

Resaltó las buenas proyecciones para nuestro país, pero sigue preocupada por las tasas de embarque:

IATA anticipa alza de 7,5% en mercado aéreo latinoamericano este año y destaca a Chile

Organismo informó que la región será la única que registrará ganancias a nivel mundial, aunque las utilidades solo llegarán a US\$ 2,6 por pasajero.

SERGIO ESPINOSA
Desde Cancún, México

Con una proyección de ganancias por US\$ 800 millones, por sobre los US\$ 600 millones del año pasado, la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés) proyectó una mejoría en el mercado aéreo latinoamericano para 2017. A su vez, destacó el caso de Chile.

En el inicio de la 73ª Asamblea General del organismo, que se desarrolla en el balneario mexicano de Cancún, el CEO del organismo, Alexandre de Juniac, afirmó que el crecimiento proyectado en la demanda de pasajeros para la región es de 7,5%, por sobre el incremento de 6,7% de la capacidad. Sin embargo, puntualizó que aún así las cifras reflejan una ganancia de apenas US\$ 2,68 por pasajero.

El vicepresidente de IATA para las Américas, Peter Cerda, agregó que las proyecciones son que el mercado latinoamericano se duplicará hacia 2034, con una contribución al PIB regional que

pasará de los actuales US\$ 140 mil millones a US\$ 322 mil millones. "Pero eso solo ocurrirá si se eliminan ciertas trabas. Lamentablemente, hay varias", sostuvo.

Entre ellas, destacó el fuerte déficit de infraestructura que muestra América Latina, con aeropuertos como el de Lima, que tienen su capacidad absolutamente sobrepasada, lo que representa un riesgo para consolidarse como un *hub* regional.

Otras dificultades son las excesivas regulaciones aéreas en países como Brasil, que junto con México han aplicado "regímenes de derechos para los pasajeros que son punitivos" y controles de tráfico anticuados, como en Argentina.

"Pese a todo, las aerolíneas latinoamericanas están respondiendo a estos desafíos y la región será la única que muestre mayores ganancias en relación al año pasado", afirmó De Juniac.

Por su parte, Cerda detalló que si bien América Latina tiene aerolíneas competitivas, una creciente clase media y una geo-



POR MEJORAR.— Entre los factores que obstaculizan un mayor crecimiento del tráfico aéreo, según IATA, figuran el alza de las tarifas aeroportuarias y el déficit de infraestructura en los terminales.

grafía que necesita del transporte aéreo, "con la excepción de Panamá y Chile, los gobiernos de la región no están tratando a sus compañías aéreas como socios que contribuyen al desarrollo económico y social".

Con todo, IATA ha alertado en el pasado sobre las altas tarifas aeroportuarias que se cobran en Chile, y esta no fue la excep-

ción. Con nuevas líneas aéreas de bajo costo ingresando al mercado o con planes de hacerlo, dichos impuestos son considerados por el organismo como un freno a la entrada de este modelo de negocios, así como un desincentivo en general para la llegada de nuevos operadores.

Consultado por el caso de Chile, Cerda respondió, citando

el caso de Cartagena de Indias. "El aeropuerto redujo el cobro a las líneas aéreas y el tráfico creció rápidamente con la llegada de nuevos actores", comentó.

Más allá de eso, con un Brasil saliendo lentamente de la recesión, pero que enfrenta una nueva inestabilidad política, y la crisis que se agrava en Venezuela —donde el gobierno sigue adeu-

■ Cueto destaca potencial de la región

El CEO de Latam Airlines Group, Enrique Cueto, también se dio cita en Cancún. El empresario destacó el potencial que tiene Latinoamérica para crecer, ya que su tasa anual de vuelos per cápita es menor a 1. "Esto hace que la región sea atractiva para el desarrollo de la industria aérea, y las compañías ya han visto oportunidades reales para aumentar el tráfico aéreo", afirmó Cueto.

