaciones mayores quienes buscan apoyo de manera presencial, mientras que los más jóvenes lo hacen de manera digital.

Gráfico N°8: Dónde busca o buscaría asesoramiento para el ahorro

N=1005



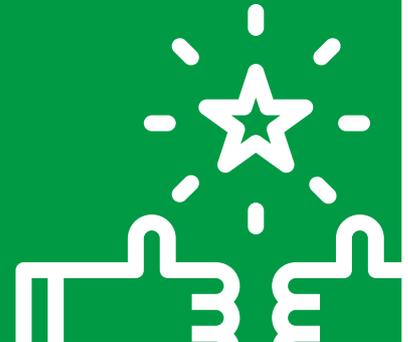
Existe un porcentaje considerable que no busca asesorarse en estas temáticas ni entre amigos o bien con su banco, especialistas, etc. (22%). Lo anterior, desafía a la banca también a centrarse en diseñar ofertas atractivas de asesorías, ya que un 56% no estaría dispuesto a contratar asesorías pagadas para la gestión de ahorros .

En esta línea, se abre una de las reflexiones más relevantes de los hallazgos anteriormente descritos, ¿Cuáles son los atributos que esperan los chilenos de los productos de ahorro ofertados por las entidades financieras?

Primeramente, la tasa de interés conveniente es el top 1 de este ranking, seguido por la inmediatez de obtener el dinero en caso de requerirlo, luego surge el prestigio de la institución, colocando en la palestra la importancia de la reputación y confianza que entregan las organizaciones a cargo de los ahorros<sup>7</sup>.

### Tabla N°3: Expectativas de los productos de ahorro

- 1** Tasa de interés conveniente
- 2** Poder retirar dinero rápido y en cualquier momento
- 3** Prestigio de la institución
- 4** Garantizar una recompensación por inflación
- 5** Acceso a asesoría sobre mis ahorros
- 6** Entregar herramientas para gestionar mis ahorros (ej: Metas, plazos, etc)
- 7** Acceso a red de descuentos por tener en productos de ahorro



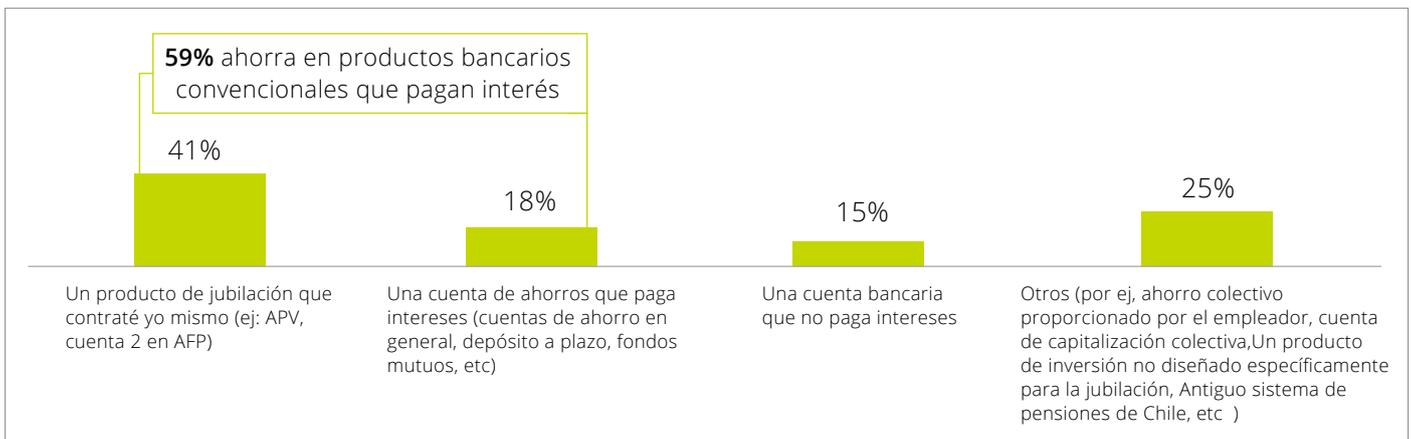
<sup>7</sup> Anexo gráfico N°5

## Preferencias de ahorro para la jubilación

Para efectos de este estudio el ahorro para la jubilación se aborda únicamente desde la perspectiva del ahorro voluntario. El primer aspecto relevante en torno a estos ahorros para la jubilación es que un 59% de los encuestados que tienen ahorros para el

retiro declara tener contratado de manera voluntaria un producto de ahorro que genera intereses. Además, cómo se evidencia en el gráfico n°9, uno de cada cuatro personas ahorra en otros tipos de productos no convencionales de ahorro.

