

Agustín Alfonso, gerencia general

Rosen, empresa que rompe mitos...



Mercado:
Cambios a Ley de Tabaco
acentuarán las Distorsiones
en Mercado de Cigarrillos.



Estudios:
Indicador de Venta del Comercio Canal
Internet a través de Tarjetas, Crédito y Débito
en Chile / II Trimestre 2015.





RICARDO MEWES
Presidente CNC

Amigos y amigos

Es una gran satisfacción para quienes tenemos en estos momentos la gran responsabilidad y el enorme privilegio de conducir la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, el presentar ante ustedes esta primera edición de nuestra revista virtual **"Enl@ces CNC"**.

Este nuevo medio de comunicación, que tendrá periodicidad trimestral, representa un gran avance en nuestra política de ampliar sustantivamente los canales de información y de vinculación con todos nuestros socios, ya que llegará directamente hasta ustedes llevándoles noticias de actualidad especialmente vinculadas a los distintos ámbitos de nuestro quehacer gremial.

Será una instancia adecuada y de fácil acceso para entregar de manera amplia y transparente los antecedentes relativos a las actuaciones que como organización realizamos en el nivel público respecto de aquellos temas que interesan a las distintas organizaciones que conforman la CNC. Un ejemplo de ello son los planteamientos que han marcado nuestra permanente preocupación por reformas en curso como la tributaria o la laboral.

Del mismo modo, el contenido de esta revista virtual incluirá entrevistas y reseñas acerca de empresarios y empresas vinculadas al Comercio, los Servicios y el Turismo, destacando con ello las buenas prácticas y las grandes trayectorias que nos hacen sentir orgullosos de pertenecer a estos gremios.

También será de gran utilidad para anunciar e informar sobre las actividades que nuestra Cámara Nacional desarrolla permanentemente y en prácticamente todo el país para entregar a nuestros socios nuevos conocimientos y herramientas destinadas a mejorar las condiciones en que desarrollan su actividad.

Por lo tanto, reitero nuestro saludo y el deseo de que esta publicación virtual alcance efectivamente el éxito que nosotros esperamos y que, asimismo, cumpla con las expectativas que ustedes lleguen a plantearse en torno a ella. ☞

CONTENIDOS

04 Noticias
CNC

08 Columnas de opinión
**Adaptabilidad laboral:
Un desafío pendiente**

10 Reportaje
**Rosen, empresa
que rompe mitos...**

14 Principales
actividades gremiales

18 Actualidad económica:



Indicador de venta del comercio canal internet a través de tarjetas, crédito y débito en Chile.

22 Mercado:
Cambios a Ley de Tabaco
acentuarán las distorsiones en
mercado de cigarrillos

24 Sociales:
CNC realizó su
Asamblea Anual de
Socios en Iquique



Sociales:
CNC analizó escenario económico y desafíos
del sector en Cena Anual del Comercio

Enl@ces CNC
REVISTA DIGITAL DEL COMERCIO

Cámara Nacional de Comercio,
Servicios y Turismo de Chile

colofón

■ Comité editorial:
Área Gremial,
Comunicaciones y
Estudios CNC

■ Diseño y producción:
Byacom

■ Diseñador:
Juan Díaz F.





MULTAS COLECTIVAS PODRÍAN REPRESENTAR HASTA 90% DEL PATRIMONIO DE UNA PYME.

La CNC expuso ante la Comisión de Economía del Senado sus planteamientos sobre el proyecto de fortalecimiento del Sernac, haciendo énfasis en que no hay proporcionalidad en la asignación de recursos; las multas son destructivas y se requiere la existencia de un gobierno corporativo para garantizar la ecuanimidad del organismo.

El presidente del gremio, Ricardo Mewes, afirmó que las mul-

tas propuestas "representan la destrucción de muchas empresas, particularmente de aquellas pymes o micro empresas. Tal como está planteando el proyecto, el efecto de las multas colectivas (establecidas sobre la base de un tope de un 30% de las ventas) podría representar hasta el 90% del patrimonio de una micro, pequeña y mediana empresa; y entre el 60% y 45% de una grande. Es decir, el efecto podría ser devastador. ☞



MEWES PLANTEÓ LAS INQUIETUDES DEL SECTOR AL MINISTRO SECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO

El Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Ricardo Mewes, se reunió con el Ministro Secretario General de Gobierno, Marcelo Díaz, en La Moneda.

En este espacio de diálogo, el timonel del gremio planteó las

principales inquietudes para el sector sobre el proyecto que moderniza el sistema de relaciones laborales: el derecho a huelga, el veto sindical en materia de extensión de beneficios, el fin de reemplazo en huelga y las limitaciones a la adaptabilidad laboral. ☞



GS1 CHILE ESTABLECE COMITÉ TÉCNICO DEL SECTOR RETAIL CON LA PARTICIPACIÓN DE DESTACADAS INSTITUCIONES Y EMPRESAS

Gran convocatoria tuvo la constitución del Comité de Desarrollo Técnico de Retail de GS1 Chile y que tiene por finalidad identificar necesidades e intereses comunes para llegar a acuerdos que beneficien a la industria y al país, además de aprovechar sinergias respecto de avances en el uso de tecnologías.

Las entidades participantes tienen un rol activo en la indus-

tria del retail nacional, ya sea como fabricantes, proveedores, entes reguladores y clientes, entre los cuales se encuentran: Cencosud, Nestlé Chile, CCU, Walmart, Viña Tarapacá, Caffarena, Bigger/ Dipac, Soprole, CMPC Tissue, Reckit Benckiser, Rabie, Bticino, Socofar, además de organizaciones como ACTI y la Asociación de Supermercados de Chile. ◀



FISEG 2015: MEWES DA A CONOCER PREOCUPACIÓN DEL GREMIO ANTE EL AUMENTO DE LA DELINCUENCIA

Por séptimo año consecutivo la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile estuvo presente en la Feria Internacional de Seguridad FISEG, espacio de encuentro del mundo público y privado que expone las estrategias y programas más eficientes y exitosos del mundo en términos de seguridad.

En la oportunidad el presidente de la CNC, Ricardo Mewes, dio a conocer la preocupación del gremio por el aumento de la delincuencia en el país. "La FISEG constituye una instancia relevante para el acceso de nuestros gremios a nuevas tecnologías en el ámbito de la seguridad, y también para dar a conocer nuestros puntos de vista en la materia", aseguró. ◀



CNC SE REÚNE CON MINISTRA DEL TRABAJO POR REFORMA LABORAL

Con el objetivo de conversar las inquietudes y propuestas del sector sobre el proyecto de Reforma Laboral que actualmente se discute en el Senado, el Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Ricardo

Mewes se reunió con la Ministra del Trabajo, Ximena Rincón.

Adaptabilidad laboral, traspasos de beneficios y reemplazo en huelga, fueron los principales temas que se analizaron en la reunión. ☞



CNC SE REUNIÓ CON EL DIRECTOR NACIONAL DE ADUANAS GONZALO PEREIRA

El Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Ricardo Mewes, se reunió con el Director Nacional de Aduanas, Gonzalo Pereira; y la Subdirectora Técnica del Servicio Nacional de Aduanas, Alejandra Arriaza.

