

e-

NEGOCIOS

MERCADOS

Cámara Chileno India (Camindia)

Camindia actúa como ente conector entre el mercado indio y el chileno

EMPRENDIMIENTO

Billie Gin:

"Vimos que la concentración en la producción de cerveza era muy grande por eso decidimos crear un Gin"

+ ACTUALIDAD
+ COLUMNS

e

Juan Pablo Swett

Presidente de la Multigremial Nacional de Emprendedores

"El día en que se entienda que la educación es igual de importante que el emprendimiento, vamos a tener un país con muchas más oportunidades"

ED/01

N°01/2021/diciembre/ www.enegocios.cl



PALABRAS DEL DIRECTOR

Es cierto que en la necesidad (y podría leerse también en la inestabilidad) y la incertidumbre es cuando los mayores actos creativos han ocurrido en humanidad, nuevas habilidades y nuevos descubrimientos son generados a la luz de nuevos escenarios con nuevas necesidades.

Estimados lectores, es por eso que hoy damos la bienvenida a nuestra primera versión impresa de la revista E-negocios, donde temas como empresas, mujeres, minería, gourmet, PYMES, emprendedores y contingencia serán algunas de las temáticas que trataremos en cada edición, entregando la mejor información, una mirada nueva bajo un medio nuevo que hoy da cabida en nuestro país.

Cabe destacar que nuestra revista digital lleva 3 años en el mercado y nuestro público nos pedía un formato impreso. Aquí está para que lo disfruten.

Cariños
Cristián Alliende
Director Ejecutivo E-negocios

TABLA DE CONTENIDO



05

ENRIQUE CABRERA

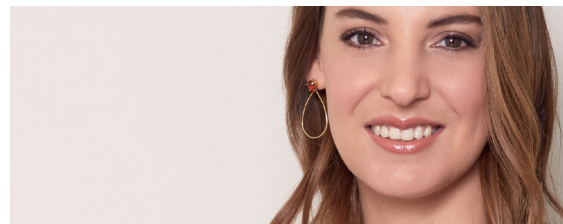
Experto en transportes y Director Ejecutivo ECS Consult



08

FEDERICO LEIGHTON

Socio Faro Consulting Group



15

ANDREA ROJAS VAN DYCK

Gerente General de la Cámara Chileno India de Comercio

Editorial:

Director General Grupo Pelle Comunicaciones:

Juan Andrés Sastre

Mail: jsastre@pellemagazine.cl

Director Ejecutivo:

Cristián Alliende

Mail: calliende@e-negocios.cl

Editor Periodístico:

Juan Pedro Clavel

Mail: jpclavel@e-negocios.cl

Periodista:

Lidia Mateluna

Mail: lmateluna@e-negocios.cl

Ventas y RRPP:

Ignacio López

Mail: ilopez@e-negocios.cl

Diseño y diagramación:

Claudia Helguero

Mail: helguero.claudia@gmail.com

Programación:

Carlos Rosenberg

Mail: crosenberg@pellemagazine.cl

GoodBusiness

Mujeres empresarias con visión de negocios y la construcción de una sociedad más inclusiva e igualitaria

GoodBusiness
INTERNATIONAL ENTERPRISE HUB



GoodBusiness es un Hub de Desarrollo Empresarial que, a través de las redes, busca la construcción de una sociedad más igualitaria y sostenible para Chile y el mundo. Está liderada por tres chilenas emprendedoras que se han unido en medio de la pandemia con el fin de generar oportunidades para las mujeres en el ámbito laboral y el emprendimiento, además de posicionar la sostenibilidad de la mano de cambios culturales, sociales y empresariales.

Conformado por un grupo de profesionales de diversas áreas, la organización es liderada por Nicole Verdugo, diplomada en Retail, Gestión Comercial y Marketing de la Universidad Católica; y consultora en gestión de personas y desarrollo de talentos organizacionales, entre otras especializaciones. Además, actualmente es presidenta de la Cámara de Mujeres y Negocios, y socia fundadora de GoodBusiness International, donde es responsable de abrir nuevas oportunidades de negocio, desarrollar la gestión comercial y de nuevos clientes a nivel nacional e internacional.

Otra integrante es la relacionadora pública Constanza Prats, quien ha desarrollado su carrera en las áreas de importación, comercialización y generación de redes profesionales. También es socia fundadora de GoodBusiness International, donde su rol es mantener la identidad de la compañía, producir contenidos y coordinar todas las actividades de promoción y difusión.

Y por último, la tercera miembro del directorio es Magaly Álvarez, Ingeniera comercial de la UAI con experiencia en el desarrollo comercial de sistemas de clientes, plataformas de e-commerce y marketplace. Es también socia fundadora

de GoodBusiness International, donde se encarga de coordinar todas las actividades relacionadas con el manejo contable y financiero de la compañía y llevar las cuentas de los clientes de la empresa. Cabe señalar que las tres socias son directoras de Cámara de Mujeres y Negocios y del Women Economic Forum Chile.

Servicios

GoodBusiness organiza foros a nivel nacional e internacional, físicos o virtuales, a través del Centro de Convención Virtual. Estos foros buscan intercambiar ideas y opiniones sobre diversos temas de interés común. A través del Summit, uno de sus eventos más importantes, realizan conferencias con expertos o referentes en diferentes áreas, además de mesas de diálogo que tienen como objetivo, reunir a actores de diversos ámbitos para reflexionar sobre temas atinentes y relevantes desde una perspectiva de género.

Gestión y vinculación empresarial

Buscan conectar, vincular y posicionar a las empresas y organizaciones con los diferentes actores del ecosistema. Su propuesta de valor está en articular a las empresas con la sociedad civil, el Estado, la academia, las instancias internacionales y el ecosistema empresarial entendiendo que solo desde las conversaciones significativas entre ellos y las transformaciones sostenibles, se construyen los cambios.

En cuanto a eventos de relevancia, Magaly Álvarez señala que "cada año en noviembre se realiza el Summit Internacional de Mujeres y Negocios, el cual es patrocinado por la Cámara de Mujeres y Negocios

y cuyo objetivo es reunir en una o dos jornadas a los principales exponentes de las empresas, emprendimiento y el mundo corporativo para debatir cómo lograr incorporar a más mujeres a las economías del mundo y enfrentar los nuevos desafíos en el planeta. Este año hemos dirigido nuestros objetivos en los desafíos globales, sustentabilidad, género y transformación digital. Nuestros compromisos con los ODS 5 y 17 y los criterios del ESG han sido un camino en el cual nos hemos comprometido para enfrentar nuestro quehacer desde GoodBusiness".

