



MELERO EN CENA ANUAL CNC 2017:

“Es prioritario recuperar la confianza de los inversionistas con señales claras de que Chile se rige por el libre mercado”



Estudios

Ventas del Comercio
Minorista Región
Metropolitana

Abril 2017



Perfil

Catalina Mertz

Presidenta
Supermercados de Chile A.G.



Tendencias

Comercio
Electrónico

**Cuida bien
tus terminales
POS y protege
a tus clientes**

**Ponle
Ojo**
A TU TERMINAL POS
transbank.
APOYANDO NEGOCIOS



Al seguir estas sencillas medidas de seguridad estarás evitando que tus clientes sean víctimas de clonación de tarjetas.

Todos los días

- Revisa tus terminales POS diariamente, tanto en la apertura como al cierre de la jornada: ¿Están los equipos en el lugar que corresponde? ¿Falta o sobra alguno?
- Lleva un inventario de los terminales que manejas, con el detalle de la marca, el modelo y número de serie. Esta operación es clave al recibir un nuevo terminal.



Atención con estas medidas especiales...

- Cada vez que un técnico acuda a tu local, llama al **600 638 6380** o desde tu celular al **02 2661 2700** para validar su identidad. Este protocolo es fundamental para tu seguridad y la de tus clientes, aun cuando tú mismo hayas solicitado la visita. Al finalizar, solicítale el documento de respaldo de la visita y archívalo.
- Guarda los terminales en un lugar seguro cuando no estén en uso.
- Si tienes cámaras de seguridad, mantén las grabaciones a lo menos por 90 días.
- Devuelve los terminales que ya no usas a Transbank, aunque ya no funcionen.
- No traslades tus equipos del local al que fueron asignados. Si requieres traslado, avisa a Transervice.
- Si tu equipo es móvil, no lo pierdas de vista al momento que el cliente paga, lo que es válido para todo el personal de atención.
- Define un responsable de la custodia de los equipos.
- Capacita al personal sobre la importancia de la seguridad de los terminales y su cuidado especial.

**Al seguir estas medidas de seguridad,
estarás protegiendo a tus clientes.**

**Ponle
Ojo**
A TU TERMINAL POS

ANTE CUALQUIER DUDA O ANOMALÍA
LLAMA A TRANSERVICE:
DESDE TELÉFONOS FIJOS AL 600 638 6380
DESDE CELULARES AL 02 - 26612700

transbank.
APOYANDO NEGOCIOS



MANUEL MELERO
Presidente CNC

El necesario impulso de la inversión y el desarrollo del país

En nuestra Cena del Comercio hicimos un compromiso con el desarrollo de nuestro país y por esforzarnos, cada día más, por impulsar la economía, la inversión y el empleo.

En este proceso, las regiones tienen un gran desafío, superando el aislamiento y la desigualdad que muchas veces sienten frente al nivel central, el cual suele concentrar los recursos, los empleos y las oportunidades. La diversificación para hacer frente a los vertiginosos cambios del comercio internacional, y para convertir a nuestro sector turístico en un referente mundial consolidado, requiere del potenciamiento de nuestras regiones. Es por esto que debemos avanzar hacia una mayor regionalización del país, no sólo política, sino también económica.

Las pequeñas y medianas empresas también juegan un rol importante. Entre sus más importantes desafíos, está incorporar formalmente el comercio electrónico a su quehacer, ya que actualmente sólo el 5% de ellas lo ha hecho. También deben atreverse a exportar, pues solamente el 2% de las pymes se ha aventurado a hacerlo. Nuestro país forma parte de importantes convenios internacionales que hacen cada vez más simple y atractivo dar este paso.

Estamos en un año político-electoral, en que veremos distintas visiones programáticas para el futuro de Chile. Aprovechemos este escenario para proponer, para preguntar, para plantear aquellos temas que nos preocupan como federación gremial. De manera prioritaria, creemos necesario recuperar la confianza de los inversionistas, dando señales claras e inequívocas de que el país se rige por un modelo de libre mercado, con las regulaciones necesarias, pero abierto y competitivo tanto a nivel nacional como internacional.

Los empresarios y sus gremios estamos al servicio de la sociedad, y eso se nos ha hecho sentir cada vez con más fuerza, a través de una ciudadanía empoderada que exige más y más de nosotros. Estamos trabajando en las buenas prácticas del gremio, pero estamos convencidos, además, de que debemos fomentar el comercio justo y la sustentabilidad, iniciativas que no sólo ayudan al gremio, o al país, sino también en el escenario mundial.

Creemos que, de esta manera, conseguiremos que nuestro sector, del Comercio, los Servicios y el Turismo, siga siendo reconocido como activo protagonista del crecimiento nacional, un desarrollo que debe ser integral, permanente y sustentable para beneficiar a todos quienes, sin distinción, sueñan con un Chile más justo y próspero. ☞

(Extracto del Discurso del Presidente, Manuel Melero, en la Cena Anual del Comercio 2017)

CONTENIDOS

04 CNC Noticias



Tendencias
Comercio Electrónico



Perfil
Catalina Mertz
Presidenta
Supermercados de Chile A.G.



Entrevista
Melero en Cena Anual CNC 2017:
"Es prioritario recuperar la confianza de los inversionistas con señales claras de que Chile se rige por el libre mercado"



Estudios:
Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana
Abril 2017



Haciendo Negocios con INDIA
Aspectos Relevantes



Mundo Gremial
Obra "Marejada" es la ganadora de la séptima versión del Concurso de Pintura de la Cámara de Comercio de Puerto Montt

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.





MUJERES DEL CENTRO PENITENCIARIO FEMENINO SE CERTIFICARON COMO AYUDANTES DE COCINA

Veintiocho mujeres que permanecen internas en el Centro Penitenciario Femenino de San Joaquín, recibieron sus certificados de competencias tras ser evaluadas por el centro CNC Valida en el perfil Ayudante de Cocina.

El Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), Manuel Melero, participó en la ceremonia en el recinto penitenciario, donde las certificadas recibieron sus diplomas. También asistieron representantes de ChileValora, Infocap, Gendarmería y Sence.

Para obtener sus certificados, las internas participaron de cursos de capacitación de más de 500 horas dictados por INFOCAP. Pudieron acceder a estos talleres como parte de los beneficios entregados por buen comportamiento y cuya finalidad es colaborar con la inserción laboral y social, una vez que las internas recuperen su libertad. «



MANUEL MELERO: "LA ALIANZA DEL PACÍFICO POTENCIA NUESTRAS ECONOMÍAS Y MEJORA LA CALIDAD DE VIDA DE LOS HABITANTES"

El Encuentro "Alianza del Pacífico, una nueva puerta hacia la globalización regional", realizado en Antofagasta, contó con la participación del Presidente de la CNC, Manuel Melero, el director de Asuntos Económicos Bilaterales de la Direcon, Pablo Urria y la Gobernadora de Antofagasta, Fabiola Rivero, entre otras altas autoridades, empresarios y la comunidad antofagastina en general.

Éste fue el sexto seminario que busca difundir las oportunidades que trae para la comunidad el bloque compuesto por Chile, Colombia, México y Perú y cuyo protocolo comercial está vigente desde el 1 de mayo de 2016.

El Presidente Melero dijo que es primordial que las regiones tomen conocimiento de las oportunidades que representa la Alianza del Pacífico. "Se potencia la competitividad de nuestras economías, con el objetivo de una mejora íntegra en la calidad de vida de sus habitantes. Da cabida asimismo al intercambio cultural, social y político de los pueblos, porque cuando hablamos de países desarrollados, es necesario trascender el mero punto de vista económico". «



GS1 CHILE REALIZÓ EXITOSO SEMINARIO INTERNACIONAL "HEALTHCARE 2017"

Como parte de su plan estratégico que considera al área de la Salud como sector prioritario, GS1 Chile realizó el primer Seminario Internacional GS1 "HealthCare 2017". El programa, congregó cerca de doscientos participantes: directores de hospitales y clínicas, Cesfam, empresarios y ejecutivos de importantes empresas relacionados con la logística y abastecimiento de medicamentos, insumos y dispositivos médicos, dirigentes, académicos, ejecutivos y especialistas del ámbito público y privado. Con gran interés los asistentes siguieron las exposiciones de los panelistas, expertos nacionales y extranjeros que compartieron las experiencias y buenas prácticas, a la vez que presentaron sus visiones y las tendencias del sector salud, entregando importantes soluciones.

En la inauguración, el presidente de GS1 Chile, Eduardo Castillo, destacó que para GS1 la salud es uno de los sectores prioritarios, debido a que el uso de los estándares globales en la asistencia y prestaciones de servicios de salud no solo impulsa la eficiencia de la cadena de suministro y mejora la trazabilidad de los medicamentos, sino que todo ello se traduce en efectiva seguridad para las personas. Subrayó el rol de la trazabilidad con estándares globales GS1 que aseguran la implementación de las mejores prácticas disponibles, el cumplimiento de las normativas vigentes y otorgan visibilidad a los procesos, logrando una adecuada seguridad para su desarrollo. ☞



COMERCIO ILÍCITO DE CIGARRILLOS EN CHILE CRECIÓ CUATRO VECES EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS

Un nuevo informe sobre comercio ilegal de cigarrillos, elaborado por el Observatorio del Comercio Ilícito (OCI) de la CNC, dio cuenta sobre la grave tendencia al alza de este fenómeno que, en cinco años, cuadruplicó sus ventas. Así, el estudio revela que el comercio ilícito de tabaco alcanzó un 15,4% en el país durante el segundo semestre de 2016, lo que representa pérdidas para el fisco por sobre los US\$ 300 millones por concepto de evasión tributaria.

A nivel de volumen, la mayor cantidad de productos ilícitos se concentra en Santiago, con un 15%, debido a que es la ciudad con mayor población de Chile; esto representa el 60% del volumen de marcas ilícitas a nivel nacional.

Las ciudades del norte se encuentran en una situación crítica. Específicamente en Arica, donde más del 80% de las marcas que se venden y consumen, corresponden a marcas de cigarrillos ilícitas. Asimismo, Iquique presenta el mayor crecimiento del consumo de marcas ilegales en el norte del país, duplicando las ventas en menos de un año.

El informe da cuenta además del origen de estos productos ilegales, siendo los más relevantes Paraguay, Corea e India. ☞



NUEVO DIRECTORIO CNC SESIONA POR PRIMERA VEZ CON HOMENAJE A PAST PRESIDENT

El jueves 18 de mayo se reunió, por primera vez, en Merced 230, el nuevo Directorio de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), que fue elegido en la última Asamblea Nacional de Socios realizada el viernes 5 de mayo en la ciudad de Copiapó.

Con un pequeño cóctel, el Presidente de la CNC, Manuel Melero recibió a los ocho directores que llegaron al encuentro (Kenneth Werner y Carlos Dumay no pudieron asistir). Antes de comenzar la reunión de trabajo, se inauguró el retrato del past president, Ricardo Mewes, en el pasillo de los Presidentes de la CNC, realizado por la artista Ana María Romero.