La reunión se llevó a cabo con el objetivo de conocer los efectos que generó la última paralización del Servicio Nacional de Aduanas y los próximos proyectos de la institución. ☞



PRESIDENTE CNC PRESENTE EN EL 36° CONGRESO HEMISFÉRICO ORGANIZADO POR CAMACOL

El presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Ricardo Mewes, participó en el 36° Congreso Hemisférico organizado por CAMACOL, evento fundamental para el sector empresarial de América Latina, que se llevó a cabo desde el 1 al 4 de junio en el Hotel Biltmore en Coral Gables, Florida. ☞



EXITOSA CENA ANUAL DEL COMERCIO 2015

En el marco de la Cena Anual de Comercio, el Presidente de la Cámara Nacional del Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Ricardo Mewes, realizó un repaso del escenario político económico actual y de las principales inquietudes y desafíos del sector.

Durante el evento -realizado en Casa Piedra y al que asistieron autoridades, empresarios y representantes del sector-, el timonel de la CNC advirtió que si bien "hay variables externas que han dificultado la marcha económica, como lo ha planteado el propio Banco Central y el Ministro de Hacienda, hay factores internos que han impactado en el dinamismo económico y en la confianza de los consumidores".



CNC SE REUNIÓ CON EL NUEVO MINISTRO DEL INTERIOR Y SEGURIDAD PÚBLICA

El nuevo Ministro del Interior y Seguridad Pública, Jorge Burgos, recibió en un encuentro de carácter protocolar al Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Ricardo Mewes, quien asistió acompañado del Vicepresidente, Manuel Melero; el Director CNC, Mauricio del Canto; y el Presidente de la Comisión de Seguridad y Antidelincuencia, Jorge Lee Mira.

El timonel del gremio, puso especial énfasis a la importancia de resguardar el orden público en marchas y manifestaciones e hizo un llamado a legislar o perfeccionar la legislación vigente. "En manifestaciones se han generado actos vandálicos que producen daños a la integridad física y síquica, dañan bienes públicos y privados, atacan a las fuerzas de orden público y seguridad".



ACHIGA COMEDUC CELEBRA SU ANIVERSARIO E INAUGURA SU NUEVO ESTABLECIMIENTO

Con la participación y el apoyo de los mismos alumnos y alumnas de servicios hoteleros y alimentación colectiva, se llevó a cabo la inauguración del nuevo establecimiento Achiga Comeduc en la comuna de Las Condes.



Rodrigo Cerón, presidente de la Fundación Educacional, dio el primer discurso inaugural, destacando las grandes expectativas que vienen con el nuevo establecimiento.



En el contexto de la reforma laboral enviada al parlamento por el Ejecutivo y, tal como lo hacen las más modernas legislaciones comparadas, se ha propuesto incorporar normas sobre adaptabilidad laboral, las que tienen por objetivo generar un marco de acción que permita a las empresas y sus trabajadores, negociar pactos con condiciones especiales de trabajo reconociendo sus realidades específicas.

Adaptabilidad laboral: Un desafío pendiente

Columna del Presidente de la CNC, Ricardo Mewes.



La adaptabilidad es un buen incentivo a la contratación de mano de obra, en especial para los jóvenes, mujeres y hoy por hoy, cada día más, personas de la tercera edad, quienes suelen ser más vulnerables en términos de ocupación y desempleo. En efecto, ya desde el gobierno de Ricardo Lagos comenzaron los esfuerzos para incorporar en nuestra legislación normas que permitieran introducir este concepto en las relaciones laborales.

Siguiendo esa misma línea de acción, el Ejecutivo anterior envió un proyecto de ley que adaptaba las normas laborales en materia de turismo, reconociendo las situaciones especiales de esa industria, proyecto que luego de haber sido ampliamente aprobado en la Cámara de Diputados se encuentra en tramitación en el Senado.

Por otra parte, nuestra legislación laboral reconoce la anterior lógica en otro tipo de contratos, como aquellos referidos a la actividad de técnicos y artistas de espectáculos, de tripulaciones de vuelo y de cabina en el transporte aéreo, de deportistas y de

personal de operaciones en aeropuertos, entre otros.

Es el propio Ejecutivo, autor de la reforma laboral ya citada, quien en su mensaje del proyecto de ley reconoce que una economía abierta requiere que las empresas tengan capacidad de adaptarse a un entorno que impone desafíos crecientes en productividad y competitividad, lo que supone la necesidad de avanzar en materia de adaptabilidad laboral. Ésta no representa un capricho empresarial, sino que es una exigencia que demanda nuestra condición de país abierto al mundo.

Así las cosas, sorprende que algunas voces como la CUT, a través de su presidenta, se opongan a avanzar en esta materia tan importante para el desarrollo de las relaciones laborales de los trabajadores, afiliados o no, a dicha organización y se manifieste públicamente la decisión de solicitar que esta materia sea eliminada de la discusión del proyecto de ley presentado por el gobierno. No podemos olvidar que muchas empresas, cuyos trabajadores no se encuentran sindicalizados, de-

ben, para poder mejorar sus niveles de desarrollo, tener opciones de entendimiento directo para enfrentar sus permanentes desafíos.

Creemos en la pertinencia de este debate, el cual debe ser abordado con la madurez propia que requiere el Chile de hoy y desde la perspectiva de un país al que se le reconoce la calidad de líder en la región, sin perjuicio de señalar que concordamos con la CUT en que este debate no se agota ni se satisface de la manera como lo aborda el proyecto referido. El país nos demanda que enfrentemos esta discusión mirando los desafíos que nos depara el futuro, con la disposición de ser actores y no espectadores de nuestro destino. Lo dicho hace patente la necesidad de avanzar en adaptabilidad laboral, conjugando adecuadamente el desarrollo de los derechos de los trabajadores, la generación de mejores oportunidades de empleo, junto a condiciones que propicien la productividad y competitividad de las empresas a los que ellos pertenecen. ◀

DISCUSIÓN SIN EXCLUSIONES

Durante la tramitación de la reforma laboral hemos apreciado un curioso escenario que nos hace reflexionar en torno a la diferencia que existe entre el concepto de "oír a alguien" y el de "considerar su opinión". En efecto, hasta el minuto el gobierno y los parlamentarios de la Nueva Mayoría han valorado la importancia de "escuchar a todos"; sin embargo, en la Comisión de Trabajo pareciera que las opiniones de actores distintos de la CUT no han sido atendidas.

Extraña que no se haga eco de los informes de expertos, la experiencia comparada, la visión de la OCDE y de aquellos que han presentado legítimas observaciones a los distintos aspectos del proyecto.

No se puede prescindir de la opinión del empresariado en este proceso de cambio normativo que impacta en la relación que a diario forjamos con nuestros trabajadores y desarrollamos en cada emprendimiento. Los planteamientos de la CUT parecen legítimos, así como también lo son los nuestros, por lo que se debe procurar que mediante la reforma se mejoren las relaciones laborales entre las partes y así avanzar unidos.

Nos preocupa que ni en las indicaciones del gobierno ni en el debate parlamentario, los legisladores se detengan en el análisis de asuntos relevantes expuestos en la discusión ante la Comisión del Trabajo.

Las materias en análisis son importantes para el destino del comercio, los servicios y el turismo, y en especial para el de las pymes, las cuales, de aprobarse el texto en los términos actuales, podrían a futuro tener que enfrentar compromisos contractuales o financieros con sus establecimientos cerrados, a consideración de la eliminación del reemplazo en huelga y la no extensión del concepto de servicio mínimo. Entonces, ¿qué pasará con el destino de las empresas, especialmente las pequeñas, si no son capaces de responder a sus clientes, acreedores o consumidores?