Dentro de las actividades a desarrollar para el año 2022, en marzo, se realizará el Women Economic Forum, foro internacional enfocado en la economía de la mujer, que se celebra anualmente en New Delhi India y en más de 500 capítulos regionales, con la participación de 150 países aliados y una cámara global que cuenta con 50.000 miembros. Este evento, tiene como objetivo perseguir iniciativas para el progreso económico de la mujer.

"El 2022 es un año que trae muchas sorpresas, ya tenemos agendada la segunda versión del Women Economic Forum que se realizará el 24 y 25 de marzo de 2022. En el marco de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer, el 8 de marzo, vamos a realizar por segunda vez el foro más importante a nivel nacional e internacional de mujer y económico. Esperamos poder realizar el evento de forma híbrida y esperamos poder congrega a las empresas, sociedad civil y los diferentes actores que se relaciona a las temáticas de mujeres y economía", destacó Álvarez.

Desde la Organización de Summit Internacional de Mujeres y Negocios, en su segunda versión año 2021, queremos destacar a grandes exponentes que estuvieron presentes en esta gran jornada del 25 de noviembre.



-Roberta Valenca: "Creo firmemente que una mujer que quiere surgir es una familia que crece y una economía local que prospera. Desde mí rol he buscado espacios para potenciar el rol de las mujeres en espacios de liderazgo". Roberta Valenca se desempeña como General Manager de Coca-Cola Chile, Bolivia y Paraguay. Con más de 20 años de experiencia en la industria de consumo masivo, en varios países como Brasil, México, Argentina y Chile. Es Ingeniera Comercial de la Universidad Federal de Pernambuco en Brasil, con MBA en Marketing.

Uno de sus sellos de liderazgo es la diversidad y equidad de género. Durante 2020, fue elegida dentro de las 100 Mujeres Líderes en Chile y fue distinguida como una de las cinco mujeres ejecutivas más influyentes dentro del país, reconocimiento otorgado por Mujeres Empresarias.

-Lorena Muñoz Del Campo: "Buscamos encontrar el equilibrio entre el medio ambiente y el uso de los recursos naturales. La humanidad en su paso por el planeta ha degradado los recursos naturales, por lo que es necesario procurar y planear concienzudamente el consumo de los mismos para garantizar su existencia en las generaciones futuras".

Lorena Muñoz Del Campo, Bioquímica, Licenciada en Bioquímica en Pontificia Universidad Católica; Diplomada en Negocios y Magister en Finanzas por la UAI; Asesora Senior de Economía Verde y Finanzas sostenibles; Experta Senior en cambio climático; especialista en economía circular, economía verde, pobreza, desigualdad y desarrollo sostenible. Miembro del Comité Científico del Foro Mundial de los Recursos. Ha sido consultora para el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo, la Caja Andina de Fomento, entre otros. Es también asesora de Gobiernos y Organizaciones para la estructuración de políticas, incentivos económicos y políticas financieras tendientes a crear valor económico e implementar políticas sostenibles.



-Gema Sacristán: "La igualdad de género ya no es una opción para las empresas. No se trata solo de equidad, sino también de éxito empresarial. Una mayor diversidad mejora la toma de decisiones, la reputación, productividad y retención y satisfacción de los empleados, lo que a su vez conduce a mayores retornos. Las empresas con una fuerza laboral más diversa también están mejor equipadas para innovar en el desarrollo de productos, aprovechando nuevas oportunidades comerciales, como el mercado de mujeres. Los inversores buscan resultados en materia de igualdad de género".

Gema Sacristán es la Directora General de Negocios y miembro del Comité de Dirección de BID Invest. Anteriormente, fue la responsable de la División de Mercados Financieros del BID y formó parte del equipo que creó BID Invest. Antes de unirse al Grupo BID, trabajó 15 años en banca comercial y de inversión en Londres, Madrid y Nueva York. Forma parte del Consejo de Administración de la empresa Internet para Todos (IPT) y es miembro del Young President's Organization (YPO). Ha sido

reconocida como una de las 50 ejecutivas más destacadas de América Latina por la revista Latin Trade, y ha sido nombrada First Mover Fellow por el Instituto Aspen.

-Isabel Velarde: Fundadora & CEO de INNOVATION HUB CONSULTING® y Directora Regional de Women in Tech® para Latino

américa y El Caribe. Experta en marketing, innovación y transformación empresarial con más de 16 años de experiencia trabajando con corporaciones multinacionales de diversas industrias. Este 2021 ha sido designada como Senadora representante de Perú en la Gran Asamblea del World Business Angel



Investment Forum - WBAF y miembro del Comité Global de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) de WBAF (Turquía).

Desde inicios del 2020 brinda consultoría externa a la Oficina Regional de Voluntarios ONU para América Latina y el Caribe y mentoría al Programa de Aceleración «Female Founders» en áreas STEM para UTEC Ventures. Actualmente participa como experta en el Comité de Diseño de la Estrategia Nacional de Talento Digital de la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros de Perú.

Isabel colabora como redactora para Entrepreneur en español y es oradora sobre temas relacionados a diversidad, inclusión, igualdad de género y el cierre de la brecha de género en los campos STEM. Su misión personal es colaborar con el empoderamiento femenino a través de la adopción de nuevas tecnologías y construir un ambiente de trabajo justo y equitativo en América Latina.

Enrique Cabrera

experto en transportes y Director Ejecutivo ECS Consult

"Si comparamos nuestro desarrollo en infraestructura en América Latina lucimos bien, pero falta una mirada integral a la logística país"



La inversión en infraestructura es una herramienta muy potente que favorece el progreso de los países, además de generar un impacto transformador en materia social, impulsar la economía y las finanzas, y es un gran aliado para derrotar la pobreza. Sin embargo, Chile no ha avanzado de manera óptima e integral en esta materia en los últimos años, evidenciando la carencia de una propuesta en transportes integrada con miras a la construcción de un país desarrollado.

Así también lo considera en esta entrevista con E-negocios el experto en transportes Enrique Cabrera, Ingeniero Civil Industrial con Mención en Transporte de la Pontificia U. Católica de Chile y Director Ejecutivo ECS Consult, quien sostiene que “desde el punto de vista de la integralidad de la logística hay sectores retrasados y falta una mirada integral de país, lo que es mandatorio abordar”. Además, el experto nos cuenta dónde se deberían poner los esfuerzos para avanzar en una correcta planificación, las políticas públicas para enfrentar los grandes desafíos a nivel nacional, avanzar en un mejor desarrollo y potenciar un crecimiento sustentable, entre otros temas.

-¿Cómo se encuentra Chile en cuanto a desarrollo de infraestructura urbana, vial, portuaria, aérea y logística en comparación del resto de América Latina?

