



Gastón Escala Aguirre, presidente CChC y Carlos Zeppelin, gerente general de Constructora Pehuenche, materializaron el acuerdo mediante la firma de un convenio.

Beneficio en salud:

## Plan Construye Tranquilo para todos los trabajadores de Constructora Pehuenche y DESCO

Desde junio los trabajadores de las empresas Constructora Pehuenche y Constructora DESCO podrán acceder a un conveniente plan de salud catastrófico para solventar los costos de operaciones u hospitalizaciones, tanto para ellos como para sus familias.

El programa "Construye Tranquilo", iniciativa de los empresarios de la construcción, es un plan único en su tipo, que abre por primera vez a los trabajadores del rubro la posibilidad de acceder a atención privada de salud oportuna, de primer nivel y a precios accesibles en la red de salud de la Cámara Chilena de la Construcción. Carlos Zeppelin Hermosilla, gerente general de Constructora Pehuenche, y Juan Ignacio Silva, presidente de la Empresa Constructora DESCO, materializaron el acuerdo mediante la firma de un convenio con el presidente de la Cámara Chilena de la Construcción, Gastón Escala Aguirre.

En la oportunidad, los ejecutivos destacaron la importancia de contar con herramientas que protejan a sus trabajadores, evitando que un problema de salud se convierta en una catástrofe económica.



El representante de la CChC, Gastón Escala Aguirre, y el de la Empresa Constructora DESCO, Juan Ignacio Silva. Se beneficiará a través de este firma a trabajadores de la construcción y sus familias.



Gastón Escala Aguirre, presidente Cámara Chilena de la Construcción, junto a Carlos Zeppelin, gerente general Constructora Pehuenche, durante la ceremonia de acuerdo.



Gastón Escala Aguirre, presidente CChC, y Juan Ignacio Silva, presidente Empresa Constructora DESCO.

CAVEM

Cámara Nacional de Comercio Automotriz de Chile

Concesionario:

## Automotora Citroën Origen: una alternativa en Vitacura

Los modelos Citroën C3 y C4 son los preferidos del conocido empresario del rubro automotor Tommy Rosenkranz Herzberg, gerente general de la automotora Citroën Origen. Su estilo y comodidad lo han cautivado no sólo a él, sino que también a una extensa y exigente cartera de clientes de la firma automotriz.

La empresa, ubicada en Av. Las Condes N.1412 (San Damián), pleno corazón de Vitacura, inició sus actividades en 1980, comercializando vehículos usados. En 1989 fue elegido concesionario oficial de la marca francesa Citroën.

www.citroenorigen.cl

Desde esa época su objetivo fue liderar en la venta de vehículos nuevos mediante una esmerada atención junto a una amplia oferta de soluciones para la compra de su nuevo Citroën.

También tiene a su haber la venta y consignación de automóviles usados. El 2005, Tommy Rosenkranz decidió transformar la compañía en un concesionario integral Citroën. Luego se asoció con Juan Valdivielso Jiménez y crearon Origen Servicios. Gracias a esta sociedad, la empresa cuenta con venta de vehículos nuevos y usados, créditos, seguros, servicio mecánico completo,



La prestigiosa automotora en varias oportunidades ha recibido el premio al mejor servicio de la red.

desabolladura, pintura y servicio de repuestos. El equipo Citroën Origen es liderado por Tommy Rosenkranz Herzberg, acompañado de excelentes ejecutivos, personal administrativo y calificados mecánicos, que constantemente se están capacitando en las últimas tecnologías automotrices.

El local cuenta con modernas estaciones de trabajo, elevadores, herramientas de precisión y computadores de última generación. Ello da garantía al cliente de que su vehículo será atendido bajo los más estrictos estándares de

calidad de la marca exige a sus concesionarios.

"El profesionalismo del equipo Citroën ha sido clave para la comercialización de nuevos productos. Constantemente invertimos en infraestructura, capacitación de las fuerzas de venta y de servicios con el fin de ser siempre mejores", señaló el gerente general.

"El nuevo local Vitacura nos ha permitido reducir los tiempos de espera para la atención de los clientes. También se traduce en mejores condiciones de trabajo para los técnicos", finalizó el ejecutivo.