Pese a ello, el CEO advirtió que Latinoamérica tiene aspectos por mejorar. Entre ellos, reconoció dificultades en infraestructura, altas tarifas a las líneas aéreas, elevadas tasas de embarque y una compleja regulación aeronáutica. Asimismo, señaló que es necesario ampliar y modernizar los principales terminales aéreos.

dando US\$ 3.800 millones a las aerolíneas—, Cerda resaltó que "los ganadores en la región parecen ser Chile, Perú, Panamá y Colombia, los cuales tienen buenas proyecciones para este año".

Por mayor interés de los consumidores en diseño y confección nacional: Firma fabricante de zapatos Pollini estaría evaluando comprar Bestias

Los ejecutivos de Calzados Gino, compañía que actualmente maneja ocho marcas en el mercado local, habrían visitado la fábrica de sus competidores la semana pasada.

DANIELA PRADEL A.

El mayor interés de los chilenos por zapatos de fabricación nacional está generando que aquellos actores que llevan años en el mercado comiencen a mirar a sus nuevos competidores, con el objeto de continuar ampliando su presencia y oferta.

Un ejemplo claro de lo anterior son las conversaciones que habrían mantenido en las últimas semanas los socios de la firma dedicada al diseño y venta de calzado nacional Bestias con los ejecutivos de la compañía Calzados Gino, que actualmente maneja ocho marcas en el mercado local, entre las que figuran Min-

go, 16 horas, Pollini y Panama Jack, entre otras.

Según aseguran fuentes conocedoras del proceso, Calzados Gino estaría evaluando comprar Bestias, y así transformarla en su novena marca, respondiendo al incremento que ha experimentado la demanda por zapatos confeccionados y diseñados en Chile. No obstante lo anterior, estas conversaciones estarían aún en etapa preliminar y recién se estarían realizando las primeras visitas a la fábrica de la compañía creada por Felipe Velasco e Ignacio Ríos.

Actualmente, Calzados Gino tiene presencia en la mayoría de los centros comerciales del país

mediante tiendas propias —en Alto Las Condes, Parque Arauco, Costanera Center, Mall Plaza Vespucio y Mall Plaza Oeste, entre otros— y, además, comercializa sus productos a través de las multitiendas Falabella, Paris y Ripley. A su vez, la compañía cuenta con más de 600 empleados y 40 años de historia en el mercado del calzado nacional.

Bestias, por su parte, se creó el año 2011 y hoy vende sus productos a través de dos tiendas propias —ubicadas en el mall Casa Costanera y en el Drugstore, donde actualmente Calzados Gino no tiene presencia— y también mediante las tiendas Paris del mall Alto Las Condes,

Costanera Center y Parque Arauco. Adicionalmente, la empresa figura como una de las con mayor crecimiento del sector, pues ya facturaría más de \$100 millones mensuales aproximadamente.

Importaciones al alza

Pese a la popularidad que han ganado en el último tiempo las empresas locales productoras y diseñadoras de calzado, las importaciones de zapatos en Chile continúan en aumento. De acuerdo con las últimas cifras publicadas por la Cámara de Industrias del Cuero, Calzado y Afines (Fedeccal), el año pasado



Bestias comercializa sus productos a través de sus tiendas propias en el mall Casa Costanera y Drugstore (en la foto) y también en la multitienda Paris.

los ingresos de zapatos al país aumentaron un 10,47%, superando los 105 millones de pares.

En este contexto, China sigue liderando como el principal país de origen de estas importaciones, con 81,27% del total de pa-

res ingresados al país. Respecto del calzado chileno exportado, este experimentó un aumento de 3,09% el año pasado respecto de 2015, tras enviar 308 mil pares de zapatos al extranjero.

Levantará fondo de US\$ 40 millones para construir recintos en Santiago y el sur de Chile:

Banmerchant arma plan para levantar cuatro hoteles en alianza con compañía colombiana

La firma impulsa el proyecto junto a Metro Hotels, que opera la marca Hampton by Hilton. En tanto, sus inversiones en vivienda y comercio suman US\$ 210 millones.

MARCO GUTIÉRREZ V.