Cuando nos comparamos con América Latina, la situación luce bien para Chile. En particular, el impulso del sistema de concesiones aplicado a infraestructura vial (urbana e interurbana), a los terminales aéreos y el modelo vigente para el sector portuario generó un salto importante en la calidad y cantidad de la infraestructura. Si a esto lo complementamos con las inversiones que realiza el Estado en Metro y servicios de pasajeros de trenes, el sistema integrado de transporte público red, la situación aspecta positivamente. Sin embargo, desde el punto de vista de la integralidad de la logística hay sectores retrasados: las inversiones en el sistema ferroviario para la carga no tienen el mismo desarrollo que la inversión en vialidad y, fundamentalmente, falta una mirada integral a la logística país. Abordar esto es mandatorio.

-A pesar de los esfuerzos de los ministerios sectoriales, ¿considera que falta planificación al mediano y largo plazo?

Los distintos ministerios sectoriales desarrollan planes de mediano y largo plazo, pero en mi opinión, lo que falta es que la planificación sea más efectiva. Solo por dar algunos ejemplos, el gran problema inmediato del sector portuario son sus accesos. Esto se planifica resolver como parte de las concesiones viales, pero, ese proceso demora mucho y se mantienen cuellos de botella que limitan la competitividad. Otro caso, la infraestructura para carga (camionera y ferroviaria) debiera planificarse en conjunto y ejecutarse a ritmos comparables. Por múltiples motivos de organización del sector, eso no sucede y los cuellos de botella son evidentes limitando la productividad del modo más retrasado (ferroviario). Falta implementar un plan de conectividad ferroviaria con la industria (como lo hubo en el pasado). El sistema ferroviario de carga tiene una potencialidad enorme, pero se requiere de cambios radicales para gatillarlas. El rol del Estado en esta área es ineludible. En los países en que el sistema opera como en Chile (Europa fundamentalmente), el fisco tiene un rol fundamental en la provisión y mantención de la infraestructura, con una organización ad-hoc. Aquí estamos muy atrasados, y hay un espacio enorme para avanzar.

-En su opinión, ¿cuáles deberían ser las políticas públicas para enfrentar los grandes desafíos a nivel país, avanzar en un mejor desarrollo y potenciar un crecimiento sustentable?

Eficiencia en la cadena logística; coordinación de los actores sectoriales en forma efectiva y reducir plazos en los que se materializan los proyectos; planificación integrada entre los modos y de largo plazo; avanzar en que cada modo perciba los reales costos sociales que genera (externalidades); electromovilidad y uso de energías limpias; incorporación temprana de los efectos del cambio climático en la planeación de los proyectos.

-Qué le parece el modelo de las licitaciones de infraestructura pública, ¿considera es competitivo y que permite la libre competencia y un óptimo desarrollo de los proyectos?

El resultado ha sido efectivo, eso es indudable. Pero se podría avanzar mejor, lo cual depende de la planificación. Por ejemplo, en el año 2022 entrará en operaciones la Concesión Américo Vespucio 1 (AVO 1) entre el Salto y Príncipe de Gales, pero tendremos que esperar hasta el año 2026 para que entre en operaciones el tramo entre Príncipe de Gales y Grecia (AVO 2), lo que implica que tendremos un cuello de botella de 4 km de longitud por 4 años más.

- Considerando el actual panorama nacional, ¿cree que están las condiciones para que el país siga avanzando en grandes obras de infraestructura, o vendrá un estancamiento?

Mi deseo es que podamos seguir avanzando. Hoy, la competencia en el mundo es global. El mundo no es Chile y los capitales se mueven buscando mejores condiciones, es responsabilidad de nuestro país dar las condiciones para atraer inversiones. Si no es así, la situación se pondrá difícil. La siguiente administración del país tiene una oportunidad enorme para enfrentar estos desafíos.

-Para terminar, ¿en qué está hoy en día con su consultora ECS Consult y cuáles con sus planes al mediano y corto plazo?

Crece e Internacionalizar.



**Nos enfocamos en la
excelencia del
servicio profesional
personalizado para
proveer productos de
excelente calidad.**

Desarrollamos integración en proyectos de automatización y eléctricos (tableros) en variadas empresas que requieran optimizar un proceso o implementar algún campo nuevo de control, dentro de sus líneas de producción.



A portrait of Federico Leighton, a middle-aged man with dark hair, wearing a light blue button-down shirt. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a textured stone wall.

FEDERICO LEIGHTON

Socio Faro Consulting Group

“ESTAMOS EN UN PERÍODO DE TREMENDA POLARIZACIÓN E INCERTIDUMBRE, Y ES RAZONABLE ESPERAR PRUDENCIA POR PARTE DE LOS INVERSIONISTAS”

Federico Leighton

Ingeniero Civil Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y MBA del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT).

Federico Leighton, Ingeniero Civil Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y MBA del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), ha destacado durante su trayectoria profesional por un marcado énfasis en consultoría en estrategia, ejerciendo por más de 25 años en reconocidas organizaciones como McKinsey, Falcon y Booz & Co; y además, tiene vasta experiencia en programas de transformación en diversas industrias y geografías. Es decir, una voz autorizada en temas estratégicos empresariales y en cómo hacer frente a momentos de crisis que generan transformaciones profundas, precisamente como los que atraviesa Chile en la actualidad.

Es por eso que en esta entrevista conversamos con el socio de Socio Faro Consulting Group respecto al rol de las empresas de consultoría en tiempos convulsionados, las nuevas oportunidades de negocio e inversión en este escenario pandémico y la incertidumbre política que afecta al país, entre otros.

-¿Cuál ha sido el papel que han debido cumplir las empresas ligadas al rubro de las asesorías y consultoría en diversas áreas con sus clientes en pandemia?

Más allá de los impactos personales y sociales que la pandemia generó, ésta fue un catalizador único de múltiples cambios, de gran potencial de valor para empresas y la sociedad, muchos de los cuales ya estaban en gestación hace tiempo pero no se daban las condiciones para que maduraran, como el trabajo remoto.

En concreto, la pandemia gatilló, entre otros, cambios en los modelos comerciales y de negocios hacia plataformas digitales y omnicanalidad; cambios en costumbres y prioridades de las familias hacia actividades más centradas en las personas; cambios en modelos laborales hacia la flexibilidad, teletrabajo y emprendimiento, y disrupciones dramáticas en las cadenas de producción y logística.

Si bien el principio fue un período duro para todos, al avanzar en este proceso las empresas han buscado crecientemente apoyo para abordar los distintos desafíos enfrentados y convertirlos en oportunidades de reinversión y crecimiento, a la vez que deben luchar por mantener la continuidad operacional de sus negocios base con crecientes restricciones en términos de cadena de abastecimiento, disponibilidad de personal, condiciones sanitarias de operación, etc.

