



## Presidente del comercio recorre países en busca de nuevos mercados

### El objetivo es detectar oportunidades de negocio para empresas chilenas.

La agenda de Carlos Eugenio Jorquiera, presidente de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), tiene un claro objetivo. El dirigente gremial está convencido de la necesidad de fijar estrategias para detectar oportunidades de inversión para el retail chileno en países de la región.

Por eso, el itinerario de Jorquiera durante este año ya suma visitas a Uruguay, Bolivia, Panamá, Guatemala y Costa Rica, países donde ha mantenido conversaciones tanto con autoridades como con sus pares. Su intención, dice, es "complementar la labor del gobierno desde el sector privado para fortalecer el comercio de bienes y servicios bilateralmente".

En ese ánimo, ya preparan un informe que entregarán a la Cancillería para detallar todos los resultados de estos viajes.

Y es que en sus giras ve un claro potencial para el retail chileno y también para otros tipo de inversiones, por ello no duda en destacar que en los países de centroamérica pueden llegar con sus negocios "sin ningún problema". Recomienda, eso sí, hacerlo en un joint venture con alguien que conozca el mercado.

Antes que termine el año, Jorquiera viajará a Perú y Colombia con el mismo propósito y si bien sabe que en estos países hay presencia de inversiones locales, no duda que se puede crecer más.

### El potencial

Las principales conclusiones del viaje a Centroamérica apuntan a una serie de virtudes que facilitarían el ingreso de inversiones. En primer lugar destaca una "excelente conectividad hacia otros mercados de alto interés como México, Estados Unidos, Europa y Asia". Agregan que está realizando "interesantes inversiones en ampliar y mejorar su infraestructura carretera, portuaria y aeroportuaria".

Recuerdan que Chile tiene un Tratado de Libre Comercio (TLC) con esta parte del mundo y, a pesar de las oportunidades que brinda "no están siendo bien aprovechados y aún hay aspectos que pueden ser mejorados a nivel de gobiernos", explica la Cámara. Para el gremio del comercio, el conocimiento mutuo de los empresarios favorece la construcción de confianzas y, en consecuencia, "la creación de nuevos negocios e inversiones".