Luego de la sencilla ceremonia, en que ambos Presidentes saludaron a los directores, se llevó a cabo el almuerzo de trabajo. El nuevo Directorio de la CNC está compuesto por: Manuel Melero Abaroa, Presidente; Jorge Guerrero Serrano, Vicepresidente; Carlos Dumay Perlwitz, Tesorero; Aldo González Viveros (Primer año), Director; Daniel Llorente Viñales (Segundo año), Director; Mauricio Del Canto Gacitúa, Director; Alejandro Lama Lama, Director; Carlos Stange Bravo, Director; Verónica Pérez Weinstein, Directora; Kenneth Werner Méndez, Director; Miguel Ángel Garderes Carbajal, Director; Ricardo Mewes Schnaidt, Past President. ☞



ASAMBLEA NACIONAL DE SOCIOS CNC 2017

Una exitosa Asamblea Anual de Socios de la CNC se realizó el día 5 de mayo en la ciudad de Copiapó, capital de la Región de Atacama. La versión número 159 de este importante encuentro, se organizó en conjunto con la Corporación para el Desarrollo de la Región de Atacama (CORPROA) y contó con la participación de socios de las Cámaras Regionales, Cámaras Binacionales, Asociaciones Especializadas y representantes de los Socios Empresas provenientes de todo el país.

Durante la Asamblea, se eligieron los nuevos Consejeros de Libre Elección, Consejeros Representantes Socios Empresas y los miembros del Tribunal Supremo. Además, se constituyó el nuevo Consejo General, a cargo del nuevo Presidente de la CNC, Manuel Melero y el Directorio.

En la Cena de Gala, se entregaron las Medallas al Mérito Gremial a tres destacados representantes de la federación gremial: Don Mauricio Del Canto Gacitúa, de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Temuco; don Alfonso Ardizoni Martin, de la Cámara de Comercio de Santiago y don Alex Thiermann Isensee, de la Asociación Chilena de Líneas Aéreas ACHILA, quien habló en representación de los premiados. ☞

CNC PARTICIPA EN CAMPAÑA PARA PREVENIR LA CLONACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO

Debido al incremento de los casos policiales asociados al uso fraudulento de tarjetas de crédito y débito, como la clonación y el robo de datos, entre 2015 y 2016, la Subsecretaría de Prevención del Delito y la Brigada de Delitos Económicos (BRIDEC) de la Policía de Investigaciones (PDI) presentaron la campaña preventiva y de autocuidado #CuidaTuTarjeta.

La iniciativa, que cuenta con el apoyo de la CNC, Carabineros y la Asociación de Bancos, comenzó a mediados de abril, con la distribución de material informativo en pasos fronterizos. El objetivo es crear conciencia sobre la importancia de generar conductas de cuidado, que impidan el uso malicioso de estas tarjetas. Por ejemplo, cambiar las claves cada cierto tiempo o hacer transacciones en sitios electrónicos confiables.

La mayor parte de estos delitos se concentraron en las regiones de Valparaíso, Biobío y Metropolitana. Los meses en los que se producen mayormente son abril, mayo y julio, mientras que los días más conflictivos son los lunes y viernes, en horarios que varían entre las ocho de la mañana y las cuatro de la tarde.☞

#CuidaTuTarjeta
NO SEAS VÍCTIMA DE CLONACIÓN

CONSEJOS PARA EVITAR LA CLONACIÓN:

- 1. Solicita a tu banco la **actualización de tu tarjeta**, por una con medidas de seguridad complementarias, como **chip Inteligente**.
- 2. Revisa frecuentemente los **saldos de tus cuentas**. Si detectas un consumo que no realizaste, notifica al banco de inmediato.
- 3. **Nunca compartas tus contraseñas** y cámbialas periódicamente.
- 4. Al realizar compras o trámites online, verifica que se trate de **sitios y comercios seguros**.
- 5. Tu banco **nunca pedirá información personal o contraseñas**.

CNC La Cámara de Chile **banca** Asociación de Bancos **PDI** Policía de Investigaciones



COMPRAS CON TARJETA DE CRÉDITO Y DÉBITO DE EXTRANJEROS EN CHILE AUMENTARON 21% EL PRIMER TRIMESTRE DE 2017

Las compras con tarjetas bancarias extranjeras en Chile (débito y crédito) aumentaron un 21% real durante el primer trimestre de 2017 con respecto a igual período del año anterior, según el informe del Departamento de Estudios de la CNC, sobre la base de cifras de Transbank.

El resultado supera no sólo el menor incremento del cuarto trimestre de 2016 (7,7%), sino también los positivos aumentos del tercer (19,1%) y segundo trimestre (14,5%) del año pasado. En el trimestre destacó el mayor incremento de enero, con un alza de 34,8% real anual en las compras con tarjetas realizadas por los extranjeros, bajando el crecimiento real anual a un 17,8% en febrero y 7,1% en marzo. Esta evolución es consistente con la entrada de extranjeros al país, que registró aumentos anuales de 31,9% en enero y 18,3% en febrero, explicada principalmente por la llegada de visitantes argentinos, que crecieron a tasas anuales de 45,9% en enero y 28,6% en febrero, representando el 66,5% de los extranjeros ingresados al país en el primer bimestre del año. Así, descontando a los argentinos, el aumento de los turistas extranjeros en el período enero-febrero fue de 6,8%.

Los argentinos vienen al país atraídos por la posibilidad de realizar compras en condiciones más favorables, tanto en lo que se refiere a la mayor oferta de productos, como a precios relativamente más económicos, es decir, su principal motivo es el turismo de shopping.☞



MÁS DE LA MITAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL PAÍS HA SIDO VÍCTIMA DE LA DELINCUENCIA

Un 51,3% de los establecimientos comerciales, hoteles y restaurantes del país fueron víctimas de uno o más delitos durante el segundo semestre de 2016, según la XV Encuesta de Victimización del Comercio, realizada por la CNC.

El sondeo, que se realizó entre el 6 de febrero y el 13 de marzo de 2017, a 1.200 establecimientos de Iquique, Antofagasta, Viña del Mar-Valparaíso, Gran Santiago, Concepción-Talcahuano, Temuco y Puerto Montt, también arrojó que la victimización en regiones se empinó a 51,2%. Este resultado es significativo, ya que refleja un alza de 7,1 puntos porcentuales si se compara con la encuesta del segundo semestre de 2015. Hay que destacar el caso de Concepción-Talcahuano, que registró 63,3% de victimización, el resultado más alto entre las ciudades estudiadas.

La Encuesta reveló también que 4 de cada 10 comerciantes reporta presencia de comercio ilegal en la cercanía de sus negocios (40,3%), especialmente en el retail. Esta condición tendría directa incidencia en los niveles de victimización. Aquellos establecimientos sin comercio ilegal en su entorno tienen 40,8% de victimización. Este resultado sube considerablemente cuando hay presencia de comercio ilícito, ubicándose en 59,2%. ❧



ALIANZA LATINOAMERICANA ANTICONTRABANDO CREARÁ OBSERVATORIO REGIONAL PARA COMBATIR EL COMERCIO ILÍCITO

La Alianza Latinoamericana Anticontrabando comenzó el trabajo para la creación de un Observatorio Regional de carácter público-privado. Esto, como parte de las conclusiones del "Segundo Encuentro de Mesas Sectoriales", que sesionó en nuestro país y que contó con la participación de 73 representantes de asociaciones gremiales, gubernamentales y empresariales de Latinoamérica.

En la cita, organizada por la CNC, a través de su Observatorio del Comercio Ilícito (OCI), y la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), se conformó además un grupo de trabajo regional que evaluará y presentará una

propuesta de gobernanza que otorgue institucionalidad a la recientemente formada entidad.

El contrabando es un problema grave que afecta a Latinoamérica económica, social y políticamente. Detrás de este fenómeno existen organizaciones criminales de carácter transnacional ligadas a otros delitos como la corrupción, el narcotráfico y el terrorismo. Se estima que anualmente ingresan a los países de la región entre US\$ 70.000 y US\$ 85.000 millones en mercancía contrabandeadas, es decir, un monto que supera el total de las importaciones de un país como Chile en un año. ❧

TENDENCIAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



La economía digital es cada vez más relevante en el desarrollo social y económico de los países, siendo la transformación digital de las organizaciones uno de los factores fundamentales para el futuro. La economía digital, según la OCDE, explica en promedio el 37,5% de la productividad de los países miembros. Mientras, en Chile, según el Índice País Digital 2016, el tamaño de la economía digital alcanza un 3,4% sobre el PIB, versus el 5,5% promedio de la OCDE.

Una de las grandes transformaciones de la revolución digital es la que sucede con el comercio electrónico o e-commerce, dado que la forma de hacer negocios y, especialmente, la interacción con los clientes está cambiando y lo seguirá haciendo en diversas industrias. Chile, siendo el país con mejor conectividad de Latinoamérica, presenta un escenario favorable para una incorporación rápida de esta tecnología, la cual ya estamos presenciando con mayor fuerza. Con más de un 70% de usuarios de internet, Chile logra más de 4,5 millones de compradores habituales, con un promedio de compra de 620 dólares.

Según la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), el e-commerce ha tenido un crecimiento anual compuesto de un 30% entre el 2008 y 2016, y presentará un crecimiento futuro entre el 15% y 20%. Sin embargo, si observamos la distribución de las empresas al año 2015, el 15% de ellas en el país concentraba el 65% de las ventas que realizan por e-commerce. Según datos de la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas (Ministerio de Economía), existe una brecha importante, pues un 72,8% de las grandes empresas realizan ventas online, comparado con un 56% de las pymes y un 37,6% de las microempresas. Por otra parte, según la misma encuesta, más del 70% de los usuarios tomaba sus decisiones de compra por internet, pero sólo el 26% realizaba la compra por el canal online.

Es por ello que, para atacar la brecha del comercio digital, los desafíos presentes para las empresas son múltiples, tanto desde la oferta existente como desde las expectativas y derechos de los consumidores. Parte de esos desafíos se relaciona con la baja cantidad de servicios ofrecidos en los

sitios web, el incremento del uso de redes sociales, el hacerse cargo de la seguridad informática y la implementación de los medios de pago online. Por otro lado, se espera mejorar el nivel de confianza de los consumidores, el uso de la plataforma online como la principal herramienta de toma de decisiones de compra, la inclusión de otros medios de pago para aquella parte de la población sin acceso a pago electrónico y, por último, mejorar el servicio de post-venta, especialmente con respecto a los cambios de productos, dado el gran peso logístico para las empresas, a fin de lograr rapidez, horarios flexibles y menores costos.