En tanto, las empresas de consultoría conjugan un sinfín de servicios y apoyo, desde tercerización de actividades, a contribuciones especializadas, a apoyos más estratégicos. Todos éstos han sido clave para apoyar la continuidad

operacional de las empresas así como para repensar los paradigmas del negocio y aprovechar las oportunidades brindadas por la pandemia para revisar profundamente los modelos de negocio y operativos y construir empresas mejor sintonizadas con las necesidades y contexto actuales, con mejor desempeño, más atractivas para sus colaboradores y con mayor aceptación social.

Es importante reconocer el aporte de consultores y otros actores que desafíen los paradigmas de las empresas y organizaciones, que abran los ojos a los problemas enfrentados y a las potenciales oportunidades, y que ayuden a movilizar a los distintos equipos hacia nuevas soluciones. Ese es justamente el rol del consultor de gestión, que aporta con una visión crítica y no sesgada, trae la experiencia de múltiples casos similares, y ayuda a convertir desafíos en oportunidades, priorizar y a asegurar ejecuciones exitosas.

La tecnología hoy nos da eficiencia, conectividad, soluciones, derriba barreas, nos da ideas.

-A su juicio, ¿cuáles son las nuevas oportunidades de negocio y las áreas más viables de inversión que se presentan en este escenario pandémico?

Definitivamente todo negocio relacionado con e-commerce. Sin embargo, es importante reconocer que, para llegar con un producto o servicio al cliente final, hay que entender tanto las necesidades como recorrer la cadena de valor en su totalidad.

Los ejercicios que hacemos en estos días en entender ¿en qué cambiaron las necesidades?, ¿cómo se pueden satisfacer de manera distintiva?, ¿dónde surgen oportunidades para construir esos nuevos negocios? Son parte del desafío.

Consumo, turismo, ocio, claramente se han convertido en oportunidades a evaluar pero también hay oportunidades en tecnología, hogar y construcción, movilización, y temas afines con una población que crecientemente está en sus hogares.

Sin embargo, mucho más profundo y transformacional son las oportunidades fantásticas que surgen a nivel de industrias menos visibles como educación y telemedicina. En este mundo interconectado, con nuevos modelos de negocio y servicio, con tecnologías de comunicación adoptadas por la sociedad, se han generado una serie de avances que, bien aprovechados, pueden marcar un antes y un después.

Finalmente, siempre están las

Es importante reconocer el aporte de consultores y otros actores que desafíen los paradigmas de las empresas y organizaciones, que abran los ojos a los problemas enfrentados y a las potenciales oportunidades, y que ayuden a movilizar a los distintos equipos hacia nuevas soluciones.

oportunidades más tradicionales de inversión generadas en las crisis, identificando empresas subvaloradas hoy en día que tengan las herramientas para recuperarse, reinventarse y volver a sus niveles de competitividad y cuyos múltiplos alcancen los niveles precisos o mayores.

-En otro ámbito y con una mirada más global, ¿por qué es tan importante que las empresas incluyan en sus operaciones programas de innovación, estrategia digital o de transformación digital?

Innovación y digitalización son probablemente el pan y agua de la supervivencia de las empresas hoy. ¿Significa que hay que botar todo lo construido y nombrar gerencias con nombres en inglés? Por supuesto que no.

Pero el desafío es más profundo y mundano de lo que parece. Es necesario innovar en productos y modelos de atención, también en procesos de diseño y producción, modelos de abastecimiento y logística, modelos de atracción y retención de talento, de trabajo, de reconocimiento. Las personas ya no se conforman sólo con un sueldo y una carrera de largo plazo. Las personas buscan hoy propósito, sentir que aportan, que pertenecen, que son valoradas. El desafío de innovación es transversal a todas las actividades que realizamos. Hoy es más valorado trabajar en un espacio compartido con la mascota al lado diseñando productos sustentables en conjunto con un equipo en Finlandia y otro en India, que hacer una carrera corporativa. Y manejar esto desde una empresa "tradicional" que quiere sumarse en esta ola también no es trivial.

¿Y qué rol juega la tecnología? Tan solo ser una habilitador y acelerador de este cambio... pero un habilitador con un impacto único y tremendo. La tecnología hoy nos da eficiencia, conectividad, soluciones, derriba barreas, nos da ideas.

Tecnología e innovación, junto a educación con infraestructura mínima, y una cultura de emprendimiento y empoderamiento, pueden mover montañas en cualquier empresa o emprendimiento. Ciertamente también en un país. El desafío es cómo partir y adquirir las capacidades básicas en conocimiento, infraestructura, experiencia.

-¿Cómo evalúa la incertidumbre política que se vive hoy en el país, de cara a las elecciones presidenciales y la elaboración de una nueva Constitución?

Claramente estamos en un período de tremenda polarización e incerteza, y es razonable esperar prudencia y algo de temor por parte de los inversionistas. Sin embargo, hay que confiar en la historia y la sabiduría de la gente, al final todos buscan calidad de vida.

Las inversiones que realmente aportan al país son las estructurales y de largo plazo, inversiones que no se deciden sólo por una elección. Con más o menos dolor, en su historia Chile ha demostrado una gran capacidad de unirse y superar crisis políticas, económicas, naturales, etc. Y en la medida que se mantenga un respeto mínimo por las instituciones, saldremos adelante de esta coyuntura también.

Es verdad que como chilenos estamos preocupados, frustrados y hasta angustiados a veces. Pero una vez volvamos a una cierta tranquilidad, los inversionistas, que les toca observar fenómenos similares o más complejos en otras geografías, retomarán su actividad en Chile.

Que hay y habrá disrupciones es claro. Pero en el largo plazo sólo nos queda tener esperanza que saldremos fortalecidos. El llamado a los inversionistas debiera ser a no empacar a la primera señal de cambio, sino de retribuir a una pequeña pero cumplidora nación que ha sido leal con sus inversionistas por décadas, respaldando estos procesos y apoyando la solución de temas tan importantes como los que hoy están en la agenda, no a través del miedo y posturas ideológicas, sino aportando su granito de arena con perspectivas, abriendo espacios de discusión, y destacando también el aporte que hacen los inversionistas y cómo éste influye en la agenda social.

Por Juan Pedro Clavel

Juan Pablo Swett

Juan Pablo Swett, presidente de la Multigremial Nacional de Emprendedores

"El día en que se entienda que la educación es igual de importante que el emprendimiento, vamos a tener un país con muchas más oportunidades"

Por Juan Pedro Clavel / Juan Andrés Sastre

El presidente de la Multigremial Nacional de Emprendedores, Juan Pablo Swett, ha trabajado durante años por las pequeñas y medianas empresas del país, y gracias a su compromiso, esfuerzo y convicción ha logrado visibilizar y poner sobre la mesa las problemáticas que día a día afectan a las pymes, lo que ha significado progresar en políticas públicas y leyes que han permitido equilibrar un poco la balanza en favor de los más pequeños.