Gráfico N°9: Productos de ahorro utilizados para ahorrar de modo voluntario para jubilación



**Adicionalmente 5% asevera ahorrar para la jubilación más del 10% de sus ingresos**

Ésto es sumando cuenta obligatoria, APV, cuenta de ahorro voluntario, entre otros.

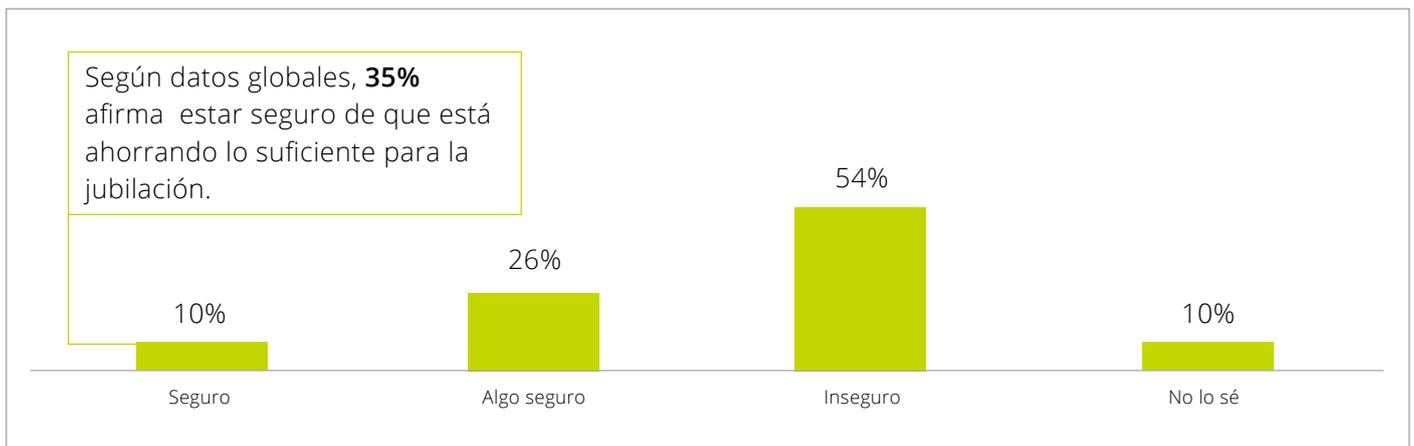
Gráfico N°10: Porcentaje adicional de ahorro que destinan los chilenos para jubilación



Pese a la intención de complementar ahorros en un contexto de incertidumbre generalizada respecto a la situación global y nacional, existe poca confianza respecto a que los ahorros serán suficientes para vivir tras la jubilación.

**Solo 10% afirma sentirse seguro o muy seguro que está ahorrando lo suficiente para su vida tras la jubilación<sup>8</sup>.**

Gráfico N°11: Nivel de seguridad respecto a está ahorrando lo suficiente para la jubilación



Existen diferentes motivos que llevan a las personas a tener ahorros voluntarios específicos para la jubilación. En este sentido, los encuestados indicaron por orden de prioridad cuáles son las metas más relevantes para tener ahorros para la jubilación. En primer lugar, destaca jubilarse con un nivel específico de ingresos para vivir, en segundo lugar, jubilarse con la mayor cantidad de ahorros posibles, pero sin ningún objetivo específico

de cuánto, y en tercer lugar para tener ahorros suficientes para poder mantener a la familia.

Entre quienes afirman no disponer de ahorros voluntarios para la jubilación, las razones más frecuentes son, principalmente, por desconfianza en las instituciones encargadas del ahorro (50%) y por la intención de seguir trabajando tras retirarse formalmente de su trabajo.

<sup>8</sup> FALTA PIE DE INFORMACIÓN

# Desafíos y recomendaciones

## 1 Tomar la delantera y conocer a sus clientes:



Es fundamental conocer el valor emocional que se le da a los ahorros, los clientes tienen expectativas y motivaciones de diferente naturaleza. Las cifras demuestran que uno de los motores que mueven a las personas a guardar dinero está asociado a la estabilidad que sienten de poder acceder a ellos en caso de situaciones inesperadas. Por otro lado, la industria debe involucrarse más allá y atender las necesidades del no ahorrador, así adelantarse para poder atender a tiempo sus necesidades.