Por otra parte, la extensión universal de beneficios no fue siquiera insinuada en las indicaciones del Ejecutivo, manteniéndose la propuesta que entrega a los sindicatos la decisión de otorgar o no beneficios a trabajadores no sindicalizados de la respectiva empresa, ¿Por qué se valida la imposición de un veto sindical

sobre los beneficios que pertenecen a todos los trabajadores de una empresa?

Además, no se da cabida a la adaptabilidad y se cierra la posibilidad a la inclusión laboral de sectores sensibles, como jóvenes, mujeres y adultos mayores. ¿Cómo explicar que los restaurantes y comercios deban cerrar a las tres de la tarde y no abrir pasado las siete sobre la base de la imposibilidad de dividir la jornada de trabajo?

Confiamos que el gobierno, con su renovado equipo político y económico, y el Congreso traduzcan a ley lo que importa a la sociedad en su conjunto, de modo que en las semanas que se avecinan se retome la práctica republicana de construir leyes para todos.

No levantemos un muro que divide nuestras posiciones, construyamos juntos -de la mano de las nuevas autoridades del gabinete- una reforma laboral que propicie relaciones modernas, con más oportunidades de trabajo y desarrollo. ◀

*Columna del Presidente CNC,
Ricardo Mewes,
publicada en el diario La Tercera*

Rosen, empresa que rompe mitos...



Entre las características que hacen especial a esta compañía destaca el hecho que tras 57 años se mantiene como una empresa familiar y regional y que, pese a contar con 3.000 trabajadores, no tiene sindicatos.

Si se mira desde los fríos números, no cabe duda que la fábrica Rosen es una empresa exitosa. Su liderazgo en el rubro descanso –con especial foco en colchones y soluciones de cama– es indiscutible en Chile y es, además, una de las compañías nacionales que recibe el calificativo de “multilatinas”, con operaciones en varios países de América latina.

Sin embargo, basta adentrarse un poco más en su trayectoria y en sus características para darse cuenta que esa empresa es bastante más que números. Que detrás de esa marca hay una historia de esfuerzo y de verdadero afecto tanto por la región que la vio nacer como por quienes han formado parte de ella desde 1958, año en que una joven viuda y sus hijos instalaron en Temuco un taller de 35 metros cuadrados para fabricar colchones.

Quien nos cuenta esta historia poco común es el ingeniero comercial Agustín Alfonso, quien lleva 18 años en Rosen –toda su vida profesional hasta ahora–, luego de hacer su práctica profesional pasó al cargo de asistente de marketing, a continuación asumió la labor de product manager del área de nuevos negocios, posteriormente a gerente de ventas y finalmente lideró la gerencia comercial, tras lo cual hace más de dos años lidera la Gerencia General.

LA HISTORIA DE ROSEN

Agustín Alfonso recalca que la compañía tiene dos fechas de nacimiento. La primera y oficial es 1958, cuando la señora Blanca y sus hijos instalan su pequeño taller. En esa etapa, tras quince años de esfuerzo de toda la familia, el sueño de Don José Rosenberg se hizo realidad por primera vez al lograr que la firma fuera tomando un tamaño y una presencia significativa en el mercado nacional de colchones.

El segundo hito fundacional ocurre en 1973, ya que en el marco de la crisis política y el difícil momento que vivió el país, la familia dejó de tener control de la empresa y durante tres o cuatro meses ella estuvo sin producir. Antes de devolverla, las personas que la tenían tomada destruyeron todas las máquinas, como consecuencia de lo cual su dotación quedó reducida a solo siete personas incluidos los familiares, que eran parte del equipo que antes estaba detrás de las máquinas y de la gestión, y en una condición muy desmedrada para poder reiniciar su producción ya que no había máquinas, materias primas ni capital de trabajo y sí había, lo que es peor, gran desconfianza y mucho desánimo.

Con el tiempo el sueño de Don José Rosenberg renació y tras una serie de buenas decisiones en la década de los 70 e inicio de los 80 Rosen vuelve a tener un rodaje más normal y se produce el gran salto de la compañía, el punto de inflexión que desde su reducido tamaño de firma regional se convierte en una compañía capaz de ingresar a las grandes ligas en su rubro.

La estrategia que se puso en marcha significó invertir mucho en comunicaciones y en publicidad para posicionar la marca. Al mismo tiempo se comienzan a desarrollar los dos canales de distribución que caracterizan a la compañía. El primero, el de los grandes actores del retail, Paris y Falabella en ese momento, y el segundo, el canal propio de los Dormicentros Rosen, que implicó asumir grandes riesgos económicos al instalarse en lugares como Providencia y Apoquindo y en los principales centros comerciales.

Este ponerse pantalones largos derivó en que las instalaciones fabriles se hicieron estrechas, lo que obligó a desarrollar el proyecto de la nueva planta industrial (años 1985 y 1986), iniciativa que en ese momento pareció tremendamente desafiante y arriesgada. La nueva fábrica contó así con tecnología de vanguardia que le permitió consolidar a la empresa como actor relevante en el mercado y competir mano a mano con CIC, que era el líder de ese momento, muy bien posicionado en el rubro de colchones y de muebles para el hogar.

A partir de los 90 la compañía entiende que también el servicio al cliente puede ser un factor relevante de diferenciación, lo que la llevó a abrir centros de distribución en distintos puntos del país para acercar los productos tanto al retail como al propio comprador final. Esta integración como fabricante, distribuidor y garante de calidad de servicio fue respaldada por una estrategia comunicacional donde la marca empieza a jugar un rol fundamental al centrar sus mensajes en el status y el valor agregado, entre otros factores.

También a fines de los 80 y comienzos de los 90 la compañía empieza a instalar la marca primero en los países vecinos, llegando en los 90 incluso a Brasil. La expansión internacional llegó a abarcar todo el Cono Sur más México pero en la década del 2000 se comienza a decantar, consolidándose en Argentina, Perú y Colombia con operaciones propias, en Ecuador con distribuidores y en Bolivia y Uruguay con franquicias.

Paralelamente y acorde con los tiempos, Rosen inició también un fuerte desarrollo en la venta no presencial tanto vía tienda propia online (rosen.cl) como a través de los sitios web y la venta e-commerce del retail.

Hoy, el modelo de negocios es una mezcla de productos fabricados en las plantas propias de Rosen y otros que se obtienen de distintos proveedores en el mundo, los cuales abastecen a la compañía tanto de productos terminados como del 95% de los insumos, lo que influye significativamente en los estándares de producción y en la alta calidad final del catálogo, que es de nivel mundial.



Agustín Alfonso, Gerencia General Rosen.

Así, los 3.000 trabajadores con que cuenta hoy la firma están en un 80% en Chile, en las dos fábricas que operan en Temuco -ciudad donde está la matriz del holding- y en los centros de distribución y venta, y el 20% restante en Argentina, Perú y Colombia. En total, cuenta con 51 tiendas propias, 24 de las cuales están situadas en nuestro país, a lo cual se suma un completo sistema de bodegas y transporte logístico.

El plan estratégico considera seguir invirtiendo para potenciar todavía más el liderazgo industrial, hacer más relevante la cobertura geográfica y seguir fortaleciendo el servicio de pre y post venta para que no existan clientes que no puedan comprar en Rosen, señala Agustín Alfonso, quien puntualiza que transitoriamente y en razón de la situación actual de la economía chilena, que está por debajo de las expectativas en el rubro de los bienes durables del hogar, las próximas inversiones tendrán una velocidad más lenta y un distinto orden de priorización. "Por el momento estamos concentrados en hacer lo imprescindible, lo urgente, lo que realmente estamos seguros que nos va a generar valor", señala.