No obstante, y a pesar de considerar que han hecho un buen trabajo, el economista de la Universidad Finis Terrae nos cuenta en entrevista con E-negocios que aún falta mucho por avanzar en desconcentración económica, acceso al financiamiento y capacitación para los emprendedores, y es enfático además en señalar que los dos mayores factores de movilidad social en Chile son la educación y el emprendimiento: "el día en que los políticos y las autoridades entiendan eso, vamos a tener un país con muchas más oportunidades", asegura. Del mismo modo, nos cuenta sobre el impacto que tuvo y tiene la pandemia en el ecosistema de emprendimiento nacional, las medidas que debe tomar el nuevo gobierno para potenciar a pymes y emprendedores, la incertidumbre política, y mucho más.

- ¿Cuál es el rol que cumple la Multigremial Nacional de Emprendedores para potenciar y fomentar las pymes de Chile?

Hemos recorrido un largo camino de casi ocho años desde que me tocó ser el primer presidente de la Asociación de Emprendedores de Chile, que después derivó en la Multigremial Nacional de Emprendedores. Cuando partió la Asech la idea era representar a un mundo que no estaba representado, generalmente veíamos a la Sofopa y la CPC discutiendo políticas públicas, paseándose por La Moneda y el Congreso, definiendo cuál sería la reforma tributaria para el país y nosotros creíamos que existía un mundo de micro y pequeñas empresas que no tenían la misma situación, capacidades ni oportunidades que las grandes empresas, y fue así como un grupo de 25 personas, entre ellos varios que éramos de Endeavor, decidimos crear algo para representar a los chicos.

Rápidamente comenzamos a tener tracción y vino la reforma tributaria de la presidenta Bachelet y ahí señalamos que no era justo que las pymes pagaran el mismo impuesto que las grandes, eso nos catapultó y nos llevó un poco a negociar. Ahí se creó el Artículo 14 TER, o 14 pyme, donde diferenciamos el impuesto de los chicos y los grandes. Luego de eso casi 200 gremios de diversos sectores a lo largo del país nos firmaron una carta para que yo los representara en el Congreso, y a raíz de eso creamos la Multigremial Nacional de Emprendedores. Hoy tenemos 198 gremios desde Arica a Punta Arenas, incluyendo Isla de Pascua, son cerca de 150.000 empresas que hemos podido mapear y más de 400.000 emprendedores, y nuestra

pega es ponerlos en el mapa político para que las políticas públicas consideren que son realidades absolutamente distintas a las grandes empresas, para pelear temas como la concentración económica, el acceso al financiamiento, y en estos ocho años hemos sacado leyes tan importantes como la Ley de Pago a 30 días, la Ley de Empresas en un Día a costo cero, la Cuenta Emprendedor en Banco Estado, y todos los artículos 14 pyme, que son regímenes distintos para las pymes para pagar impuestos, entonces en todo este tiempo hemos conseguido bastantes cosas.

Además, el hecho de que todos los candidatos políticos hablen de las pymes y traten de estar en buena con ellas y de preocuparse por ellas, habla de que hemos hecho una buena pega y visibilizado que este modelo económico no son solo los grandes empresarios, sino que hay más de 2 millones de emprendedores y que claramente es una realidad que se debe reconocer en el país.

- ¿Cómo se vio impactado el ecosistema de emprendimiento nacional con la pandemia? ¿Consideras que ya está en franca recuperación?

Es una pregunta compleja porque aún no existen muchos datos, hace un año según el Servicio de Impuestos Internos más de 100 mil empresas dejaron de facturar entre el estallido social y diciembre de 2020, el SII es muy celoso con los datos y hoy no podemos saber cuántas de esas empresas que estuvieron casi 14 meses sin facturar han vuelto a facturar este año, para saber más o menos cuántas empresas quebraron. La Ley de Quiebra

no mide cuántas pymes quiebran o cuántos emprendedores fracasan, porque el emprendedor que fracasa deja el RUT botado y no hace el trámite de quebrar, por lo que es un número que no conocemos y no conoceremos jamás, entonces, el impacto del estallido social y la pandemia aún está por verse. Efectivamente a la economía chilena se le han inyectado una gran cantidad de recursos entre los retiros, los IFE y todo lo que gastó el Estado, y parte de eso ha llegado a las micro, pequeñas y medianas empresas que se vieron beneficiados de este exceso de dinero en los bolsillos de los chilenos, pero eso también nos preocupa porque finalmente se habla que como el próximo año no estarán estas ayudas el frenazo económico será fuerte. Ahí surgirán los problemas que tienen los chicos versus los grandes, que no tienen acceso al financiamiento, altas tasas de interés para repactar o refinanciar, entonces, si bien muchas se han recuperado, no sabemos hasta el día de hoy a ciencia cierta cuántas quedaron en el camino. Además, se estima que para el último trimestre del próximo

Contrario a lo que todo el mundo cree, yo vivo de mis emprendimientos y mis negocios, el mundo gremial es un trabajo que yo hago ad honorem

año nos enfrentemos a una nueva crisis económica, por lo tanto esto está lejos de haber pasado.

- ¿Qué le parecen las medidas que tomó el Gobierno en su minuto para ir en ayuda de las pymes y emprendedores? ¿Apuntaron al camino correcto o aún falta por hacer?

El Gobierno llegó tarde con la ayuda a las pymes, pero sin cargarle la mano, ¿qué gobierno sabría a qué se estaba enfrentando? En un principio las autoridades hablaban que la pandemia duraría tres o cuatro meses, y ya estamos cerca de cumplir dos años y esto aún no se termina, con comunas retrocediendo a fase dos, lo que sigue mermando al mundo de las pymes y emprendedores. Francamente al Gobierno no se le puede juzgar frente a algo que no se había vivido jamás, pero si te diría que una de las grandes políticas públicas que trabajamos en conjunto con el Gobierno fue el Fogape



permanente, que permitió a 300 mil micro, pequeñas y medianas empresas recibir créditos equivalentes a dos o tres meses de ventas a tasa cero, tasas históricas jamás conseguidas por una pyme, además de otras ayudas como el IFE Pyme de un millón de pesos, más otros bonos a las ventas con IVA.

Esto desnudó otro problema importante en los emprendedores que es la bancarización. El hecho que una pyme tenga una cuenta corriente no es bancarización, sino que es cuando un banco cree en la pyme y le presta plata para que se la pague a mediano plazo, ahí nos dimos cuenta que los bancos no tenían bancarizado a más de 180 mil



micro, pequeñas y medianas empresas de un millón, lo que evidenció que solo el 18% de las pymes tiene acceso a los bancos. Todo esto evidenció que ningún gobierno tiene idea quiénes son las pymes, ni tiene idea dónde están los emprendedores, por lo que falta mucha información para seguir haciendo políticas públicas. El Fogape permanente puede ser una política pública enorme que pelee contra la concentración económica.