## 2 Diseñar ofertas atractivas de productos de ahorro:



Los datos fundamentan la necesidad de crear productos específicos y personalizados para cada tipo de cliente, lo que implica la ampliación de la oferta ya existente. Los chilenos demandan productos simples y funcionales, el desafío es flexibilizar tales instrumentos, mejorar los servicios específicos para cada meta de ahorro, pensado en las necesidades de cada cliente.

### 3 Incentivar el ahorro a través de la educación financiera:



Se ha demostrado una favorable disposición y capacidad de ahorro entre más de la mitad de los chilenos encuestados, esto supone el reto de la industria de cómo acompañarlos en este proceso. El fortalecimiento de la educación financiera promueve la responsabilidad en el manejo de los recursos, incluso de quienes de momento aún no tienen capacidad de ahorrar. El desafío es considerar la educación financiera como agente disruptivo en las decisiones de los clientes, un elemento que les entregue herramientas que le permitan aventurarse en invertir su dinero en productos a su medida.

### 4 Robustecer la confianza de los clientes con las instituciones que se hacen cargo de los ahorros:



La confianza es el denominador común de todas las relaciones, implica poner en el centro la satisfacción y experiencia del cliente, dando importancia al cumplimiento de sus expectativas que cimiente una institucionalidad fuerte con entidades reguladas y transparentes.

# Anexos

## Metodología

Tabla N°1: Distribución por zona geográfica

Zona	Regiones	%
Norte	XV, I, II, III, IV	13%
Centro	V, VI, VII	22%
RM	XIII	40%
Sur	VIII, IX, X, XI, XII, XIV, XVI	25%

Gráfico N°1 Distribución por rango etario

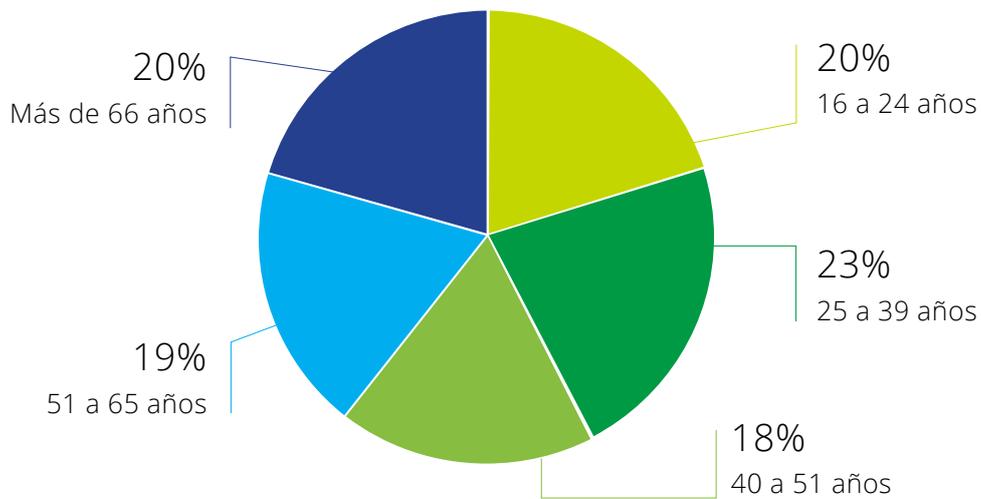
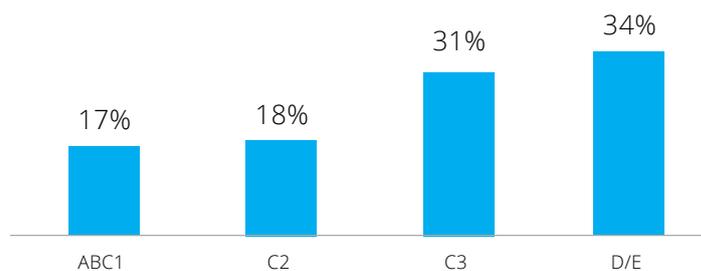