ROMPIENDO MITOS

Consultado acerca de las razones por las cuales Rosen es la excepción que confirma la regla en cuanto a que las empresas familiares y las regionales no tienen grandes probabilidades de éxito a nivel nacional, Agustín Alfonso no tiene dudas.

Efectivamente, Rosen nació como una empresa familiar y sigue siendo familiar, con el 100% de la propiedad en manos de las distintas ramas de la familia Rosenberg. Esto es, no está listada en bolsa ni tiene accionistas que no sean de la familia. En cambio, desde el punto de vista del gobierno corporativo ha evolucionado y entendido que para competir, crecer y proyectarse exitosamente, necesitaba de ajustes. Hoy cuenta con un directorio mixto formado por personas que son de la familia y otras absolutamente externas, partiendo por el propio presidente de la compañía, que es Don Octavio Bofill.

El management, en tanto, desde la gerencia general hacia abajo está totalmente profesionalizado y los ejecutivos, las principales cabezas y toda la estructura de la compañía se maneja con criterios absolutamente profesionales y externos a la familia.

Respecto de la ubicación en Temuco de la matriz del holding y de las dos plantas industriales, señala que más que una desventaja o un problema como se podría definir el tener que trasladar tanto producto de gran volumen desde el sur, el tema es mirado desde dos aspectos distintos, uno más duro y el otro más afectivo.

En cuanto a los números, la distribución geográfica de la población hace que tener una posición en Temuco no ofrezca desventajas ni un claro perjuicio en comparación con estar en la capital, ya que los mayores mercados objetivos de Rosen están efectivamente en Santiago pero también en la zona comprendida entre las regiones Octava y Décima.

Asimismo, Rosen tiene en Temuco una dotación industrial altamente calificada, de gran experiencia y bajísimo nivel de rotación. Ese equipo hace que variables como productividad, rotación o ausentismo marquen una diferencia relevante e inclinen definitivamente la balanza en favor de Temuco.

Desde el punto de vista afectivo, Don José principalmente tiene un alto compromiso con la región. Su vida la ha dedicado no sólo a fabricar colchones sino que a dar trabajo, a tener una estrecha cercanía con la familia Rosen, entendida ésta más allá del apellido, haciéndola extensiva a todos los colaboradores. Ese estilo se ha mantenido invariable desde el comienzo y hoy es parte del compromiso de devolverles la mano por todo lo que ellos hicieron para llevar la compañía a lo que es hoy.

AUSENCIA DE SINDICATO

Respecto del hecho cierto que en la compañía no existe sindicato pese al alto número de trabajadores, Agustín Alfonso es claro al señalar que más allá de la opinión que tenga cada cual sobre la existencia o inexistencia de sindicatos en una empresa, la experiencia de Rosen se encamina por un tema cultural que viene de hace 40 años, cuando se fundó la primera Organización de Personal, instancia que tiene personería jurídica y de la cual hoy existen una en Temuco, otra en Concepción y una tercera en Santiago.

Esas entidades aglutinan a todos los colaboradores de Rosen y sus directivas son elegidas democráticamente para que cumplan un rol muy importante en dos aspectos. Primero, hacer que todo el crecimiento de la gente, más allá de su función laboral, se enmarque en un ambiente de trabajo grato y un desarrollo personal muy efectivo. Canalizar sus intereses educacionales, deportivos, culturales, artísticos y hasta religiosos, donde la



empresa facilita los recursos económicos y el apoyo necesario, genera en las personas un enorme sentido de pertenencia y de compromiso, de real cercanía con la compañía en el día a día y esto se percibe y valora, ya que incide fuertemente en que las familias eleven su calidad de vida.

En segundo lugar, las Organizaciones de Personal tienen estrecha cercanía con Don José y con el cuerpo de administración; de saludarse, saber el nombre, entrar a la oficina y plantear problemas o inquietudes. Esta cultura se ha mantenido por años y permite trabajar todos los temas que preocupan o interesan al personal. Desde remuneraciones hasta infraestructura, seguridad o beneficios y eso

se da de manera natural, sin fechas específicas y con mucha confianza, entendiendo que los resultados de lo que se acuerde irá en beneficio de la empresa en su conjunto. Eso hasta ahora ha dado resultados y permite que los trabajadores se sientan contentos de su labor y orgullosos de trabajar en Rosen.

Agustín Alfonso confirma finalmente que ocasionalmente ha habido intentos de constituir sindicatos, pero los mismos colaboradores no sólo no los han respaldado sino que, por el contrario, han dicho que están contentos y que quieren seguir como hasta ahora, y que si hay temas que mejorar, que siempre los hay, están dispuestos a buscar los caminos adecuados. ☞

Trazabilidad en Salud

Contar con un sistema de salud que entregue plena visibilidad en los procedimientos y que garantice la seguridad de los usuarios, hoy puede ser real.

GS1 Chile ofrece:

- Identificación Única de Dispositivos
- Trazabilidad Farmacéutica - uso de DataMatrix
- Identificación de Unidades
- Identificación de Paciente y Tratante
- Implementación en sistemas hospitalarios
- Estandarización de proveedores



CNC INICIÓ SU CICLO DE DESAYUNOS DE COYUNTURA CON EXPOSICIÓN DEL PRESIDENTE DEL BANCO CENTRAL



La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) dio inicio a su ciclo de desayunos de coyuntura para los socios, los cuales se llevarán a cabo durante este segundo semestre.

El invitado que inauguró esta sesión de encuentros fue el Presidente del Banco Central, Rodrigo Vergara, quien expuso sobre la Evolución Macroeconómica de Chile y el Escenario Mundial.

En la oportunidad Vergara se refirió a la desaceleración de la economía chilena, las fortalezas para enfrentar la coyuntura y algunos riesgos para economía como China, la reserva federal y la reducción de la proyección de crecimiento en América Latina. ☞

EN ANCUD SE LANZÓ EL CICLO DE SEMINARIOS SEGURIDAD EN EL TURISMO: UNA MIRADA REGIONAL



En la histórica ciudad de Ancud, Provincia de Chiloé, se dio inicio al ciclo de seminarios regionales de turismo Seguridad en el Turismo: Una Mirada Regional.

Organizados por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), el apoyo del municipio local y la Asociación de Municipios Turísticos (AMTC), el objetivo de los seminarios es identificar, prevenir y minimizar los riesgos y amenazas que pudieran afectar a turistas, tanto nacionales como extranjeros, en un destino turístico determinado. ☞

PRESIDENTE CNC DESARROLLÓ AGENDA DE TRABAJO EN SAN ANTONIO



El Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Ricardo Mewes, viajó a San Antonio y realizó una serie de actividades, donde transmitió los principales temas de interés del sector y reforzó la importancia del desarrollo de las localidades como San Antonio.

El timonel del gremio asistió a una reunión con el Directorio de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de San Antonio A.G. liderada por su presidente Fernando Barahona, oportunidad donde abordaron temas de interés común como instalar GS1, y un agente operador CORFO o SERCO-TEC en la zona. ☞



BRITISH AMERICAN TOBACCO EXPUSO SOBRE EL CONTRABANDO DE CIGARRILLOS EN CHILE

Con el objetivo de mostrar la realidad actual del contrabando de cigarrillos en Chile, British American Tobacco (BAT), expuso un completo estudio sobre el tema ante la Comisión de Seguridad y Antidelincuencia de la CNC.