Es necesario poner atención al potencial de desarrollo de marketplaces, ya sea en modalidad B2B, B2C o C2C, específicamente para las pymes. Asimismo, la tendencia más relevante se refiere a la transición hacia la compra mediante dispositivos móviles, solución que no sólo implica visitar la plataforma a través de un smartphone o tablet, sino que concretar la compra, siendo este camino la gran modificación de cómo el usuario interactúa con los negocios. Esta situación se refleja en las visitas a sitios de e-commerce, con más del 50% provenientes de móviles, logrando el 15% de las transacciones totales.

Estas cifras positivas y en crecimiento apoyan la transformación del smartphone como elemento esencial de la compra, que multiplica los potenciales puntos y momentos de contacto con los clientes. Existe una migración desde los medios de pago tradicionales hacia uno donde el celular comienza a transformarse en la principal solución de pago móvil, a través de pagos presenciales sin contacto, el uso de e-wallet y mPOS. El gran despliegue de conectividad ha permitido desarrollar, en numerosas empresas, las capacidades para la venta móvil, esperándose que éste sea un importante canal de venta en el corto plazo.

El desarrollo del e-commerce va más allá de brechas estructurales, competitivas o tecnológicas, transformándose en un desafío país. Es necesario impulsar una cultura del uso de las tecnologías, mejorar los niveles de competitividad, nacional e internacional, generar una regulación adecuada, identificar oportunidades y crear capacidades, aumentando de esa manera los índices de productividad del país. ☞



Catalina Mertz

Presidenta
Supermercados de Chile A.G.

Defínase en 140 caracteres (como twitter)

Del Twitter: Magíster en Economía y Filosofía. Presidenta de Supermercados de Chile A.G. Mamá. Trailrunner. Optimista.

Cuéntenos de su gremio, cómo nace y a qué se dedica.

El gremio nace hace 40 años para aportar al desarrollo de la industria de los supermercados en el país. Hoy tenemos un foco en gestionar iniciativas propias o en colaboración con otras entidades o el sector público, que aporten al desarrollo de sus trabajadores, a la seguridad, a la inocuidad de productos, o a la calidad del servicio a los consumidores, al igual que innovaciones que mejoren la productividad de la industria como un todo. Además, representa a la industria en los diversos procesos regulatorios, y apoya a sus asociados en compartir buenas prácticas y resolver problemas concretos que puedan existir y ser gestionados con contrapartes del Gobierno, por ejemplo.

¿Cómo una mujer llega a liderar cargos de importancia como Directora de Paz Ciudadana o Presidenta de la Asociación de Supermercados?

Creo que como para la mayoría de las personas, mi trayectoria laboral ha sido una mezcla de suerte y esfuerzo. Tuve la fortuna de conocer a Carlos Valdívieso, el segundo director ejecutivo de Fundación Paz Ciudadana, como profesor en la universidad. Él fue quien me invitó a ser parte de una institución en que, tanto él como otras personas, me enseñaron a ser un buen profesional, técnicamente sólido pero consciente de que lo perfecto es enemigo de lo bueno. Como directora ejecutiva y vocera me tocó muchas veces decir cosas que incomodaban a las contrapartes del Gobierno de turno, pero ese anclaje en lo correcto o lo que corresponda, es de las cosas que creo que hoy más se valoran en el mundo laboral, e incluso por tus contrapartes.

Cómo describiría el aporte del sector supermercadista a la economía nacional y al desarrollo de nuestro país?

Los supermercados son un engranaje fundamental de la economía y del cotidiano vivir de millones de chilenos, quienes en las más de mil 400 salas encontramos lo que buscamos para nuestras familias y hogares. Sus salas son de alguna manera la nueva plaza, la versión moderna de lo que antiguamente eran los mercados en las plazas de los pueblos o pequeñas ciudades, en que se concentra la oferta de todo tipo productos, y en que todas las personas podemos ir para escoger según nuestros gustos y preferencias. Y lo que escogemos lo llevamos a nuestras casas, y está en nuestras

cocinas, las mesas de comedor, y tantos otros espacios íntimos y cotidianos, que marcan nuestra calidad de vida. Trabajan en la industria, además, más de 150 mil personas, y para muchas de ellas se trata de la puerta de entrada al mercado laboral formal, por lo que tenemos un fuerte compromiso con el Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales.

En caso de catástrofes, además, juegan un papel crucial, no solamente por abastecer de bienes de primera necesidad, sino que porque su funcionamiento es muchas veces señal de una "vuelta a la normalidad".

Los supermercados son un engranaje fundamental de la economía y del cotidiano vivir de millones de chilenos, quienes en las más de mil 400 salas encontramos lo que buscamos para nuestras familias y hogares.

¿Cómo explicaría la ley REP a un niño/a de 10 años?

Todos vamos a participar en el reciclaje de la basura. ¡Tú también!

¿Algún lugar que le gustaría visitar y por qué?

Islandia, Nueva Zelanda, e Isla de Pascua. Me intrigan las culturas y los paisajes.

Si tuviera que "vender" nuestro país, ¿cuál sería su slogan?

Me encantaría que fuera "Chile, un país amable", por el juego de palabras que hay entre amar Chile y que su gente es amable. Aunque en las ciudades la convivencia es un poco áspera todavía, tengo la esperanza de que seremos más amables. La mayoría de las personas hoy saluda en un ascensor, da lo mismo en qué piso se bajan.

¿Cómo se ve dentro de 20 años?

No sé en concreto; espero que sea siempre aprendiendo y aportando. ☞



MELERO EN CENA ANUAL CNC 2017:

“Es prioritario recuperar la confianza de los inversionistas con señales claras de que Chile se rige por el libre mercado”

El máximo dirigente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), Manuel Melero, sostuvo que la violencia que afecta a La Araucanía y la victimización del sector son problemas graves que preocupan al gremio.

Con respecto al avance del comercio ilícito, en prácticamente todo el país, aseguró: “Debemos decidir si queremos una economía formal o informal para nuestro país”.

En la cita, además, fueron entregados los premios “Diego Portales Palazuelos” a quienes fueron reconocidos por la federación gremial por su aporte al país: Bomberos de Chile, el empresario Manuel Catrón y T13 Radio.

“Tenemos que recuperar la confianza de los inversionistas, dando señales claras e inequívocas de que el país se rige por un modelo de libre mercado, abierto y competitivo a nivel nacional como internacional”. Ese fue el llamado de Manuel Melero Abaroa, Presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), en el discurso principal de la Cena Anual del Comercio 2017.

La cita, que reunió a destacadas autoridades del ámbito político y económico, además de empresarios y líderes del sector, contó con la presencia del Ministro de Economía, Fomento y Turismo, Luis Felipe Céspedes, quien realizó un discurso en representación del Gobierno, llamando a la inversión y el emprendimiento.

Frente a los cerca de 500 invitados, Manuel Melero planteó que, en un año electoral, es importante dar cuenta de las preocupaciones que tiene la federación gremial, entre ellas, entregar certezas para fomentar la inversión. “Esto pasa por una reforma tributaria que elimine los desincentivos al ahorro y la inversión. También, por una modernización del Estado que prescinda de aquellos trámites engorrosos para la aprobación de proyectos (...) Si no hay inversión no hay desarrollo, y sin desarrollo no hay satisfacción de las demandas sociales”, enfatizó.

A pesar del estancamiento económico que enfrenta el país, sostuvo el dirigente gremial, los empresarios deben seguir esforzándose en impulsar la economía y el empleo. “Tenemos que mostrar nuestras ganas de diálogo y estar dispuestos a trabajar con otros y co-crear. Necesitamos del apoyo de toda la sociedad. Nuestros clientes, proveedores, trabajadores, vecinos y la autoridad, debemos compartir un norte común y confiar en que cada uno cumplirá el rol al que está llamado”.

Y agregó: “Esta invitación que les hago para avanzar hacia el futuro no sólo exige mayor tecnología e innovación. No nos desarrollaremos como país si no nos preocupamos por recomponer las tan dañadas confianzas. Es por esto que

los invito a ver los negocios de otra forma, no sólo buscando una legítima utilidad, sino que también la sustentabilidad de ellos y el apoyo a nuestros públicos relacionados. Esto lo exige hoy la sociedad, pero también nuestro deber como motores del desarrollo que somos”.

“Los empresarios, grandes, medianos y, sobre todo, los más pequeños, tenemos mucho que aportar al desarrollo nacional. Sólo debemos sumar una actitud innovadora y, de parte de la autoridad, reglas claras y señales nítidas que permitan el emprendimiento”, señaló el dirigente.

ARAUCANÍA, DELINCUENCIA Y COMERCIO ILÍCITO

Además en su discurso, Melero detalló que otra de las preocupaciones del gremio es la violencia que sigue afectando a La Araucanía. “¿Cómo puede un empresario pensar en el futuro si debe preocuparse si él o su familia serán las

víctimas del próximo ataque? Es difícil hacer un llamado a trabajar sin dejarse amedrentar cuando vemos ataques tan violentos como los conocidos por todos”, cuestionó el Presidente CNC.

Dijo que lo mismo ocurre con la victimización del comercio que ya supera el 50% de los establecimientos comerciales del país, índice que sigue aumentando cuando existe comercio ilícito en el entorno de los negocios. Al respecto explicó que hace un año la CNC presentó el Observatorio del Comercio Ilícito, iniciativa pionera, que convoca a actores públicos y privados, para enfrentar este problema. “Debemos cambiar esta situación. Tenemos que trabajar en conjunto, los privados y las distintas autoridades públicas, tanto locales como nacionales e internacionales, para encontrar una solución urgente a este grave problema. Debemos decidir si queremos una economía formal o informal para nuestro país”, enfatizó.



► Kenneth Werner, director CNC; Carlos Dumay, tesorero CNC; Manuel Melero, presidente CNC; Luis Felipe Céspedes, ministro de Economía; Jorge Guerrero, vicepresidente CNC y Ricardo Mewes, past president CNC.



► Cristián Herrera, presidente; María Paulina Achurra, secretaria general, y los directores Deborah Vallejos y Alan Smith, todos de la Cámara Aduanera de Chile.



► Ximena Pinto, esposa de Manuel Melero; Bernardo Larraín, presidente SOFOFA; Manuel Melero, presidente CNC; Jorge Guerrero, vicepresidente CNC.



► Andrés Salvadores, director de la Cámara de Comercio de Temuco; Bernardo Larraín, presidente SOFOFA; Alfredo Moreno, presidente CPC y el diputado Patricio Melero.



► Jorge Guerrero, vicepresidente CNC; Manuel Melero, presidente CNC; Ricardo Ariztía, presidente SNA y Carlos Stange, director CNC.