Marketing:

## Achiga presentó su nueva imagen corporativa



Fernando de la Fuente E., presidente de Achiga, y Jacqueline Rodríguez E., gerente general de la Asociación.

Con sus 32 años de prestigio y consciente de la importancia de mantenerse vigente, la Asociación Chilena de Gastronomía, Achiga, cambió su imagen corporativa para estar acorde a los nuevos tiempos.

El nuevo rostro, se dio a conocer en un cóctel realizado el 25 de junio en el hotel Plaza San Francisco y contó con la asistencia de socios, auspiciadores, periodistas y amigos.

La Asociación Chilena de Gastronomía realizó una invitación para conocer más sobre la labor que realiza.

La actual imagen, que es la síntesis de lo que la Asociación quiere proyectar en el futuro, pero

manteniendo su esencia, nace luego de un año de trabajo con una empresa especializada, en donde se analizaron las fortalezas y debilidades de la Achiga, con el objetivo de repositionarse dentro del sector. Esta nueva etapa viene con interesantes proyectos que la Asociación desea concretar, ya que van en directo beneficio del rubro gastronómico.



El evento automotriz de 2012 se transformará en la muestra más grande de la historia del salón.

## Salón del Automóvil de Santiago Anac 2012 abrirá sus puertas en octubre

La Asociación Nacional Automotriz, ANAC, presentó las primeras características que tendrá el Salón del Automóvil de Santiago Anac 2012, que se realizará entre el 4 y el 15 de octubre, y que reflejará el gran desarrollo que ha tenido la industria automotriz en materia de innovación tecnológica, así como también en seguridad y diseño.

Son 52 marcas automotrices de 23 diferentes países de origen las que ya han

comprometido su participación y que representan más del 98% de la oferta de vehículos del mercado nacional.

La muestra se presentará en los 70 mil metros cuadrados de Espacio Riesco, utilizándose sólo para la exposición de vehículos 34 mil m<sup>2</sup>, transformándose en la más grande de la historia del salón, con 4.400 m<sup>2</sup> más respecto de la versión anterior.

"Este año ANAC quiere

presentar al público el desarrollo de la industria automotriz internacional y la evolución del mercado local, como así también su preocupación en temas de cuidado del medio ambiente, de seguridad de las personas y su preocupación por temas relacionados con el entorno del automóvil, todo ello en un ambiente que acoya y entretenga a la familia", señala Gustavo Castellanos, secretario general de la ANAC.

Inauguración:

## Nueva Relojería 12:34 en Mall Costanera Center

Como parte de su plan de expansión, California S.A., líder en el mercado de la relojería en Chile — abrió una nueva tienda de Relojería 12:34 en Costanera Center, el mall más grande de Sudamérica.

Relojería 12:34 (www.doe34.cl) es un novedoso concepto de tienda que se enmarca en la dinámica de una boutique especializada, pero orientada a un mercado más amplio y transversal, que ofrece en un solo lugar prestigiosas marcas de relojes para todos los segmentos, gustos, necesidades y estilos de vida.

Relojería 12:34 destaca por ofrecer un amplio mix de reconocidas marcas como Casio, G-Shock, Baby-G, Timex, Bulova, Náutica, Cacharel, Harley Davidson, Fossil, DKNY, Diesel, Michael Kors, entre otras, mejorando sustancialmente la actual oferta del mercado con un moderno Showroom, atención personalizada a cargo de profesionales que cuentan con



Fernando Fuenzalida, gerente general California S.A., la modelo Pilar Jarga y Jorge Vilagrán, gerente comercial de California S.A., en la nueva Relojería 12:34 de Costanera Center.

la preparación y conocimientos técnicos adecuados y excelente servicio posventa.

El objetivo de 12:34 es responder a los requerimientos de un consumidor cada vez más exigente y concentrar en un solo local relojes para los diferentes segmentos y estilos: elegantes, deportivos, funcionales y tecnológicos, con

diseños atractivos y fashion, juveniles, entre otros.

Este nuevo espacio en el Costanera Center responde a uno de los principales objetivos de la estrategia de crecimiento que California S.A. inició el año 2011 y se suma al exitoso debut de la tienda en los Mall Plaza Oeste, Plaza Vespucio, Plaza Norte y Plaza Alameda.