El expositor Francisco Ulloa, Gerente de Integridad de Mercado de BAT, aseguró que el contrabando es el cuarto crimen organizado que “más dinero mueve en el mundo, después del narcotráfico, la venta ilegal de armas y la trata de blancas”.



DIRECTORIO CNC SESIONÓ EN TEMUCO

Con el objetivo de analizar las principales preocupaciones del sector y en el marco del plan de acercamiento con sus socios regionales, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC) realizó su reunión de directorio en la ciudad de Temuco.

Los dirigentes gremiales fueron recibidos por el presidente de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Temuco y director CNC, Mauricio de Canto, y el directorio completo de la Cámara local.

FRUCTÍFERO VIAJE DEL PRESIDENTE CNC A PUERTO MONTT



El Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Ricardo Mewes, realizó una visita a la ciudad de Puerto Montt, oportunidad donde mantuvo relevantes reuniones junto al Presidente de la Cámara de Comercio, Turismo e Industrias de Puerto Montt A.G., Carlos Stange Bravo.

La visita del timonel del gremio a la Región de los Lagos se enmarca en el acercamiento de la CNC con sus socios regionales, con el fin de conocer in situ las inquietudes y los desafíos locales.

COMITÉ DE TURISMO DE LA CNC VISITA LA REGIÓN DE ATACAMA



El presidente del Comité de Turismo de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, Alex Thiermann visitó la Región de Atacama, instancia donde se desarrolló una nutrida agenda de trabajo con diversas instituciones gremiales y autoridades.

En la oportunidad, el presidente del Comité de Turismo mantuvo encuentros con empresarios locales, reuniones con la Cámara de Turismo de Caldera y la Cámara de Comercio de Caldera, representadas por Atilio Bianchi y Sonia Bordonnes respectivamente.

EX PRESIDENTE FREI Y CANCELLER MUÑOZ EXPUSIERON ANTE CONSEJO DE LA CNC

La Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Chile, CNC, realizó el cuarto Consejo General 2015, ocasión a la que asistieron dirigentes del comercio de todo el país para analizar los futuros desafíos en comercio exterior así como también la contingencia económica y política.

En la oportunidad, el ex Presidente de la República, Eduardo Frei, y el Ministro de Relaciones Exteriores, Heraldo Muñoz, expusieron ante el Consejo, integrado por presidentes de las entidades gremiales asociadas y de cámaras territoriales, socio empresas, integrantes del directorio y ex presidentes de la CNC.

El Canciller señaló que “la coyuntura no es todo lo positiva que quisiéramos”, y enfatizó en la necesidad de impulsar las reformas estructurales de Gobierno, “hay que hacerlas de forma dialogada y consensuada, porque hay cambios fundamentales que necesitamos”.



Eduardo Frei, quien actualmente se desempeña como Embajador Extraordinario y Plenipotenciario en Misión Especial para el Asia-Pacífico, se refirió, además, a las cualidades del Pabellón de Chile en la Zona Piloto de Libre Comercio en Shanghai y al acuerdo firmado hace unos días entre Chile y Alibaba para incentivar el comercio electrónico y la internacionalización de pequeñas y medianas empresas. ☞



PRESIDENTE CNC DESARROLLÓ AGENDA DE TRABAJO EN OSORNO E INAUGURÓ TALLER DE DERECHO LABORAL

El Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Ricardo Mewes, mantuvo una fructífera agenda de trabajo en la ciudad de Osorno.

El viaje se inició con un almuerzo de directorio, oportunidad donde el Presidente Mewes entregó al Presidente de la Cámara de Comercio de Osorno, Marcelo Álvarez, un documento con todas las posturas y visión de la CNC sobre los principales temas del sector. Posteriormente, se llevó a cabo una ceremonia de inauguración de una escultura de gonfoterio en el sitio Pilauco, obra artística que donó la Cámara de Comercio e Industrias A.G. Osorno.

Con el objetivo de abordar temas como la representatividad regional y la generación de alianzas con los gremios, la Multi-

gremial de Osorno se reunió en la sede de la sociedad agrícola y ganadera de Osorno (SAGO).

El viaje tamb al taller “Derecho Laboral para PYMES y las implicancias de la Reforma Laboral”, convocado por la Organización Internacional del Trabajo en el marco de un acuerdo de cooperación técnica entre el organismo multilateral, la Confederación de la Producción y el Comercio, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile y sus Cámaras territoriales asociadas.

Finalmente el timonel del gremio inauguró el taller de “Derecho Laboral para PYMES y las implicancias de la Reforma Laboral” en Osorno. ☞

> Arica

> Iquique

> Antofagasta

> Coquimbo

> Valparaíso

> Valparaíso

> Los Andes

> San Antonio

> Aeropuerto

> Santiago

> Concepción

> Temuco

> Valdivia

> Osorno

> Puerto Montt

> Coyhaique

> Punta Arenas



UNIDAD CENTRAL DE
CERTIFICACIÓN DE ORIGEN S.A.

Dirección: Merced 230
Santiago - Chile
Mail: ucco@ucco.cl
Fonos: 02 - 23 65 40 15
02 - 23 65 40 21

CNC
La Cámara de Chile

ASOEX
Asociación de Exportadores de Frutas de Chile S.A.
Juntos, nuestra fruta vale más

www.ucco.cl



Indicador de venta del comercio canal internet a través de tarjetas, crédito y débito en Chile.

II TRIMESTRE 2015

En un mundo donde el tiempo es un recurso cada vez más escaso, Internet ha comenzado a ser un importante canal de venta para las empresas y muchas veces un canal que los ha ayudado a incrementar sus ingresos de manera significativa.

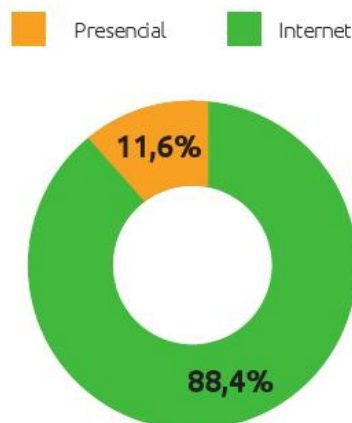
Hoy el “negocio digital” ha pasado a ser una importante herramienta de promoción, comercialización de productos y servicios. La experiencia de compra online puede ayudar a conocer mejor las necesidades de los clientes, entregarles una experiencia de compra diferente, eficiente, y lograr así una mayor fidelización.

En esto, Chile no se ha quedado atrás, las compras online han aumentado exponencialmente en los últimos años, llegando rápidamente a tasas de crecimiento anual de dos dígitos. Así también, su participación dentro de las compras con tarjeta ha aumentado en los últimos años, pasando de un 9,5% el 2013, a un 10,4% el 2014, y alcanzando el 11,6% en lo que va del 2015.

Usando datos proporcionados por Transbank, el Departamento de Estudios de la CNC, elaboró un Indicador de venta del comercio canal internet para analizar el comportamiento de compra en este tipo de canal, enfocando el análisis en el sector Comercio (consumo) y Turismo y Entretenimiento

(T&E). Este índice se construye en base a las ventas realizadas con tarjeta (crédito y débito) a través de internet y en portales nacionales.