► Aldo González, director CNC; Mauricio Del Canto, director de la CNC; Juan Haring, tesorero de la Cámara de Comercio Temuco; Rubén Ríos, gerente de la Cámara de Comercio Temuco, y Gustavo Valenzuela, presidente de la Cámara de Comercio de Temuco

PREMIOS DIEGO PORTALES PORTEZUELOS

Este año, en la categoría "Personaje o Institución del Ámbito Público", la distinción fue para Bomberos de Chile, por "el arduo e invaluable que sus hombres realizaron durante enero y febrero del presente año para enfrentar la serie de incendios forestales generados en las zonas centro y sur, considerados como los incendios más grandes de la historia de Chile".

En la categoría de "Comunicador, Programa o Medio de Comunicación Social" el premio recayó en Tele13 Radio, "por su valioso aporte informativo y a su innovadora programación, que la han posicionado como una de las emisoras más escuchadas del país."

En la categoría "Empresa o Empresario Destacado" se distinguió a Manuel Catrón, dueño de la empresa Manuel Catrón e Hijo, según el Directorio de la CNC, "en reconocimiento a su valioso aporte a los valores de la chilenidad y de la actividad regional, convirtiéndose en una empresa emblemática en su rubro".

En sus palabras de agradecimiento, el Presidente de Bomberos de Chile, Manuel Reyes, se refirió a la historia de la institución y a sus similitudes con la CNC, ya que ambas nacieron en Valparaíso. ☞



► Manuel Melero, presidente CNC; Manuel Catrón, dueño Catrón e Hijo; Miguel Reyes, presidente de Bomberos de Chile; Iván Valenzuela, conductor T13 Radio y Luis Felipe Céspedes, ministro de Economía.



► Equipo T13 Radio, ganadores del premio Diego Portales Palazuelos en la Categoría "Medio de Comunicación del Año".

PROGRAMA

08:30 - 08:50

Acreditación

08:50- 09:10

Bienvenida

Cristóbal Prado, Gerente General ACHS

Marcos Barraza, Ministro de Desarrollo Social

09:10 - 09:40

Alcances de la Ley de Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad

Daniel Concha

Director de SENADIS

09:40 - 10:10

Beneficios de la incorporación de colaboradores con discapacidad en las empresas

Víctor Dagnino

Presidente Comisión Discapacidad de SOFOFA

10:10 - 10:40

Protocolo para la contratación exitosa de personas con discapacidad

M. Isabel Meneses

Jefa Terapia Ocupacional Hospital del Trabajador, ACHS

10:40 - 11:10

Ronda de preguntas

11:10 - 11:30

Presentación de Herramienta de Trabajo ACHS

11:30 - 12:00

Café



Ventas del Comercio Minorista Región Metropolitana

Abril 2017

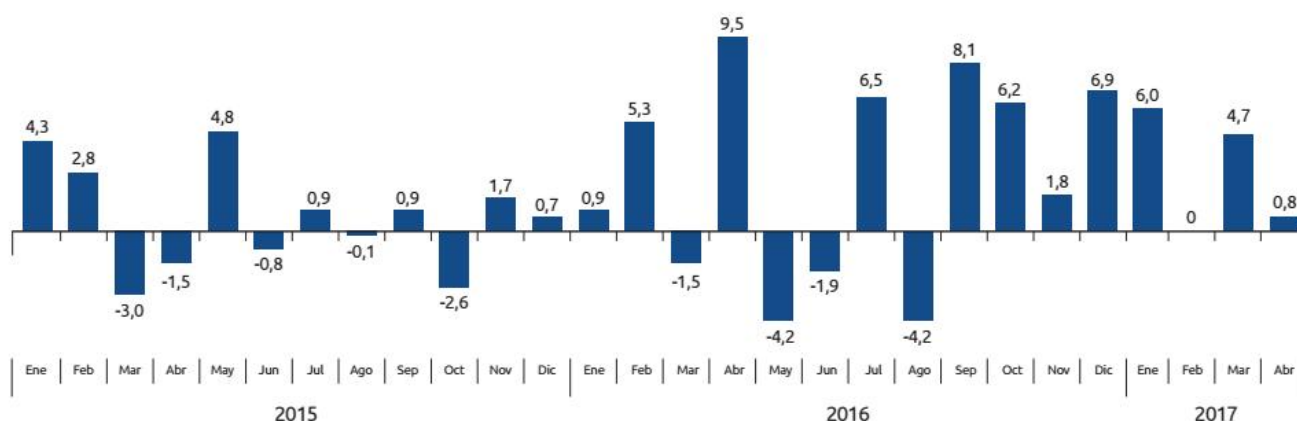
VENTAS DEL COMERCIO - REGIÓN METROPOLITANA

Las ventas minoristas de la Región Metropolitana, medidas en términos de locales equivalentes, tras crecer un 4,7% en marzo, mostraron una importante desaceleración en abril, al aumentar un 0,8% real respecto de igual mes del año anterior. En el resultado incidió la alta base de comparación, dado el incremento de 9,5% observado en abril de 2016, y la existencia de tres días hábiles menos que en el mismo período

del año pasado, incluyendo el feriado del Censo 2017 (19 de abril).

Durante los cuatro primeros meses del año, las ventas del comercio minorista de la Región Metropolitana promediaron un aumento real anual de 2,8%, cifra inferior al incremento real de 3,5% calculado en enero - abril de 2016.

Ventas Reales Comercio Minoristas RM 2015 - 2017
(% Variación Anual)



Fuente: Departamento de Estudios CNC

A nivel de los trimestres móviles, se aprecia que la tendencia a la baja en la tasa de crecimiento iniciada a partir del período diciembre 2016 - febrero 2017, cuando alcanzó un aumento

real de 4,8%, se profundizó en los trimestres siguientes, ubicándose en 3,6% en enero – marzo de 2017, y descendiendo a 1,9% en febrero – abril de este año.

Ventas Reales Comercio Minoristas RM, Trimestre Móvil (% Variación Anual)



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas del Comercio Minorista RM (%)

Mes	Variación Anual	Variación Bimestral	Variación Trimestral	Variación Semestral	Variación Acumulada
2015 Enero	4,3				4,3
Febrero	2,8	3,6			3,6
Marzo	-3,0	1,1			1,1
Abril	-1,5	-2,3			0,4
Mayo	4,8				1,4
Junio	-0,8	2,1	0,9	1,0	1,0
Julio	0,9				1,0
Agosto	-0,1	0,4			0,9
Septiembre	0,9		0,6		0,9
Octubre	-2,6	-1,0			0,5
Noviembre	1,7				0,6
Diciembre	0,7	1,1	0,0	0,3	0,6
2016 Enero	0,9				0,9
Febrero	5,3	3,0			3,0
Marzo	-1,5		1,4		1,4
Abril	9,5	3,9			3,5
Mayo	-4,2				1,7
Junio	-1,9	-3,1	0,7	1,0	1,0
Julio	6,5				1,8
Agosto	-4,2	1,1			1,1
Septiembre	8,1		3,3		1,8
Octubre	6,2	7,1			2,2
Noviembre	1,8				2,2
Diciembre	6,9	4,8	5,8	4,3	2,7
2017 Enero	6,0				6,0
Febrero	0,0	3,0			3,0
Marzo	4,7		3,6		3,6
Abril	0,8	2,6			2,8

Fuente: Departamento de Estudios CNC

2. PERSPECTIVAS

La actividad del comercio minorista en la Región Metropolitana, en términos de locales equivalentes, mostró una importante desaceleración en abril de 2017, influida por la base de comparación, dado el expansivo aumento registrado en igual mes del año anterior, y la existencia de tres días hábiles menos que en abril de 2016, que incluye el feriado de Semana Santa, que en 2016 cayó en marzo, y el del Censo 2017 (feriado irrenunciable, por lo que el comercio estuvo cerrado). En los cuatro primeros meses del año se acumuló un crecimiento inferior al calculado en igual período del año pasado, dando cuenta del debilitamiento del comercio minorista. En abril, las categorías que exhibieron mayor deterioro fueron justamente las que en marzo destacaron por su dinamismo, esto es Vestuario y Calzado, donde se observó nulo crecimiento, e incluso se anotaron caídas.

En tanto, durante el primer trimestre del año la actividad económica registró un aumento de sólo un 0,1% con respecto al mismo período de 2016, con una caída en la inversión de un 2,4%. Las perspectivas apuntan a que el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de 2017 será similar al calculado en 2016 (1,6%), influido por la menor inversión, que podría completar cuatro años consecutivos de contracción, además de un consumo más restringido por el menor aumento del empleo y las remuneraciones.

Respecto del mercado laboral, en el trimestre móvil enero – marzo de 2017, el total de ocupados aumentó 1,4% sobre base anual, duplicando el 0,7% anual anotado en el período anterior. Este resultado sigue estando determinado por los trabajadores por cuenta propia, que crecieron un 6,6%, mientras que los asalariados disminuyeron en un 0,4%, por lo tanto, da cuenta de la mayor fragilidad del mercado laboral.

Por otra parte, la confianza de los consumidores (GFK Adimark) registró un leve repunte en los dos últimos meses. En marzo aumentó ligeramente a 37,3 puntos, 3 décimas más que en febrero, mientras que en abril subió 2,8 puntos, alcanzando 40,1 puntos. Sin embargo, este indicador acumula 35 meses en la zona de pesimismo (bajo los 50 puntos).

Frente a un escenario de desaceleración económica e inflación controlada, considerando que la variación anual se ha mantenido en 2,7% en el período febrero – abril, el Consejo del Banco Central en su reunión de mayo volvió a recortar la tasa de política monetaria (TPM) en 25 puntos base, situándola en 2,50%, siendo ésta la cuarta rebaja del año. Si bien el mercado esperaba un nuevo ajuste, en general lo anticipaba para junio. En todo caso, se estima que este recorte implicará un cambio en la política monetaria de un sesgo expansivo a uno neutral.

Pese a que la confianza de los consumidores se ha recuperado levemente en los dos últimos meses, es evidente que sigue dominando el pesimismo. A esto se suma la incertidumbre que perciben los empresarios y que ha llevado al desistimiento o postergación de proyectos de inversión a la espera de un panorama que clarifique las políticas económicas y cuente

con normativas conocidas y estables. Por tanto, los esfuerzos para lo que resta del 2017 deben centrarse en recuperar las confianzas de consumidores y empresarios, de manera de impulsar el consumo y principalmente la inversión, variable clave para el crecimiento futuro de la economía nacional.

3. VENTAS DEL COMERCIO EVOLUCIÓN SECTORES

ABRIL 2017

En abril, el debilitamiento de la actividad comercial minorista fue generalizado a nivel de rubros, panorama que fue más intenso en los que destacaron en marzo por su dinamismo, esto es Calzado y Vestuario, que registraron resultados de negativo a nulo. También cayeron las ventas de Artefactos Eléctricos y Muebles, mientras que las de Línea Tradicional de Supermercado mostraron un repunte.

Tras haber crecido un 14,5% en marzo, las ventas de Calzado disminuyeron un 3,8% real anual en abril, desempeño en que la base de comparación fue un factor relevante, teniendo en cuenta que en abril de 2016 se expandieron un 26,2%. En los cuatro primeros meses del año acumularon un aumento real de 3,9%, muy por debajo del promedio de 14,7% calculado en igual período de 2016.