Si el próximo presidente de Chile se la juega por esta iniciativa a tasa real cero en UF garantizado por el Estado, podría significar una inyección de liquidez "sana" a las pymes que ayudaría a desconcentrar económicamente y evitaría muchas quiebras que vamos a vivir de aquí a la próxima crisis, y que efectivamente ayudaría a un trato más igual entre la banca y el mundo de los emprendedores, que siempre ha sido muy desigual, con oportunidades distintas y con tasas de interés que a veces son cinco o seis veces más altas que las de las grandes empresas.

-¿Cuáles deberían ser las medidas o políticas públicas que debiese aplicar el próximo gobierno para fomentar y potenciar el emprendimiento?

Las políticas públicas que necesitamos los emprendedores primero tienen que ver con el acceso al financiamiento y el Fogape es una respuesta concreta para que las pymes puedan acceder a recursos, que es clave para poder crecer. Lo segundo, tiene que ver con la concentración económica y de paso con la cantidad de empleo que generan las pymes. En el año 70 la participación de las pymes en el PIB de Chile era un 50% y las grandes empresas aportaban el otro 50%. En el año 90 la participación de las grandes empresas subió de un 50 a un 70% y las pymes solamente aportaban el 30% del PIB. Hoy en día, previo a la pandemia, las grandes empresas representan casi el 88% del PIB y las pymes solamente un 12%. Por otro lado, las grandes empresas le dan empleo a 4,5 millones de trabajadores, mientras que las pymes a 4 millones, por lo tanto las condiciones y la concentración económica afecta muchas veces la competitividad de las pymes que no tienen la misma

capacidad de pagar buenos sueldos, pero el aporte a la generación del empleo es casi lo mismo. Lo tercero, son políticas públicas que realmente hagan valer la Ley de Pago a 30 Días, existen muchas formas de saltársela y no hay una real conciencia de parte de las empresas de pagar a 30 días a sus proveedores y a las pymes, y eso también es una de las principales causales de quiebra que tenemos. Es un tema que tiene que hacerse cargo el Estado y la clase empresarial, ya que es algo poco ético.

Luego tenemos desafíos de capacitación y formalización, ya que cerca de más de 2 millones de emprendedores un millón es informal, que generan puestos de trabajo informales, por lo tanto ahí existe un desafío, por mencionar algunos, pero son muchos temas que hoy necesita el mundo del emprendimiento y de las pymes. El modelo económico se debe modificar para que sea más justo para todos en términos de oportunidades, con menos desigualdad empresarial, nosotros no queremos eliminarlo, los 2 millones de emprendedores que hoy existen en Chile también son parte de ese modelo, generan empleo y utilidades, por lo que debemos pelearla para que un emprendedor chico en 10 años pueda competir a una gran empresa. La idea es que cada vez eliminemos más barreras de entrada para que pueda ser más competitivo.

-¿Cómo afecta al mundo de las pymes la incertidumbre política que se vive en el país, de cara a las elecciones presidenciales y la elaboración de una nueva Constitución?

A falta de estallido social, a falta de pandemia, a falta de crisis económica tenemos otra nube en el horizonte que es la Convención Constituyente y la incertidumbre política. Creo que la primera parte de la incertidumbre, que son los programas económicos de los candidatos presidenciales, ya está bastante acotada, porque al quedar un Congreso más equilibrado en términos de fuerza, el que sea presidente tendrá que trabajar con el Parlamento para probar sus leyes, por



eso la nube más grande es la Convención Constituyente y desde ahí nosotros vemos con mucha preocupación cómo se empieza hablar de decrecimiento, lo que es fatal para una pyme. De todos modos, es muy temprano para hablar de lo que saldrá en la Constitución, personalmente yo voté apruebo pensando que debíamos darnos la oportunidad de conversar, pero hasta el momento los titulares que hemos conocido no son muy buenos y esperamos que en esto se centre un debate y se consideren todos los puntos de vista.

En lo personal como Multigremial, hemos querido tener reunión con la presidenta Loncón e intentar exponer pero no hemos tenido ninguna respuesta o confirmación. Las dudas son muy grandes y todavía está pegando muy fuerte en el mundo de las pymes y de los emprendedores, ya que del mercado de capitales se han escapado más de 70 mil millones de dólares para afuera, esa plata antes estaba dando

vueltas en nuestra economía y hoy se fue del país, por lo que hoy debemos ver cómo traemos esa plata de vuelta. La gracia de Chile era que los empresarios chilenos cuando ganaban plata la reinvertían acá mismo, ya que estaban todas las oportunidades y se confiaba en Chile, pero hoy nuestro país perdió eso, y eso es lo que debemos volver a recuperar.

-¿Qué llamado le haces a las pymes y emprendedores para salir adelante ante la inestabilidad que nos ha afectado hace casi tres años, mas el estrés político que se vive en el país?

Son varios los llamados que les hago a los emprendedores, ya que son situaciones muy distintas, hay algunos que les ha ido muy bien, que han salido adelante, y hay otros que quebraron, que están endeudados y están tratando de remar. Para los emprendedores que les ha ido bien es seguir apostando por Chile, que sigan invirtiendo acá, pero el llamado es a la cautela y ver qué pasará finalmente tras la Convención Constituyente, ver cómo quedarán redactados temas como el derecho a la propiedad o del Estado emprendedor, son temas importantes antes de volver a invertir. Por otro lado, para el emprendedor que hoy está acogotado con los bancos porque trataron de sacar sus empresas adelante y tuvo que acudir a créditos, decirles que debemos hacer fuerza juntos porque efectivamente este país tiene una deuda con el acceso al financiamiento al mundo de las pymes y emprendedores. Tenemos que ser capaces de que puedan acceder a la banca y otras entidades a tasas similares a las de las grandes empresas. A los que quebraron, decirles que de los 2 millones de chilenos que se declara emprendedor, casi el 65% está en su segundo o su tercer emprendimiento, por lo tanto fallar es

normal en el mundo del emprendimiento, y eso para los que están fallando por primera vez no es el fin del mundo, es parte del día a día y la pega del emprendedor. Y a los que están a punto de fallar y todavía están remando, el consejo es fallar rápido y fallar bien, porque a veces se falla lento y se falla mal, y eso es irrecuperable. El hecho de que se den cuenta de que el negocio ya no va o que el producto ya no se vende y que no hay forma de darlo vuelta, es mejor cerrar la cortina rápido y bien, que eso le permitirá reemprender en otro proyecto y no seguir estirando un chicle que probablemente lo va a dejar con una mochila muy pesada para poder reinventarse después.