Distribución Ventas con Tarjeta (crédito y débito)
I Semestre 2015

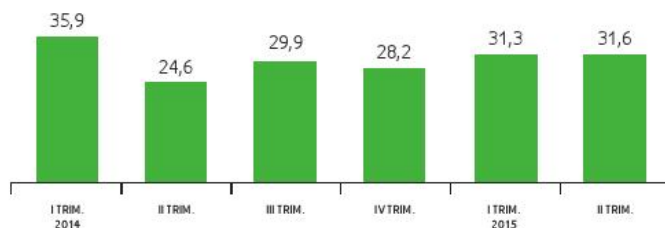


Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

ANÁLISIS TRIMESTRAL

Al construir y analizar este índice, se aprecia que en 2014 las ventas online crecieron en promedio un 29,7%, destacando el primer trimestre con un aumento de 35,9%. En cuanto al comportamiento del 2015, los crecimientos anuales de ambos trimestres han estado en el orden de 31% real, acumulando en el primer semestre un alza de 31,5%.

**Ventas por Internet
(%, Variación Anual)**



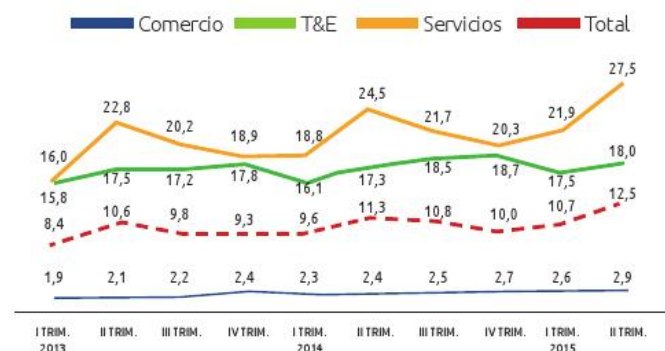
Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Por su parte, la participación de las compras realizadas con tarjeta (crédito o débito) por internet en los distintos sectores ha crecido un 37% en los últimos dos años, pasando de un 8,4% el primer trimestre de 2013 a un 12,5% en esta última medición, que corresponde al segundo trimestre de 2015.

En cuanto a las distintas categorías que se compran online, servicios¹ es el que registra los mayores niveles de participación, alcanzando un 27,5%. Esto por el gran aumento de pago de cuentas a través de medios online.

En el caso de las ventas en el rubro del consumo, la participación de este canal, sobre el total de compras con tarjeta, ha aumentado un punto porcentual en dos años alcanzando un 2,9% en el segundo trimestre de este año, lo que implica un crecimiento de 49%. Por su parte, T&E ha aumentado su participación de un 15,8% a un 18% en los últimos dos años.

Participación de las Ventas por Internet por Sector y Total



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

¹ Servicios abarca, entre otros, clínicas y prestaciones, educación, recaudación, servicios básico, financieros e inmobiliarios.

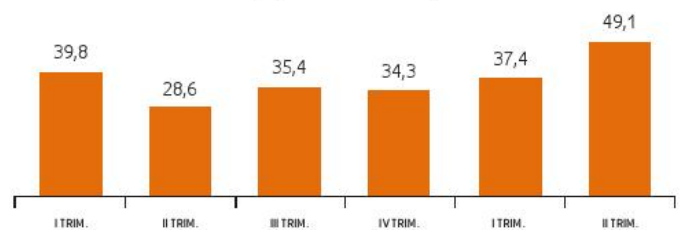
SECTOR COMERCIO

Al analizar las ventas por internet en el sector comercio, éstas tuvieron en 2014 un aumento real promedio de 34,3%, donde el menor crecimiento se registró en el segundo trimestre (28,6%).

En cuanto a los resultados de 2015, el primer trimestre crece un 37,4% con respecto a igual trimestre del año anterior, y el segundo trimestre se registró un alza anual de 49,1% real. Con esto, las ventas por internet en el sector comercio acumularon en el primer semestre de este año un aumento anual de 43,5%.

El comportamiento de este último trimestre se vio fuertemente favorecido por el "cyberday" que se realizó en mayo de este año, mes en el que el sector registró un aumento real anual de 71% con respecto a igual mes de 2014. Por su parte, abril y junio evidenciaron alzas anuales de 36,6% y 39,1%, respectivamente.

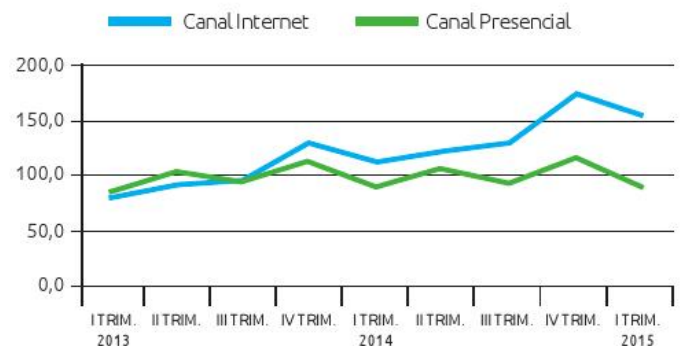
**Indicador de Venta del Comercio en Canal Online
(%, Variación Anual)**



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Las ventas por internet, no solo van aumentando su participación, sino que tienen una curva de crecimiento ascendente. Al comparar el Índice de Ventas por Internet, elaborado con datos Transbank, con el Índice de Ventas Minoristas CNC (ventas presenciales en locales equivalentes) se aprecia una tendencia similar, pero con una curva, que en el caso de las ventas por internet, sobrepasa al Índice Presencial CNC, mostrando así un crecimiento sostenido y exponencial en el tiempo.

**Comparación Índice de Ventas CNC
(Presencial) vs Indicador de venta del comercio canal internet.**

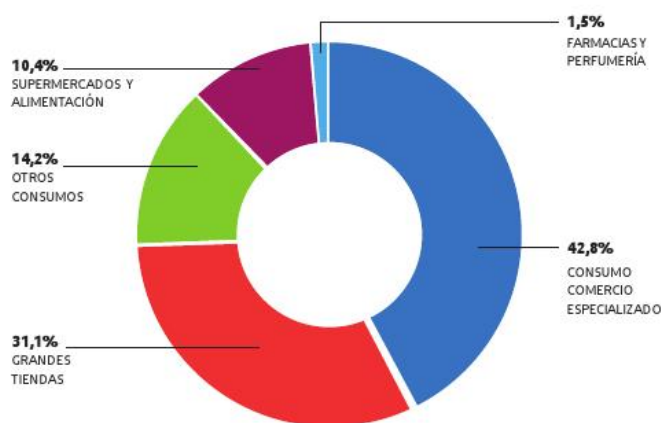


Fuente: Índice Comercio Minorista RM del Departamento de Estudios CNC y datos Transbank

ANÁLISIS POR SUBSECTORES

Al analizar la distribución de las compras por internet en el sector comercio según las cifras del último semestre reportado (I Semestre 2015), se observa que el 42,8% se realiza en Comercios Especializados², un 31,1% en Grandes Tiendas; un 10,4% corresponde a Supermercados, y otras tiendas de alimento y fast food³; un 1,5% a compras en Farmacias y Perfumería; y un 14,2% a Otros del Sector Comercio⁴. Estos porcentajes se han mantenido relativamente estables desde 2013, sin grandes variaciones entre sectores.

**Distribución Compras Internet por Sector
I semestre 2015**



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

Dentro del sector Comercio, los resultados de las ventas online, en términos reales, evidencian crecimientos anuales de dos dígitos en cada uno de los distintos sub sectores estudiados.

Grandes tiendas experimentó durante el segundo trimestre un alza real de 57,1% tras haber crecido un 38,8% anual el primer trimestre, así la categoría alcanzó un alza promedio de 48% en el primer semestre de 2015, respecto a igual periodo del 2014.