Similar situación se constató en Vestuario, ya que luego de incrementarse un 13,2% real anual en marzo, en abril exhibió un resultado nulo, panorama en que las bases de comparación diametralmente opuestas fueron determinantes, considerando que de una caída anual de 0,6% en marzo de 2016 se pasó a un alza de 14,2% en abril de ese año. Con todo, en el período enero – abril, la actividad promedió un incremento real de 7,3%, por sobre el aumento de 4,3% acumulado en igual lapso de 2016.

El pobre desempeño de Vestuario en abril abarcó a sus tres componentes, que mostraron caídas o aumentos menores en sus ventas. Vestuario Infantil y Ropa de Hombre se contrajeron en un 3,9% y 1,3% real anual, respectivamente, disminuciones compensadas por un alza de 3,1% real anual en Ropa de Mujer. A nivel acumulado en el primer cuatrimestre del año, sólo el promedio de Vestuario Infantil de 1,1% fue inferior al registrado en igual período de 2016 (2,1%). En cambio, Ropa de Hombre promedió un alza de 6,3% en los cuatro primeros meses de 2017, superando significativamente el 0,2% acumulado durante el mismo lapso de 2016. Ropa de Mujer sigue destacando, al promediar un crecimiento de 11,2% en enero – abril de 2017, por sobre el aumento de 9,3% acumulado en igual período de 2016.

Las ventas de Artefactos Eléctricos continuaron debilitándose, llegando a caer un 0,4% real anual en abril, que también se explica por la expansiva base de comparación de abril de 2016, cuando se registró un incremento de 26,6% real. Durante los cuatro primeros meses del año promediaron un crecimiento real de 3,9%, muy por debajo del 11,7% logrado en igual período de 2016.

Entre los componentes destacó Electrónica, cuyas ventas se incrementaron un 13,8% real anual en abril, acumulando un alza real de 15,3% en los cuatro primeros meses del año, resultado que si bien inferior al promedio de 22,2% alcanzado en enero – abril de 2016, implica que se completaron dos períodos con altas tasas de crecimiento. En tanto, Electrodomésticos y Línea Blanca exhibieron caídas en abril, de 15,9% y 6,3% real anual, respectivamente. Ello implicó que en el período enero – abril acumularan variaciones negativas de 5% Línea Blanca y 2,5% Electrodomésticos, que contrastan con los promedios de 6,1% y 3,8%, en cada caso, observados en igual período del año pasado.

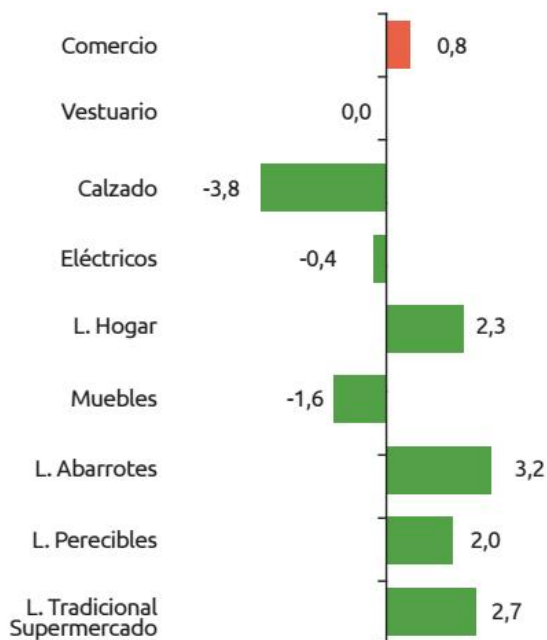
En la actividad de Línea Hogar, la desaceleración de abril fue de menor magnitud, creciendo un 2,3% real anual, cifra que en marzo alcanzó a 2,8%. En este debilitamiento incidió la base de comparación, teniendo en cuenta que en abril de 2016 creció un 11,3%. Durante los cuatro primeros meses del año acumuló una variación negativa de 0,5%, que contrasta con el incremento de 7,1% calculado en enero – abril de 2016.

Por su parte, las ventas de Muebles siguieron deteriorándose, pero en menor proporción, disminuyendo 1,6% real anual

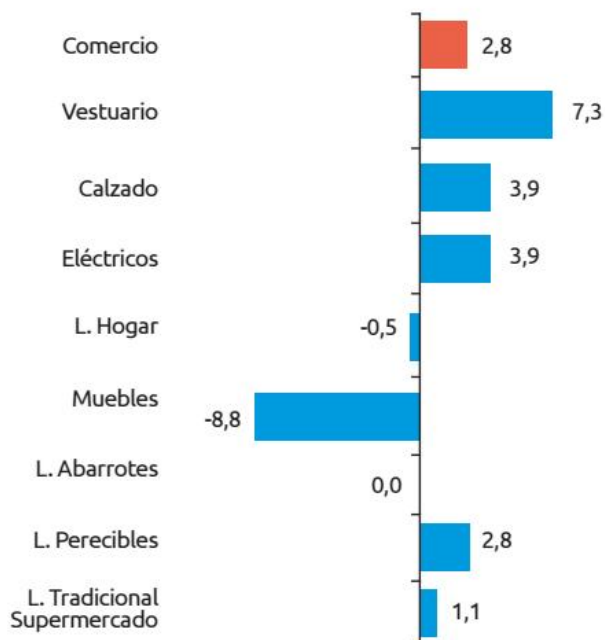
en abril, lo que llevó a que en el período enero – abril promediaran una caída real de un 8,8%, contracción inferior a la observada en igual período de 2016, cuando se acumuló una disminución de un 10,2% real.

En tanto, las ventas de Línea Tradicional de Supermercado crecieron un 2,7% real anual en abril, superando la caída de febrero y el bajo incremento de marzo, lo que determinó que en los primeros cuatro meses de 2017 promediaran un alza de 1,1%, que se compara positivamente con la caída real de 0,5% registrada en enero – abril de 2016. El grupo Abarrotes, después de contraerse en febrero y marzo, aumentó un 3,2% real anual en abril, llevando a que en el primer cuatrimestre del año acumulara un resultado nulo, más favorable que la disminución promedio de 0,8% calculada en el mismo período de 2016. En tanto, Perecibles registró un incremento de un 2% real anual en abril, por debajo del crecimiento de marzo (3,4%), promediando un alza real de 2,8% en los cuatro primeros meses del año, que contrasta con la caída real promedio de 0,1% observada en enero – abril de 2016.

**Ventas Reales del Comercio
Minoristas de RM por Subsectores
Abril 2017/2016 (% Variación)**



**Ventas Reales del Comercio
Minoristas de RM por Subsectores
Enero - Abril 2017/2016 (% Variación)**



Fuente: Departamento de Estudios CNC

Variaciones Ventas Reales del Comercio Minorista RM

PERÍODO	% VARIACIÓN ANUAL								
	(Comparación con igual período del año anterior)								
	Total Comercio	Vestuario Eléctricos	Calzado Hogar	Artefactos	Línea	Muebles	Línea de Supermercados		
							Abarrotes	Perecibles	Total LT Superm.
2012	6,0	9,7	22,1	10,2	10,9	0,8	-0,5	-5,2	-3,0
I Trimestre	6,2	3,7	12,6	16,8	19,2	2,9	2,6	-0,7	0,6
II Trimestre	5,2	6,3	19,2	8,4	13,5	-3,3	0,8	-2,8	-1,0
III Trimestre	6,8	14,7	28,2	9,3	9,6	2,0	-0,6	-7,4	-4,0
IV Trimestre	5,8	12,6	27,4	8,6	2,3	1,9	-4,2	-8,9	-6,6
2013	9,7	18,1	26,3	9,8	6,0	3,3	0,5	-1,8	-0,7
I Trimestre	8,3	18,8	30,9	8,5	1,2	8,2	-1,8	-4,2	-2,9
II Trimestre	11,5	23,5	31,0	10,2	5,7	6,1	0,2	-1,4	-0,8
III Trimestre	9,0	16,1	23,5	10,1	9,3	2,6	1,2	-1,0	-0,1
IV Trimestre	9,7	15,1	21,4	10,0	8,0	-3,2	2,2	-0,7	0,7
2014	1,2	7,3	13,9	1,4	1,8	-5,1	-0,4	-6,8	-3,4
I Trimestre	3,7	14,3	18,0	8,7	5,4	-2,1	0,4	-7,4	-3,2
II Trimestre	3,8	6,8	11,9	11,0	2,2	-4,0	3,4	-6,7	-1,0
III Trimestre	-3,2	0,5	7,9	-10,2	-2,1	-8,3	-1,9	-6,4	-4,0
IV Trimestre	0,5	8,5	17,2	-3,1	2,1	-6,2	-3,1	-6,9	-5,0
2015	0,6	5,6	10,4	1,4	-7,1	-5,6	-2,6	-2,7	-2,5
I Trimestre	1,1	7,3	12,3	-0,6	-10,0	-7,3	-1,4	-1,2	-1,4
II Trimestre	0,9	9,3	9,7	-3,0	-7,6	-4,6	-3,1	-0,6	-2,2
III Trimestre	0,6	5,6	14,2	5,4	-6,2	-7,2	-3,4	-4,2	-3,7
IV Trimestre	0,0	1,7	7,1	4,7	-4,8	-3,1	-2,4	-4,4	-2,8
2016	2,7	2,9	10,3	7,7	3,5	-10,3	-0,6	1,7	0,3
I Trimestre	1,4	0,5	10,5	6,0	5,5	-8,6	-1,1	-0,2	-0,8
II Trimestre	0,7	1,2	9,4	4,0	0,3	-13,9	-2,1	-0,7	-1,5
III Trimestre	3,3	5,2	10,1	8,6	3,2	-7,4	-0,7	2,3	0,4
IV Trimestre	5,8	5,6	13,7	12,5	4,5	-10,7	1,9	5,3	3,2
2017									
I Trimestre	3,6	10,5	7,2	5,9	-1,6	-11,0	-1,1	3,1	0,5
Abril	0,8	0,0	-3,8	-0,4	2,3	-1,6	3,2	2,0	2,7

Fuente: Departamento de Estudios CNC

4. ESTADÍSTICAS DEL COMERCIO

CIFRAS DEL COMERCIO

Variación Ventas Comercio RM Abril 2017/2016: 0,8%
Variación Ventas Comercio RM Enero – Abril 2017/2016: 2,8%

Trimestre Enero – Marzo 2017

Empleo del Comercio, en miles de personas: 1.588,21
Participación Empleo Comercio / Total País: 19,4%
Tasa Desocupación Comercio: 5,8%
Tasa Desocupación País: 6,6%

Variación PIB Comercio Primer Trimestre 2017/2016: 5,5%
Variación PIB Total Primer Trimestre 2017/2016: 0,1%
Participación PIB Comercio / PIB Total Primer Trimestre 2017: 9,4%

Inversión Sector Comercio, Catastro Diciembre 2016: US\$ 2.510 millones
(Proyectos en ejecución y en estudio)

Fuente: Departamento de Estudios CNC

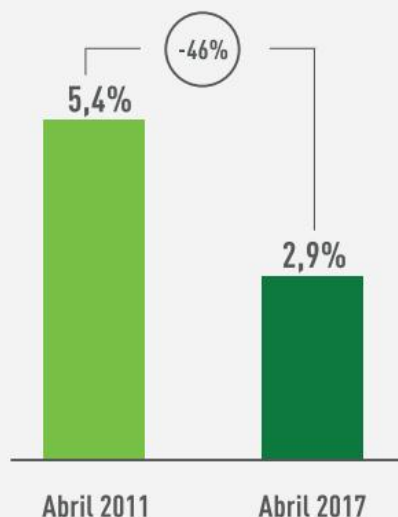


NADIE CUIDA MEJOR A LOS
TRABAJADORES DE CHILE

60 MIL TRABAJADORES ACCIDENTADOS MENOS

Seguimos construyendo un Chile más seguro para nuestros trabajadores. En un esfuerzo conjunto con nuestras 73.000 entidades empleadoras, hemos alcanzado una tasa de accidentabilidad histórica, consolidándonos como la mejor mutualidad del país.