-Para terminar, ¿qué se viene para Juan Pablo Swett en 2022?

Contrario a lo que todo el mundo cree, yo vivo de mis emprendimientos y mis negocios, el mundo gremial es un trabajo que yo hago ad honorem, le dedico el 50% de mi tiempo para tratar de pelear por las pymes y los emprendedores, es un trabajo que no tiene sueldo. Muchas veces me cuesta plata de mi bolsillo tener que viajar para ir a ver a gremios a alguna parte del país a tratar de solucionar problemas, por lo tanto vivo de mis emprendimientos. Hoy tengo cinco empresas con socios gestores, yo soy socio más pasivo pero me meto todos los días en las empresas, y estoy en el rubro de restaurantes y alimentos en el sur de Chile; tengo una empresa de inteligencia artificial en el mundo de la educación que ya está presente en 11 países y queremos entrar a Estados Unidos, a la que le dedico mucho tiempo y mucha estrategia, con lo que consolidaríamos nuestra participación que ya tenemos en Europa con operaciones en España y Portugal. También tengo participación en una empresa de recursos humanos donde hemos tenido un crecimiento muy grande este año y nos estaríamos duplicando para el próximo, por lo que tenemos un desafío no menor. Y por último, también tengo participación en una empresa en el rubro de energía, que es una patente que tenemos en 140 países para producción de energía limpia, renovable y no contaminante a través de dos compuestos químicos, y ese es otro bote con el que estamos remando porque cuando uno quiere cambiar el mundo e innovar con una patente de este tipo se debe ir levantando capital y financiando proyectos.

Por otro lado, está mi desafío emprendedor y gremial, mi vida está en Chile, vivo de mis emprendimientos en Chile, por lo tanto el tiempo que le dedico a la Multigremial y hacer políticas públicas pro emprendimiento es para intentar tener un país con más oportunidades a los emprendedores como ninguno en todo Latinoamérica. Claramente es un país que tenemos que cuidar, corregir y arreglar en muchos temas, pero no debemos botarlo a la basura ni incendiar el modelo económico, ya que es una oportunidad de crecimiento y poder salir adelante para mucha gente. Los dos mayores factores de movilidad social en Chile son la educación y el emprendimiento, porque son las únicas dos cosas que pueden sacar a un niño del quintil más pobre y llevarlo al más rico. El día en que este país, sus políticos y sus autoridades entiendan que la educación es igual de importante que el emprendimiento vamos a tener un país con muchas más oportunidades.





ÚNETE A LAS **BUENAS** **PRÁCTICAS** EMPRESARIALES

¡Hazte socio
de la AMDD!



 amddchile.com

AMDD

ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO Y DIGITAL DE CHILE



Andrea Rojas Van Dyck

Gerente General de la
Cámara Chileno India de
Comercio

Por Juan Pedro Clavel

“Uno de nuestros focos
será apoyar e incentivar
a exportadores chilenos
a entrar al mercado de
la India”

Reconocida como una impulsora del liderazgo femenino, Andrea Rojas Van Dyck se ha desempeñado por años en el mundo empresarial, abriendo camino a otras mujeres en el mundo de las finanzas y los negocios. Fue Gerenta Ejecutiva de la Cámara Chileno Belgo Luxemburguesa de Comercio, lideró la Presidencia de Eurocámaras Chile y actualmente se desempeña como Gerente General de la Cámara Chileno India de Comercio, entidad que actúa como ente conector entre ambos mercados y que tiene objetivo como principal facilitar las relaciones comerciales entre Chile e India. Además, es representante del Comité Internacional de la Cámara Nacional de Comercio.

En esta entrevista con E-negocios, conversamos en extenso con Rojas Van Dyck sobre varios temas, como su trabajo en la Cámara, el apoyo que prestan a sus socios, los productos y servicios indios que se comercializan en el mercado chileno, la ayuda que prestan a los empresarios chilenos para exportar sus productos y los futuros proyectos de Camindia con el nuevo embajador, Subrata Bhattacharjee, entre otros temas.

¿Cuál es la principal función que cumple la Cámara Chileno India de Comercio?

Camindia actúa como ente conector entre ambos mercados, contando con el propósito principal de facilitar las relaciones comerciales entre Chile e India, promoviendo nuevas oportunidades de negocios a través de servicios especializados para nuestros asociados. Dentro del apoyo que ofrecemos se encuentra la búsqueda de potenciales proveedores, compradores y contrapartes comerciales, generación de exposición de marca mediante colaboración con nuestros Media Partners, representación nacional e internacional, generación de networking, reuniones B2B entre autoridades, partners estratégicos, empresas socias y de interés.

Por otra parte, también organizamos eventos que normalmente tienen lugar en forma presencial, pero debido a la pandemia se han realizado de manera virtual, tales como mesas redondas con expertos, charlas informativas, webinars, participación en ferias comerciales internacionales, entre otros. El trabajo con nuestras empresas es personalizado, ya que cada una de ellas tiene necesidades y prioridades distintas, por lo que en conjunto creamos un plan de acción estratégico que va en línea a sus requerimientos y objetivos.

► Reconocida como una impulsora del liderazgo femenino, Andrea Rojas Van Dyck fue Gerenta Ejecutiva de la Cámara Chileno Belgo Luxemburguesa de Comercio, lideró la Presidencia de Eurocámaras Chile.

-¿Cuáles son los rubros que abarca esta promoción y apoyo?

En estos momentos contamos con más de 40 empresas socias de diversos rubros, dentro de las cuales, la mayoría son importadores de productos o servicios de la India. Además, contamos con empresas indias con representación en Chile y cada vez se están sumando más compañías interesadas en exportar al país asiático. Dentro de los sectores principales con los cuales trabajamos se encuentran el automotriz, farmacéutico, retail, tecnológico, logístico, entre otros.

-En la misma línea, ¿cuáles son los productos o servicios más requeridos por el comercio chileno y lo que Chile exporta al mercado indio?

En cuanto a la importación de India a Chile, dentro de los principales productos se encuentran automóviles, medicamentos, textiles, productos de algodón y cuero, partes de autos y maquinarias, entre otros. Respecto a la exportación desde Chile, está enfocada en la minería, principalmente cobre, yodo y molibdeno; y el sector agroalimentario, donde los productos más exportados son las manzanas, kiwis, berries y frutos secos, siendo la nuez el producto principal. Ambos países comparten una visión en común a futuro en el ámbito de energías renovables, economía digital, construcción e infraestructura, transporte eléctrico, innovación, entre otros.

-En el caso de que un empresario chileno quiera hacer intercambio comercial o bien exportar sus productos, ¿cuál es el procedimiento?