Las ventas por internet en el Comercio Especializado marcaron el primer trimestre un alza real anual de 33% y el segundo trimestre el aumento fue de 50,3%, acumulando un crecimiento de 42% anual en el semestre.

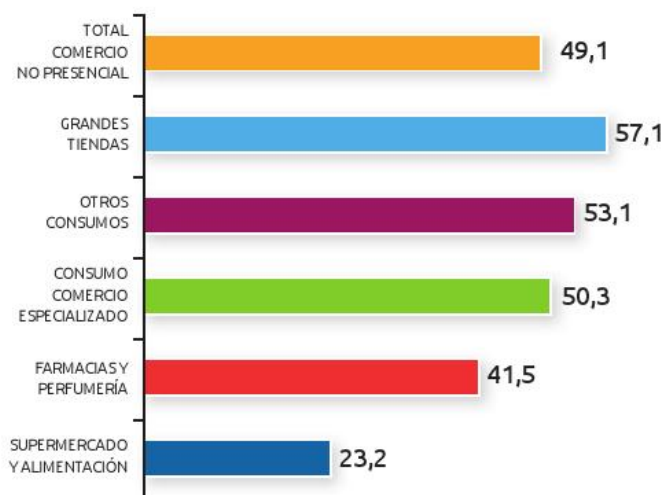
El sector Supermercados y alimentación marcó durante el primer semestre de este año un alza real de 25,8% en sus ventas por internet, con un crecimiento real anual de 29% durante el primer trimestre y un alza de 23,2% el segundo.

² Comercio especializado incluye: importadoras, joyerías y regalos, librerías y editoriales, muebles y artículos electrónicos, vestuario y calzado en tiendas especializadas.
³ No incluye restaurantes.
⁴ Otros no clasificados como kioscos, artículos para piscinas, tiendas ópticas, etc.

La categoría "Otros de Sector Comercio", marcó un alza anual de 59,4% el primer trimestre y de 53,1% el segundo, registrando así un alza promedio de 56,1% en el semestre.

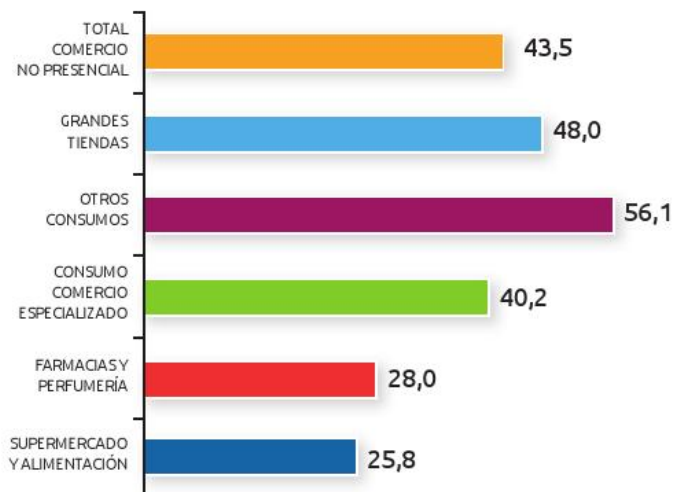
Por su parte Farmacias y Perfumería, que representa sólo un 1,5% de las ventas, tuvo un aumento de 28% en el semestre, marcado por un primer trimestre que sólo creció un 15,1% en comparación con el segundo donde el alza anual alcanzó un 41,5% anual.

**Variación trimestral anual (%) por agrupación
II Trimestre 2015/2014**



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

**Variación trimestral anual (%) por agrupación
I Semestre 2015/2014**



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

SECTOR T&E

Al analizar el sector T&E (Turismo y Entretenimiento) se puede apreciar que las ventas por internet en el sector crecieron un 26,3% real durante el segundo trimestre de 2015 en comparación con igual período del año anterior. El primer trimestre el crecimiento fue de 27,1%, dando un crecimiento semestral de 26,7%.

**Indicador de venta T&E canal internet
(%, Variación Anual)**



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

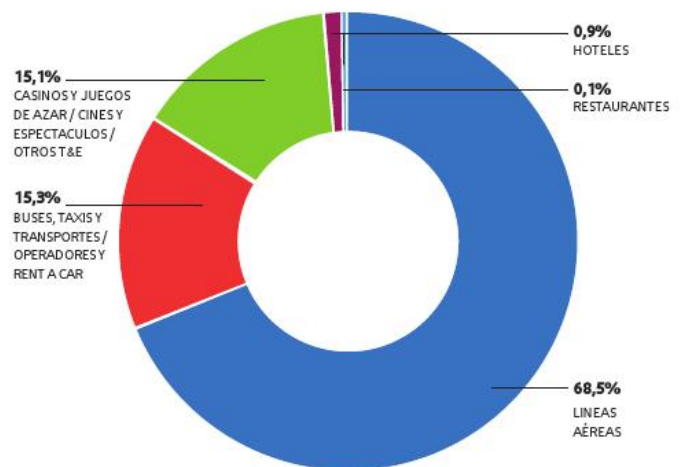
En cuanto a los resultados por mes en el segundo trimestre, el "cyberday" influyó positivamente en las ventas de mayo con un crecimiento de 45,9% anual. Por su parte, abril experimentó un alza de 26,4% y junio un aumento de 8,8%, el menor crecimiento del año.

Las ventas online de este sector están dominadas en gran parte por la compra de pasajes aéreos, concentrando gran parte del total (68,5%).

De hecho, T&E online es muy susceptible a los resultados de este sub-sector y queda reflejado en que el crecimiento de sólo 8,8% anual de junio se debe, en gran medida, a la caída de 7% anual en el rubro Líneas Aéreas. A su vez, el alto crecimiento de 45,9% de mayo responde al aumento de 54,3% en el rubro aéreo.

El segundo grupo, que representa el 15,3% de las ventas online de T&E, es Transporte, Operadores Turísticos y rent a car. De cerca le siguen Casinos, Cines y Espectáculos, con un 15,1% de participación. Finalmente Hoteles y Restaurantes sólo representan un 0,9% y 0,1%, respectivamente.

**Distribución Compras Internet T&E por Subsector
I semestre 2015**



Fuente: Elaboración Departamento de Estudios CNC con datos Transbank

CONCLUSIONES

Las compras online están ocupando un lugar cada vez más importante en la vida de los consumidores, y por ende, los distintos retailers han comenzado a potenciar este canal de distribución, pasando a ser una importante estrategia de negocios para potenciar sus ventas en el mediano plazo. A través de las ventas online la empresa recoge información directa sobre tendencias e intereses de sus consumidores e, incluso, puede llegar a zonas geográficas en las cuales no están presentes físicamente.

En Chile no nos hemos quedado atrás y las ventas online han pasado a ser una nueva oportunidad para las empresas de consumo, con fuertes crecimientos en sus ventas. Si bien los resultados muestran una mayor penetración de compras online para el sector Servicios y el sector Turismo y Entretenimiento (T&E), el comercio también ha ido avanzando y generando un espacio donde aún queda mucho por crecer, y llegar a niveles de penetración de países OCDE donde las compras minoristas a través de este canal alcanzan cerca del 4,7%, con naciones como Estados Unidos y Corea del Sur que llegan a un 7,4% y 13% de penetración respectivamente. ◀



Diferencia de precio entre Chile y otros países de la región fomenta el contrabando y las nuevas modificaciones a la norma podrían provocar hasta la potencial desaparición de la elaboración legal en el país.