Tasa de accidentabilidad laboral



Fuente: ACHS

www.achs.cl
600 600 2247





Haciendo Negocios con INDIA

Aspectos Relevantes

"Habiendo consolidado su democracia e iniciado el despegue de su economía en un marco de relativa paz social y armonía, India encarna una cierta ruta hacia el progreso y el desarrollo que merece atención. Si pese a todos los obstáculos que enfrenta, India es capaz de seguirlo, ¿no es lógico pensar que otros países, más favorecidos por las circunstancias, deberían ser capaces de hacerlo también?"

Jorge Heine, La Nueva India

Recientemente se firmó la ampliación del AAP (Acuerdo de Alcance Parcial) entre Chile e India, el cual entró en vigencia el 16 de mayo del 2017. Chile es el único país de América Latina que –de forma individual- cuenta con un tratado comercial con el gigante asiático. Es un momento clave para que los exportadores e importadores chilenos aprovechen la oportunidad de profundizar o iniciar negocios con India.

Relación Chile e India

Nuestro país ha tenido un contacto histórico importante con India desde su independencia. A pesar de que recién el año 2005 se realiza la primera visita presidencial, han destacado los diplomáticos chilenos en esta destinación. Es el caso del escritor Miguel Serrano, quien entabló una fuerte amistad con el primer Primer Ministro de la India Nehru, su hija Indira Gandhi y el Dalái Lama. Pablo Neruda y Raúl Zurita también frecuentaron la India numerosas veces. De hecho, en la Feria de Libros más grande del mundo, la de Calcuta, le celebraron el centenario a Neruda. Pocos escritores a nivel mundial pueden contar con tal nivel de dedicación.

Dos de nuestros presidentes han viajado al gigante asiático, Ricardo Lagos el año 2005, con quien se firmó el primer acuerdo comercial el 2007, y Michel Bachelet el 2009, quien recibió de la Universidad de Madras -una de las más importantes de la India-, el grado de Doctor Honoris Causa.

Son países que, a pesar de la enorme distancia, son cercanos y están buscando aumentar no solo sus relaciones comerciales y culturales, si no además existen proyectos interesantes de transferencia cultural, educacional y tecnológica; varios de ellos impulsados por CAMINDIA (Cámara Chileno India de Comercio).

La Balanza Comercial con India nos favorece enormemente, debido a que se ha posicionado como el octavo socio comercial en la exportación de nuestro cobre y derivados, lo cual representa el 97% de las exportaciones chilenas a India, 1.246 millones de dólares el 2016. Siguen la madera y celulosa, yodo, molibdeno y en último lugar, manzanas. Se trata, en su mayor parte, de exportaciones tradicionales. Sin embargo, hoy se abre una gran oportunidad para nuestro país en la exportación de productos con mayor valor agregado y de la agroindustria. Se acaba de abrir el mercado para las paltas, los berries y el aceite de oliva chileno.

Chile importa de India principalmente aceites de petróleo, joyas y piedras preciosas, diamantes, productos farmacéuticos, vehículos y textiles. Pero además, India provee de importantes servicios informáticos y de outsourcing a grandes empresas chilenas. Algunas de estas importantes compañías indias radicadas en Chile son TCS (Tata Consultancy and Service), Evalueserve, WIPRO e Intellect Designe Arena.

Con respecto a la IED (Inversión Extranjera Directa) india en nuestro país aún es minoritaria. Representa menos del 1% de la IED total y se concentra en minería. Esperamos que en los próximos años se incremente la IED india en materias de energías renovables y tecnologías de la información, en donde India posee un importante liderazgo a nivel mundial.

AAP (Acuerdo Alcance Parcial)

El AAP original se firmó el 2007, el cual rebajó el arancel a 464 productos chilenos e indios. Pero como se expresa, fue una rebaja parcial. Con la ampliación del AAP firmada en septiembre pasado, el portafolio de productos beneficiados se amplió a 2.800 y con rebajas que van desde el 20% al 100% como es el caso del cobre refinado, de gran interés para nuestro país. Esperamos que pronto comiencen las conversaciones para iniciar un TLC, así lo afirmó la actual Embajadora de India en Chile, Anita Nayar, en una entrevista a "El Mercurio" en marzo pasado.

La extensión del AAP supone que el 86% de las exportaciones chilenas quedarán cubiertas por este acuerdo. Esta alianza comercial, además, contiene nuevos acuerdos sobre obstáculos técnicos al comercio y medidas sanitarias y fitosanitarias, lo que contribuye a enfrentar de mejor manera las barreras no arancelarias que pudiesen existir.

Entre los productos chilenos NO tradicionales que contemplan una rebaja arancelaria destacan carne bovina y de cerdo, cerezas, arándanos, salmón, paltas, aceite de oliva, tomate, kiwis, manzanas, uvas, conservas de frutas, nueces y productos lácteos. Dentro de los productos que ya estaban incorporados y que mejoraron su nivel de preferencia, destacan el concentrado de cobre que alcanzó el 100%, concentrados de molibdeno con un 80%, celulosa y harina de pescado. Sin embargo, el acuerdo deja al margen el alcohol -por ende el vino chileno-, un producto muy sensible en la India, sujeto a una fuerte carga tributaria, sobre todo por un tema cultural. Los principales productos indios que entran a Chile con rebajas arancelarias del 100% o cerca serán los automóviles y sus partes, productos farmacéuticos y de tecnología.

Conociendo India y sus particularidades

India es el país que está creciendo a una mayor velocidad a nivel mundial, superando incluso a China, con una proyección del 7,2% para este 2017 (China crecerá 6,6%). En el ranking del FMI del PIB nominal 2017 (que mide el tamaño de las economías) se encuentra en el puesto número 5 con 2.45 billones de dólares, levemente debajo del Reino Unido (el cual superará el 2018) y superando a Francia recientemente. Si lo medimos en PIB a PPP (Paridad de Poder Adquisitivo), India tiene el tercer puesto, con 9.49 billones, después de China (23.19) y EEUU (19.42), contribuyendo al 7,2% del PIB mundial, mientras China lo hace en un 18,3% y EE.UU en un 15,3%. India posee una gran clase media de rápido crecimiento y poder adquisitivo. Hoy la componen 390 millones de personas. Los exportadores chilenos que logren conquistar solo a un pequeño porcentaje de este mercado, tendrán cuantiosas utilidades.



India es el séptimo país más grande del mundo en superficie –es prácticamente un continente– y el segundo más poblado (1.326.000 millones) después de China (1.400.000), al cual superará el 2020. Es la República Democrática más grande del planeta (sin interrupciones de su democracia desde su Independencia en 1947) y su sistema de gobierno es un parlamentarismo al estilo inglés, heredado de sus colonos que estuvieron en India por más de 200 años. De los ingleses también heredaron el idioma, lo que facilita enormemente a la hora de realizar negocios y establecer conversaciones. Tanto el hindi como el inglés son sus idiomas oficiales, más cientos de dialectos dependiendo del estado (29 estados y 6 territorios de la Unión).

India es un país de enorme riqueza y diversidad cultural, con una pujante cultura urbana. Las ciudades más importantes son Delhi, la capital y líder del comercio surasiático; Bombay, ciudad más poblada e industrializada y puerto comercial más importante, centro neurálgico de las finanzas, el comercio, la moda y la producción cinematográfica: Bollywood es el mayor productor de películas a nivel mundial. Luego tenemos a Bangalore en donde se encuentran los centros de investigación más prestigiosos junto a empresas de industria pesada, software, ingeniería, aeroespacial, telecomunicaciones e industria militar. Conocida como el Silicon Valley Indio por su liderazgo en tecnología de la información. Hyderabad, ciudad mundialmente conocida por su comercio y artesanía de las perlas, se ha convertido en los últimos años en una de las ciudades más pujantes en la economía del país. Tiene una creciente industria de I+D, dentro de la cual engloba la industria farmacéutica, biotecnología, nanotecnología. Estos son solo algunos ejemplos del dinamismo urbano que está experimentando India. Baste recalcar que existen cerca de 100 ciudades con más de 3 millones de habitantes (en Chile sólo existe una), muchas de las cuales se transformarán en Smart Cities de acuerdo a la iniciativa que quiere impulsar el actual Primer Ministro Narendra Modi.



India cuenta con colosales multinacionales manejadas por familias multi millonarias, entre ellas Reliance Industries Limited (RIL, múltiples rubros), Oil and Natural Gas Corporation (ONGC, Petróleo y gas natural), Tata Group (múltiples sectores), Mahindra (automóviles y maquinaria), Infosys (tecnologías de la información), Sun Pharma (farmacéutica), Birla Group (múltiples sectores), entre otras. Estos monstruos empresariales que se encuentran en todos los

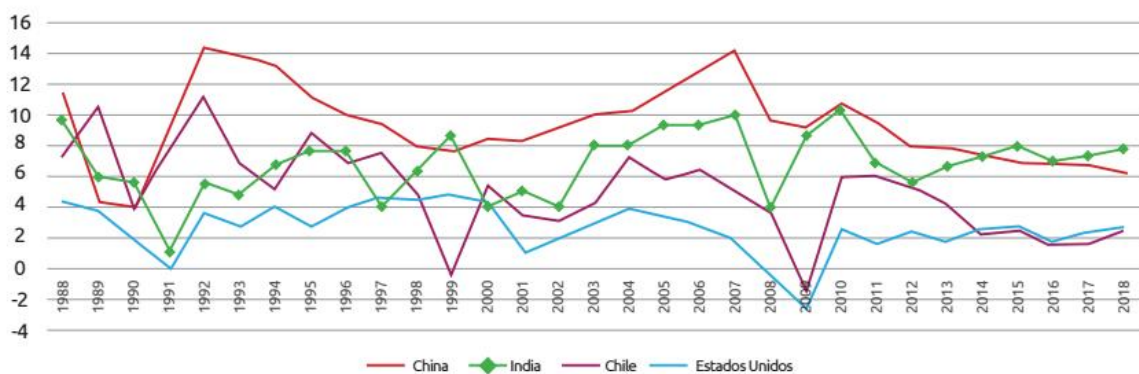
continentes, en América Latina, están concentrados principalmente en México y Brasil por el tamaño del mercado. Sin embargo, la Misión Comercial de marzo de 2017 proveniente de India, trajo a representantes de varias de estas empresas que mostraron sumo interés en establecerse en Chile o fortalecer los vínculos comerciales para aquellas que ya se encuentran en nuestro país.