Gráfico N°2: Distribución por segmento socioeconómico



## Gráficos relevantes

Gráfico N°3: Distribución de ingresos familiares

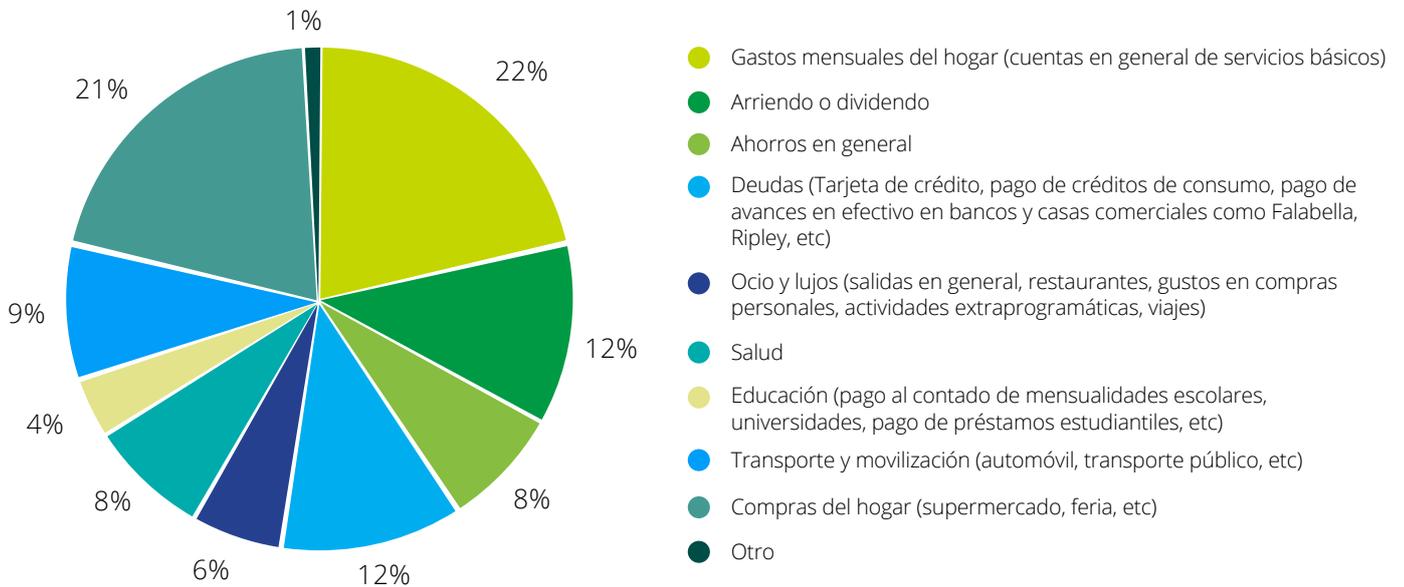


Gráfico N°4: Productos financieros dispuestos a usar si tuviese ahorros

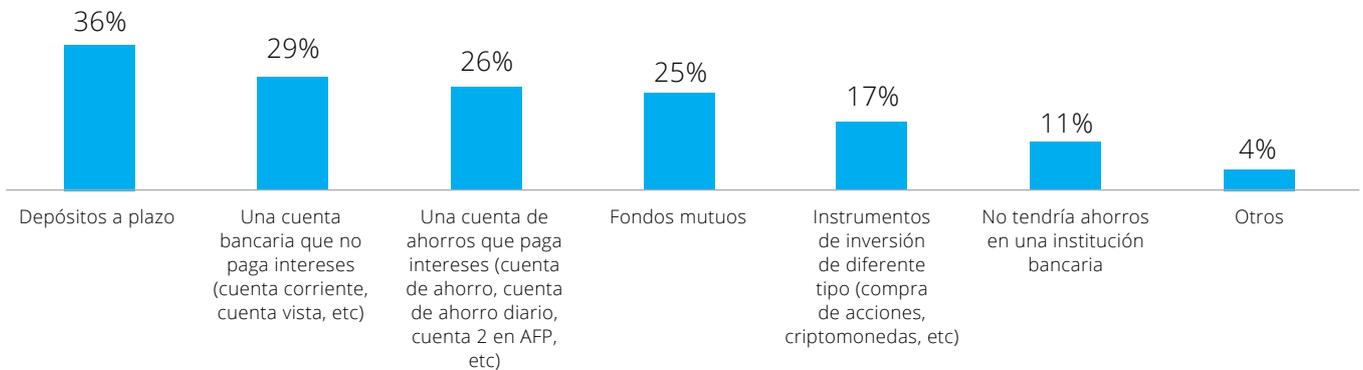


Gráfico N°5: Disposición a pagar por asesoría en la gestión de ahorros



**Este estudio fue elaborado en el área de Research, Deloitte Chile.**

## Contactos

### **Financial Services Industry**

**Agustín Alcaide**

Socio Líder Industria de FSI Deloitte  
[aalcaide@deloitte.com](mailto:aalcaide@deloitte.com)