De hecho, en el 2012 el comercio ilícito de cigarrillos ascendía al 3,2% de las ventas totales en el país, cifra que en el 2013 se elevó a 5,6% y en el 2014 a 10,6%, estimándose que en el 2015 podría superar el 13%. Del 10,6% registrado en el 2014, 8,9% provino de marcas que circulan legalmente en países como Argentina y Paraguay, mientras que el 1,7% restante correspondió a falsificación de marcas chilenas autorizadas.

[illegible]

En este sentido, la industria y el comercio valoran y apoyan varias de las propuestas aprobadas, pero critican abiertamente otras que vulneran gravemente la libertad



de las personas y la certeza jurídica para operar el país, al tiempo que se constituirían en un grave precedente para otras áreas de la economía, las inversiones y el desarrollo en Chile de empresas legalmente constituidas. Entre estas medidas destacan la prohibición del uso de marcas a través de la implementación de cajetillas genéricas y la prohibición del uso de ingredientes, entre otros el mentol.

Asimismo, varios expertos que se han expresado públicamente sobre el tema advierten que los cambios incluidos en la iniciativa modificatoria, denominada "Adecuación de la legislación nacional a estándar de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco" (CMCT), no representan una exigencia del organismo internacional ni se necesitan para que el convenio respectivo entre en vigencia y, en cambio, son potencialmente contraproducentes.



Sobre esta materia, la empresa British American Tobacco ha señalado que de aprobarse definitivamente estas medidas ellas no solo constituirían un mal diseño de política pública sino que favorecerán el ya creciente comercio ilegal hasta probablemente sobrepasar el 20% del consumo nacional en el corto plazo, lo que impactará de manera importante la recaudación tributaria ascendente actualmente a unos US\$ 1.800 millones, reduciéndola en una cifra del orden de los US\$ 400 millones.

De hecho, la compañía anunció formalmente que ante un escenario de aprobación legislativa de la cajetilla plana

y prohibición de ingredientes, se iniciaría el proceso de cierre de sus operaciones de tabaco afectando a los agricultores de las regiones V, VI, VII y VIII, así como también evaluarían la viabilidad de la fábrica situada en la comuna de Casablanca, cuya complejidad de producción no se justificaría con una comoditización del producto.

Es importante señalar que tanto la Contraloría General de la República como el Tribunal Constitucional se han referido a este tipo de materias, resaltando lo señalado por este último organismo en cuanto a que "regular una actividad es someterla al imperio de una reglamentación que indique cómo puede realizarse, pero en caso alguno, bajo el pretexto de regular un accionar privado, se puede llegar hasta obstaculizar o impedir la ejecución de actos lícitos amparados en la Constitución".



PRINCIPALES CAMBIOS PROPUESTOS A LA LEY DEL TABACO

- Prohibición de Insertos.
- Prohibición de Máquinas Expendedoras.
- Empaque genérico con 100% de advertencia en ambas caras principales.
- Prohibición de uso de descriptores.
- Uso de anuncios sobre prohibición de venta a menores.
- Prohibición de fumar en recintos deportivos, puertos, áreas silvestres, automóviles, playas y parques donde concurra menores.
- Prohibición de aditivos incluyendo mentol.



CÁMARA DE COMERCIO INDUSTRIAS
SERVICIOS Y TURISMO DE IQUIQUE A.G.

CNC realizó su Asamblea Anual de Socios en Iquique

En el marco de la Asamblea Anual de Socios de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile -que convocó a dirigentes y ejecutivos de todo el país- la CNC y la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Iquique realizaron el seminario inaugural El Valor Social de la Empresa, bases para un desarrollo sustentable, actividad que contó con la participación de autoridades y destacados expositores.

Posteriormente y en el marco de la Cena de Gala, se entregaron las medallas al Mérito Gremial 2015, cuyo objetivo fue destacar la trayectoria de Edurne Arechavala, de Cámara de Comercio Servicios y Turismo de la Región Metropolitana (Sideco); de Gloria Delucchi, de Cámara de Comercio, Industrias, Servicios y Turismo de Iquique (CCII); y de Guillermo Valdivieso, de Cámara Nacional de Comercio Automotriz de Chile (Cavem).



Presidente de la Corte Suprema, Sergio Muñoz, y presidente de la CNC, Ricardo Mewes.



Subsecretaria de Turismo, Javiera Montes, y presidente de Comité de Turismo de la CNC, Alex Thiermann.



Presidenta de Supermercados de Chile, Susana Carey, y director tesorero de la CNC, Carlos Dumay.



Presidente Ejecutivo Tironi Asociados, Eugenio Tironi, Ex Contralor General de la República, Ramiro Mendoza; vicepresidente de la CNC, Manuel Melero, y el presidente de GS1 Chile, Eduardo Castillo.



Intendente de la Región de Tarapacá, Mitchel Cartes; past president de la CNC, Carlos Eugenio Jorquera; vicepresidenta de la Cámara de Comercio, Industrias, Servicios y Turismo de Iquique, Gloria Delucchi, y presidente de la Cámara de Comercio, Industrias, Servicios y Turismo de Iquique, Rafael Montes.



Los premiados con la Medalla al Mérito Gremial, Edurne Arechavala, Eduardo Silva, gerente de Transbank en Iquique -quien asistió en representación de Gloria Delucchi-, Ricardo Mewes y Guillermo Valdivieso.

CNC analizó escenario económico y desafíos del sector en Cena Anual del Comercio

Autoridades y representantes de distintos sectores productivos y empresariales se reunieron en la tradicional Cena Anual del Comercio, encuentro organizado por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC).

En la oportunidad, el ministro Secretario General de Gobierno, Marcelo Díaz, y el presidente de la CNC, Ricardo Mewes, analizaron los principales desafíos para el país y el comercio.

Además, se entregaron los premios Diego Portales Palazuelos 2015. Este año, en la categoría de "Institución destacada", se distinguió a la Corporación para el Desarrollo Productivo de La Araucanía, CorpAraucanía; en la categoría "Programa Destacado" el premio se otorgó al programa Hablemos en Off de Radio Duna, y en la categoría "Empresa Destacada", se galardonó al Comercial MultiCentro Limitada.



Ricardo Mewes, presidente CNC; Marcelo Díaz, ministro Secretario General de Gobierno; Luis Felipe Céspedes, ministro de Economía; y Manuel Melero, vicepresidente CNC.



Jorge Argandoña, presidente CorpAraucanía; Nicolás Vergara y Cony Stipicic, de Radio Duna; Gustavo Rivera, gerente general Comercial MultiCentro Limitada, y Ricardo Mewes, presidente CNC.



Carlos Eugenio Jorquiera, past president CNC; Javiera Blanco, ministra de Justicia, y Eduardo Castillo, presidente GS1 Chile.



Carlo Solari, presidente S.A.C.I. Falabella, junto a Ximena Rincón, ministra del Trabajo.



Sergio Muñoz, presidente de la Corte Suprema; Jeanette Oehrens, directora CNC; y Julio Millar, director CNC.



Renato Fernández, gerente de Asuntos Corporativos; Jaime Soler, gerente general, y Rodrigo Larraín, gerente general Shopping Centers, todos de Cencosud.



Cámara Nacional de Comercio,
Servicios y Turismo de Chile



www.cnc.cl

[@cnc@cnc.cl](mailto:cnc@cnc.cl)

[CamaraNacional](https://twitter.com/CamaraNacional)