EL MILAGRO INDIO

Debemos tener en cuenta que India, desde su Independencia, ha sido más bien socialista y proteccionista en su manejo económico. Solo a partir de 1991 con el Primer Ministro Narasimha Rao y en ese entonces su Ministro de Hacienda Manmohan Singh (quien después fue Primer Ministro por el Partido del Congreso) se inicia una época de liberalización dado –especialmente– al fracaso del proyecto socialista y a los bajos indicadores de crecimiento que trajo consigo. Desde su apertura en 1991 la economía india no ha cesado de crecer exponencialmente.



Crecimiento del PIB en %
30 años 1988 - 2018



Pero un país no solo crece porque se implementa gradualmente una liberalización y desregulación (no fue como en Chile a modo de “shock”). También debe haber componentes propios de la economía que impulsen su dinamismo y desarrollo. Jorge Heine, ex Embajador de Chile en la India, explica en su libro “La Nueva India”, alguno de los detonantes y elementos constitutivos del milagro indio, identificados en el Consenso de Mumbai del 2010:

- Democracia representativa sin interrupción y con cambios graduales: India es la mayor democracia del mundo y a pesar de graves problemas de corrupción, de pobreza y que importantes líderes han sido asesinados –Mahatma, Indira y Rajiv Ghandi-, las instituciones democráticas han prevalecido. Los cambios se hacen de forma gradual, pues en un sistema democrático federal que maneja a más de 1.300 millones de personas los cambios no se pueden hacer con rapidez.
- Expansión del mercado “hacia abajo”: Fabricación de productos de consumo masivo (en eso también debe pensar el exportador chileno). Ej: EL NANO TATA (pequeño automóvil) cuesta 2.500 dólares.
- Incorporación del JUGAAD e “indovación” en la empresa privada: La empresa privada ha sido el motor del crecimiento económico, la cual incorpora en su manejo el JUGAAD: Innovación frugal, intentar crear, resolver e inventar con escasos recursos: “CREATE WHAT WE NEED FROM WHAT WE HAVE”. “Creación de productos más baratos, fabricados con menos componentes por medio de procesos más cortos, más simples y más resistentes a las condiciones climáticas y de infraestructura propias del Tercer Mundo” (Heine, 2012).
- Incorporar al personal como actor central: El personal es considerado un activo clave de la empresa, con el cual se tiene un compromiso a largo plazo.
- Promover una visión amplia de los objetivos de la empresa: La empresa no sólo es definida como una organización destinada a maximizar utilidades (clásica visión occidental). Éstas están vinculadas a la meta más amplia de mejorar las condiciones de la población y trabajar con el gobierno del país.
- Conciencia de la importancia del capital humano: Especialmente en el área de las nuevas tecnologías (IIT, Indian Institute of Technology) y Outsourcing. Cada año en India se gradúan 150.000 diplomados en TI y programación, 400.000 ingenieros y unos 3 millones y medio en otras disciplinas científicas.
- Gran cantidad de población joven: Bono demográfico en expansión, cuando en la mayor parte de los países este bono demográfico ya envejeció.



Sugerencia para la realización de negocios exitosos

Para la realización de negocios exitosos es necesario conocer la cultura de la contraparte. Si bien India ha tendido a occidentalizarse, especialmente los grandes conglomerados empresariales y las ciudades comerciales, aún subsisten formas únicas imprescindibles de tener en cuenta para realizar un negocio, tales como:

- Normativas: A la hora de hacer negocios se debe tener en cuenta la normativa de ambos países. Los indios tienen especiales restricciones con los productos agrícolas y el alcohol, que requieren de certificaciones especiales. Los exportadores deben conocer estas restricciones en conjunto con el arancel que posee cada producto que es diferente, no es un 0% como es el caso de China, pues solo poseemos un Acuerdo Parcial no un TLC. Para verificar el arancel se debe acudir al arancel consolidado de India en la OMC y posteriormente al AAP que posee Chile con India para saber si hay rebaja al arancel consolidado y de cuánto es. En el caso de la importación, se debe tener en cuenta las certificaciones que exige nuestro país a los productos agrícolas (SAG), farmacéuticos y naturistas (ISP), de construcción, etc. El cálculo del arancel en este caso es más fácil, pues solo se le debe restar al producto la rebaja arancelaria dispuesta en el AAP al 6% que es el arancel que Chile tiene con el resto del mundo.
- Son sumamente jerárquicos, intrínseco del sistema de castas. Tienen un protocolo central que es el orden y respeto por la jerarquía y la autoridad. Determinan el status social por la edad, los títulos universitarios, la casta, la profesión y lugar de trabajo.
- Es un país enorme y con gran diversidad: Nos podemos encontrar con diferentes costumbres norte-sur / costa-interior. Antes de empezar una relación comercial sería bueno imbuirse en estas diferencias.
- Regateo: SIEMPRE se debe regatear, incluso de forma agresiva no es considerado de mala educación, más bien la mejor manera de alcanzar un acuerdo óptimo.
- Paciencia y Sentido del humor: Trámites lentos y a veces mucha espera. Las festividades religiosas pueden paralizar al país.
- Mezcla vida pública-privada: El indio necesita conocer a la persona con que hace negocios, no solo al business man. Invitan a eventos familiares y se sostienen largas conversaciones. El ideal –además del negocio en particular– es conversar acerca del arte, la cultura, los hijos, tradiciones de otros países. Se debe evitar hablar de castas, política y del conflicto con Pakistán.
- Saludo: Namasté, no se utiliza el contacto físico, menos con una mujer. Son muy mal vistos los abrazos y afectos en público. Si se estrecha la mano, es solo la derecha, la izquierda es considerada «sucia».
- Es una sociedad machista: A pesar de haber tenido Primer Ministra y Presidenta Mujer. Las mujeres, especialmente en el mundo musulmán, son consideradas inferiores y muchas veces participan en segundo plano en las reuniones (para servir alimentos).
- Cenas: Largos aperitivos con mucha conversación. Luego se come y al terminar inmediatamente finaliza la reunión. No hay sobremesa.

India; innovación y riqueza cultural

India, después de Alemania, es el mayor productor de energías renovables. Paneles solares y energía eólica tienen escasos costos de producción lo que lo hace una oferta atractiva de exportación. Podríamos hacer una alianza con el país asiático. Asimismo, India es el país que más matemáticos, ingenieros y programadores gradúa a nivel mundial. Y no solo es un tema de números (mayor población), también se trata de la alta cualificación de estos jóvenes. Los IIT (Indian Institutes of Technology) están provocando una "revolución educacional" a nivel mundial, lanzando informáticos de excelencia al mundo, especialmente a EE.UU. Podríamos pensar en un buen proyecto (como ya lo están haciendo socios nuestros) de transferencia tecnológica entre ambos países.

Además, India tiene una cultura milenaria preciosa; el yoga, el ayurveda, el budismo, hinduismo y atractivas expresiones culturales tienen su cuna en India. No podemos dejar de lado a Bollywood que es el mayor productor de películas a nivel mundial.

Incluso atractivas formas de innovación han surgido en este país. No por nada el JUGAAD (traducido como innovación frugal, innovación con escasos recursos) nació en ese país. Hoy grandes empresas como Nissan, lo han ocupado como una filosofía y se ha escrito una extensa literatura al respecto. De hecho, CAMINDIA junto a Mujeres del Pacífico traerán este año a uno de los principales exponentes del JUGAAD junto a la realización de un taller de innovación dirigido a los gerentes de desarrollo y de innovación de las empresas además –lógicamente- a los emprendedores independientes.



Acerca de CAMINDIA (Cámara Chileno India de Comercio)

El foco de CAMINDIA es facilitar las relaciones políticas y –sobre todo- potenciar el intercambio comercial y cultural entre ambos países. De hecho, hoy tenemos un importante taller práctico sobre "Cómo importar y exportar desde India" que entrega a los emprendedores los pasos más importantes para importar y exportar desde el país asiático.

Nuestra Cámara está creciendo en socios, hoy tenemos 43. Invitamos a todas las empresas indias en Chile y a las empresas chilenas que se encuentran haciendo negocios con India que se sumen a esta asociación. No solo los podemos ayudar en la búsqueda de proveedores/apertura de mercado, sino además les brindamos apoyo institucional y una amplia red de contactos. CAMINDIA, a su vez, forma parte de la CNC (Cámara Nacional de Comercio). Trabajamos en coordinación con ambas Embajadas y autoridades económicas de ambos gobiernos.

Chile tiene que ESTAR en India, no solo es importante, sino urgente tener presencia en este país. Ayer fue China, hoy es India. Las empresas chilenas que ya han entrado al gigante asiático y las que lo harán los próximos años, serán vanguardistas y pioneras, tendrán enormes oportunidades de inversión y seguramente cuantiosas utilidades.

Nuestro objetivo es convertirnos en los próximos cinco años en una de las Cámaras de Comercio bilaterales más importantes de Chile, reflejo del país que representa.

Jorge Guerrero Serrano | **Magdalena Díaz Le-Fort**
Presidente CAMINDIA | Directora Ejecutiva CAMINDIA

Obra “Marejada” es la ganadora de la séptima versión del Concurso de Pintura de la Cámara de Comercio de Puerto Montt



► El Jurado del Concurso de Pintura junto a la obra ganadora. De izquierda a derecha, José Luis Flández, Drago Vodanovic, Eduardo Salazar, Carlos Stange, Luis Rojas Quijada, Julio Millar, Juan Antonio Bernasconi, y Marcelo Utreras.



Tras una exhaustiva revisión de las 15 pinturas preseleccionadas entre las 60 obras que recibieron, el jurado del Séptimo Concurso de Pintura de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo A.G. de Puerto Montt, cuya temática fue “Desde Monteverde a Puerto Montt”, decidió a los ganadores del certamen pictórico, auspiciado por la empresa Transbank.