**Bianca Santillana**

Socia de Consulting Deloitte  
[bsantillanac@deloitte.com](mailto:bsantillanac@deloitte.com)

**Jorge Cayazzo**

Socio Risk Advisory Deloitte  
[jcayazzo@deloitte.com](mailto:jcayazzo@deloitte.com)

**Vincenzo Castiglione**

Industry manager FS  
[vcastiglione@deloitte.com](mailto:vcastiglione@deloitte.com)

### **Marketing Deloitte**

**Claudia Pizarro**

Gerente Senior de Marketing Support

**Catalina Castillo**

Analista Senior de Marketing Support



[www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)

Ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni ninguna de sus firmas miembro será responsable por alguna pérdida sufrida por alguna persona que utilice esta publicación.

Deloitte © se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una compañía privada limitada por garantía, de Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. Por favor, vea en [www.deloitte.com/cl/acercade](http://www.deloitte.com/cl/acercade) la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited es una compañía privada limitada por garantía constituida en Inglaterra & Gales bajo el número 07271800, y su domicilio registrado: Hill House, 1 Little New Street, London, EC4A 3TR, Reino Unido.

© 2023 Deloitte. Todos los derechos reservados.

Las partes aceptan que COVID 19 constuye Fuerza Mayor, conforme los términos del artículo 45 del Código Civil. Asimismo, Las partes reconocen los riesgos que implica la propagación de la COVID-19 y las repercusiones potenciales asociadas con la prestación de los Servicios. El personal de las partes cumplirá con las restricciones o las condiciones que impongan sus respectivas organizaciones en las prácticas laborales a medida que la amenaza de la COVID-19 continúe. Las partes intentarán seguir cumpliendo con sus obligaciones respectivas conforme a los plazos y el método establecido en la presente, pero aceptan que puede requerirse la adopción de prácticas laborales alternativas y la puesta en marcha de salvaguardas durante este periodo, tales como el trabajo a distancia, las restricciones de viaje relacionadas con destinos particulares y la cuarentena de algunas personas. Dichas prácticas y salvaguardas laborales pueden afectar o impedir la ejecución de diversas actividades, por ejemplo, talleres u otras reuniones en persona. Las partes trabajarán conjuntamente y de buena fe a fin acordar los eventuales cambios necesarios para atenuar los efectos negativos de la COVID-19 sobre los servicios, incluido el cronograma, el enfoque, los métodos y las prácticas laborales en la prestación de los mismos, y todos los costos asociados adicionales. En todo caso, Deloitte no será responsable de cualquier incumplimiento o retraso en la ejecución de sus obligaciones ocasionados o exacerbados por la propagación de la COVID-19 y sus efectos asociados.

## Oficina central

Rosario Norte 407  
Las Condes, Santiago  
Chile  
Fono: (56) 227 297 000  
Fax: (56) 223 749 177  
[deloittechile@deloitte.com](mailto:deloittechile@deloitte.com)

## Regiones

Av. Grecia 860  
Piso 3  
Antofagasta, Chile  
Fono: (56) 552 449 660  
Fax: (56) 552 449 662  
[antofagasta@deloitte.com](mailto:antofagasta@deloitte.com)

Alvares 646  
Oficina 906  
Viña del Mar, Chile  
Fono: (56) 322 882 026  
Fax: (56) 322 975 625  
[vregionchile@deloitte.com](mailto:vregionchile@deloitte.com)

Chacabuco 485  
Piso 7  
Concepción, Chile  
Fono: (56) 232 519 800  
Fax: (56) 412 914 066  
[concepcionchile@deloitte.com](mailto:concepcionchile@deloitte.com)

Quillota 175  
Oficina 1107  
Puerto Montt, Chile  
Fono: (56) 652 268 600  
Fax: (56) 652 288 600  
[puertomontt@deloitte.com](mailto:puertomontt@deloitte.com)