El área inmobiliaria es actualmente la más relevante para Banmerchant, firma de asesoría financiera, inversiones y negocios. La compañía actualmente tiene en desarrollo y estudios más de una docena de proyectos habitacionales y comerciales que suman 5,28 millones de UF, aproximadamente US\$ 210 millones.

En este contexto, una de las principales novedades de la empresa es que decidió levantar un fondo de inversión hotelero por unos US\$ 40 millones, para construir cuatro hoteles que estarán ubicados en Santiago y ciudades del sur, entre las que se encontrarían Puerto Varas y Puerto Montt, comentó Francisco Walker, socio y director de Banmerchant.

La firma chilena impulsará su plan hotelero junto a diversos inversionistas que invitará al fondo, pero especialmente en alianza con el grupo colombiano Metro Hotels, que hoy opera la marca Hampton by Hilton y que estará a cargo de la explotación de los futuros recintos. Ambas compañías ya se conocen, pues Banmerchant le vendió a Metro un proyecto en An-



El gerente de Negocios Inmobiliarios de Banmerchant, Tomás Huidobro (a la izq.), junto al socio y director de la compañía, Francisco Walker. En Lo Barnechea también impulsan un plan residencial con departamentos.

DUPLICAR VENTAS
Cerca de dos millones de UF es el plan de ventas anual de Banmerchant, cifra que esperan llevar a unos cinco millones de UF con las inversiones en marcha.

tofofagasta en el primer semestre de 2016, el que actualmente está en construcción.

"Este es un modelo de nego-

cial validado con Metro para Chile y las variables predefinidas con ellos deberán ubicarse para la selección de ubicaciones

y rentabilidades para los inversionistas", señaló Walker. El negocio hotelero presenta retornos superiores al 10%, mientras que en el caso de desarrollo habitacional es de 5% a 6%, comentó Tomás Huidobro, gerente de Negocios Inmobiliarios de Banmerchant, que arribó a la firma hace un año para impulsar los nuevos planes.

Huidobro precisó que Banmerchant no es una "inmobiliaria tradicional, sino una compañía que administra capital, activos inmobiliarios, lo que nos da un foco financiero". De todos modos, explicó que realizan los mismos procesos productivos que una firma inmobiliaria, por ejemplo, en cuanto a la compra de terrenos.

En el ámbito habitacional registra —entre otras— inversiones en Santiago, Papudo, Puchuncaví y Concón. La iniciativa más relevante, según la firma, es Laguna Centro, ubicada en Macul, que ya cuenta con dos etapas comercializadas. Esta obra tiene como atractivo una laguna artificial desarrollada por Crystal Lagoons.

En el sector comercial, Banmerchant está desarrollando un *strip center* en la V Región (costa), un *power center* en Santiago Centro y un centro comercial de mayor tamaño en La Florida, que tendrá unos 30 mil metros cuadrados y contará con tiendas ancla.

Walker comentó que actualmente en el plano residencial se advierten menos proyectos en oferta, debido a las importantes trabas para obtener las aprobaciones para estas inversiones. De todos modos, sostuvo que considerando el ritmo de demanda actual, se observa un mercado con indicadores sanos.

Sergio Urrejola:

Centro de arbitraje elige a nuevo presidente

El Consejo del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Santiago (CAM Santiago) eligió a su nuevo presidente. Se trata del abogado Sergio Urrejola, quien se desempeñó como presidente del CAM entre los años 2003 a 2007 y fue su vicepresidente del 2007 a la fecha. Además, presidió el Consejo de Defensa del Estado entre 2011 y 2014.

Urrejola sucede a la ex senadora y ex presidenta del Colegio de Abogados, Olga Feliú, quien renunció en mayo.

Nueva alarma:

FNE ve anomalías en mercado de uva vinífera

Tras analizar los antecedentes aportados por productores de uva vinífera, la FNE tomó conocimiento de circunstancias que podrían afectar el desempeño competitivo de los productores vitivinícolas. El organismo persecutor envió oficios al Gobierno para analizar estas situaciones y se adopten las medidas pertinentes en materia normativa y fiscalizadora. A su vez, cerró otra investigación en este mercado, por abuso de poder de compra, que databa del año pasado.