El Jurado, presidido por el artista pictórico Luís Rojas Quijada y conformado por el Presidente del gremio, Carlos Stange, el coleccionista de arte, Juan Antonio Bernasconi, el Director de la Escuela de Arquitectura de la Universidad San Sebastián, Sede de la Patagonia, Drago Vodanovic; el Director de la Corporación Cultural de Puerto Montt, Marcelo Utreras; el director de la Cámara Julio Millar, y el vicepresidente de la Cámara de Comercio de Puerto Montt, Eduardo Salazar, quien actuó como comisario de la competencia, se reunió para analizar las 15 obras preseleccionadas, que fueron montadas en una exposición en el lobby del Hotel Manquehue de Puerto Montt, deliberando posteriormente a los ganadores del concurso, decisión que resultó ser de carácter unánime.



► La pintura "Marejada" del artista Mauricio Álvarez Collao, originario de Los Vilos, que obtuvo el primer lugar del concurso

"Estoy muy contento, porque se nos ha permitido hacer una selección bien rigurosa. No tengo ninguna duda de que se eligieron las obras más significativas en esta muestra. Creo que hay que felicitar a los participantes, a los finalistas, y a quienes van a recibir los premios, porque se trata de obras que dignifican el espíritu de este concurso, que muestra un nivel que se ha ido superando con los años", comentó el artista pictórico Luís Rojas Quijada, presidente del Jurado.

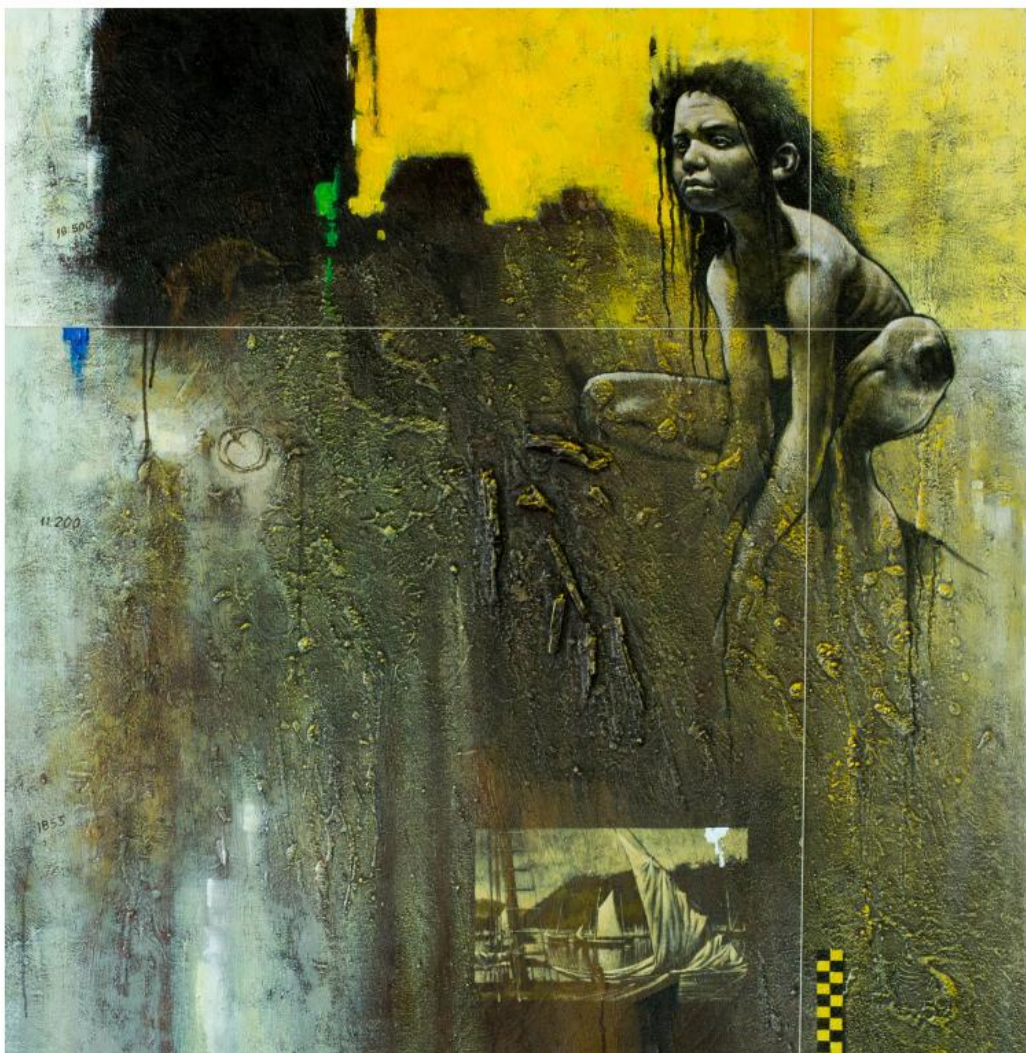
Ganadores

De acuerdo con la decisión del Jurado, la pintura "Marejada", del artista Mauricio Álvarez Collao, originario de Los Vilos, fue declarada como ganadora del certamen, adjudicándose un premio de \$1.300.000. "Es una pintura de técnica mixta, con un trabajo extremadamente complejo, muy bien compuesta, y que trata de mostrarnos el paso del tiempo desde una perspectiva más bien geológica" comentó el integrante del Jurado, Juan Antonio Bernasconi.

El segundo puesto fue para el pintor Edgardo Contreras de la Cruz, de El Quisco, y su obra "Puerto Montt revisitado", quien ganó un premio de \$1.000.000; y el cuadro "Tiempos en el mismo espacio", del artista Jorge Navarro, de la ciudad de Valdivia, se quedó con el tercer lugar, obteniendo un premio de \$800.000.

En tanto, la acuarela "Truenan la tierra y el volcán... horizontes de fuegos de ayer y de hoy", de la artista Flavia Rebori, de la comuna de Lo Barnechea, ganó una mención honrosa del jurado, y será premiada con un galvano recordatorio de su participación en el concurso.

El Presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo A.G. de Puerto Montt, Carlos Stange, destacó el interés de los artistas de la región y del país, quienes nuevamente participaron con sus trabajos en el concurso. "Las sesenta obras participantes fueron de un alto nivel, lo que muestra que ha ido creciendo el interés y la calidad de las pinturas. Nos sentimos satisfechos y creemos que, a partir de



► Edgardo Contreras de la Cruz, de El Quisco, ganó el segundo lugar del concurso, por su obra "Puerto Montt revisitado"

la próxima edición de este concurso, teniendo el apoyo de Transbank, podemos llegar a tener un concurso de carácter internacional, que destaque el nivel de nuestras artes a nivel mundial", indicó.

"Valoramos poder instalar a Monteverde como un lugar histórico y patrimonial de nuestra ciudad. El hecho de que se sepa de este concurso en el país y fuera de sus fronteras, significa que estamos cumpliendo el objetivo de poner a Monteverde en el sitio que se merece", agregó el líder gremial.

"El resultado es bueno, dada la cantidad y calidad de las obras participantes y el alcance que tiene el concurso, lo que lo ha hecho reconocido en todo el país", apuntó por su parte Juan Carlos Jáuregui, Jefe Regional Los Lagos y

Aysén de Transbank, auspiciador del concurso en sus siete ediciones.

Los premios a los ganadores del concurso se entregaron el viernes 7 de julio en la Cena del Comercio 2017, en la que los socios de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Puerto Montt celebraron el aniversario 106 del gremio.

En tanto, las 15 obras preseleccionadas por el jurado del concurso, permanecerán en exposición en los salones y el lobby del Hotel Manquehue de Puerto Montt durante dos semanas. Posteriormente, serán expuestas en la Sala Pinacoteca, ubicada en el Teatro Municipal Diego Rivera de la Corporación Cultural de Puerto Montt.



► La obra "Tiempos en el mismo espacio" del artista Jorge Navarro, de la ciudad de Valdivia, ganadora del tercer lugar



► La acuarela "Truenan la tierra y el volcán... horizontes de fuegos de ayer y de hoy", de la artista Flavia Rebori, de la comuna de Lo Barnechea, obtuvo una mención honrosa del Jurado.



Seminarios
encuentros
charlas capacitaciones
REUNIONES



Cámara Nacional de Comercio,
Servicios y Turismo de Chile

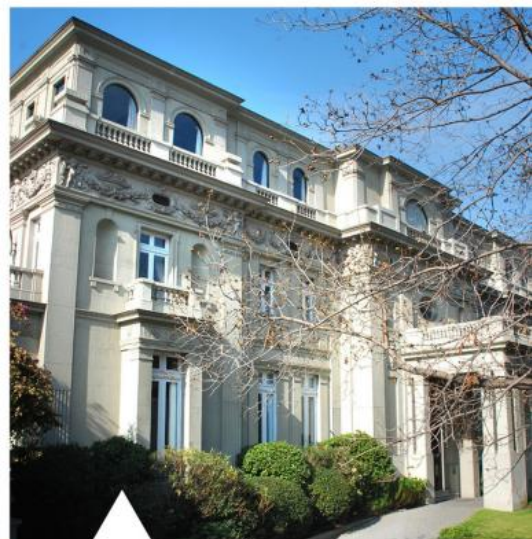
Arriendo de SALONES

PALACIO BRUNA



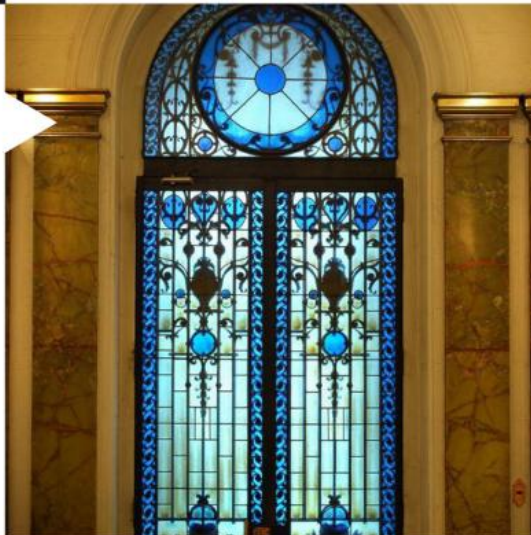
HALL

El hall de entrada tiene placas de mármol italiano de principios de siglo verdes y negras. Los salones se diseñaron con los más finos materiales: vitreaux, mármoles, ónix y bronce.



ESTILO

Corresponde a un estilo renacentista italiano construido entre 1916 y 1921 en el barrio más elegante de Santiago en esa época, junto a la ribera del río Mapocho.



FACHADA

El edificio tiene 2.800 m². Sus desiguales fachadas simulan una sola y eso es lo que le destaca.

Informaciones y reservas

Contacto: Cristina Infante
mail: cinfante@cnc.cl / Fono: 223654391

Palacio Bruna Merced 230, Santiago / www.cnc.cl