En el caso de asociarse a nuestra Cámara de Comercio, en primer lugar organizamos una primera reunión para conocernos y entender bien sus necesidades, en base a lo conversado hacemos un plan de trabajo individualizado.

Trabajamos de la mano de diversas entidades que nos apoyan en la búsqueda de contrapartes comerciales tanto en Chile como en India. Contamos con el apoyo de la Embajada de Chile, ProChile, InvestIndia, Confederation of Indian Industry (CII), Indian Chamber of Food and Agriculture (ICFA), Global Food Retail Network (GFRN), The Associated Chambers of Commerce of India (ASSOCHAM), Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI), Indian Chamber of International Business (ICIB), Indian Importers Chambers of Commerce and Industry (IICCI), Pharmaceutical Export Promotion Council of India (Pharmexil), entre otros.

En Chile contamos con el apoyo de instituciones gubernamentales tales como la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, InvestChile, ProChile y Corfo. Participamos activamente como socios de la Cámara Nacional de Comercio y contamos con un convenio de colaboración con la Fundación Chilena del Pacífico y la Cámara Minera de Chile.

En cuanto a importación, las entidades mencionadas y cámaras de comercio locales nos apoyan con la búsqueda de proveedores directos para luego gestionar reuniones B2B, y otra opción sería mediante nuestro colaborador FBA – Federation of Buying Agents of India, quienes además ayudan con control de calidad, tours virtuales de fábricas, consolidación de containers, etc.

-Con la llegada de un nuevo embajador de India en Chile, ¿tienen planes de trabajo en conjunto con la Embajada?

Es un gusto poder afirmar que junto a la Embajada de India en Chile hemos tenido una excelente colaboración durante los últimos años, las cuales se ha ido reforzando. Miramos con entusiasmo la llegada del Embajador Subrata Bhattacharjee.

Chile y la India cuentan con más de 70 años de relaciones bilaterales, habiendo firmado en el año 2004 un Acuerdo de Alcance Parcial el cual fue actualizado en el 2017, demostrando el interés de ambos países por seguir estrechando vínculos comerciales, siendo India el doceavo partner económico para Chile.

Por parte del Ministerio de Relaciones Internacionales, han anunciado que India es actualmente uno de sus principales puntos estratégicos a desarrollar a nivel de política exterior, buscando fortificar las relaciones bilaterales desde el punto de vista comercial, económico y político.

El Acuerdo de Alcance Parcial con India otorga 2.099 preferencias arancelarias a productos indios, mientras que India a 1.110 productos chilenos, buscando llegar a un total de 10.000.

-Sobre cultura, ¿qué acciones realizan para promover la cultura india en Chile?

India tiene una cultura excepcional y especial, siendo ésta muy diversa en cuanto a etnia y religión, fusionando riqueza y pobreza, siendo India el país con la mayor democracia del mundo y contando con un alto nivel de educación, sobre todo en lo tecnológico y lo científico. Además, cuenta con una arquitectura con raíces en su historia, cultura y religión, con diversos estilos desde templos hindúes contrastado con arquitectura indoislámica.

Cómo Camindia buscamos transmitir y promover la cultura mediante comunicaciones directas, redes sociales y eventos, pero es sin duda la Embajada de India en Chile quienes organizan con frecuencia encuentros culturales y artísticos de alto nivel.

-¿Cuáles son las futuras actividades o proyecciones de Camindia para el 2022?

La relación comercial entre Chile e India se basa principalmente en importación de productos y servicios, por lo que uno de nuestros focos será el de apoyar e incentivar a exportadores chilenos a entrar al mercado de la India, ya que hay un interés creciente, pero a su vez un freno al ser un mercado más desconocido, lejano y en pleno desarrollo. Potenciaremos e informaremos sobre la campaña "Make in India", iniciativa creada por su gobierno, la cual busca posicionar a India como país manufacturero, incentivando la llegada de nuevas inversiones dedicadas a la fabricación de productos.

Para nosotros es muy importante continuar con la intervención en conjunto con las autoridades para la ampliación del Acuerdo de Alcance Parcial, y del recién logrado acuerdo de doble tributación.

¡Todo lo que
desees de India
lo tenemos
y si no....
te lo traemos!

T O D A
India
EN UN **SOLO LUGAR**

Nuestra idea es
**compartir con los
chilenos** un poco de
nuestra cultura a
través de lo que
vendemos.

Nacemos bajo la unión de dos
grandes marcas fundadas por
Mohan Kundandas Soni que, por
más de 30 años han logrado
impulsar la economía local.
Fabricantes directos de textiles
deco hogar y aromáticos

Jai Gurudev y **Aarshiward** son las
empresas que sostienen este
proyecto y en el que se procura
trabajar con profesionalismo,
cercanía y amor.

www.indiaenchile.cl


Aashirwad - Jai Gurudev

Aashirwad

📍 Salvador Sanfuentes 2724
📞 226 89 12 17

Jai Gurudev

📍 Unión Latinoamericana 36
📞 226 89 82 58

✉ **Correo contacto** Ventas@indiaenchile.cl



Prescripción Tributaria, una forma de extinguir una deuda fiscal

Por Claudio Vernal, CVN Asesorías Contables y Tributarias Spa

En nuestro estudio CVN Asesorías Contables y Tributarias Spa, hemos recibido numerosas consultas a raíz de los difíciles momentos económicos que pasan muchas empresas afectadas por deudas tributarias, por lo que creemos necesario abordar el tema con el fin de dar a conocer los beneficios que consagra nuestra legislación tributaria.

CVN Asesorías Contables y Tributarias Spa
www.cvn-asesorias.cl
[mail:contacto@cvn-asesorias.cl](mailto:contacto@cvn-asesorias.cl)

¿Qué es la prescripción del cobro de una deuda fiscal?

Es la extinción de la deuda de impuestos por el transcurso del tiempo. En efecto, el Código Tributario en su art. 200 y 201 consagra dos estados: el primero referido a la facultad del SII para fiscalizar y revisar cualquier deficiencia, y liquidar o girar impuestos dentro de tres años contados desde la expiración del plazo legal que debió haberse hecho el pago, pudiendo extender a 6 años si no se presentó la declaración o la que presentó es maliciosamente falsa. En cambio, el Art. 201 del Código Tributario, hace referencia del plazo que tiene el fisco para perseguir el cobro. Ambas prescripciones señaladas en Art. 200 y 201 del Código Tributario corren paralelamente.

¿Cuáles son los plazos de prescripción de una deuda tributaria?

Al respecto, el Art. 201 del Código Tributario nos señala que el plazo que tiene el Fisco para perseguir una acción de cobro es de 3 años. No obstante, ello además señala que este plazo puede verse interrumpido si: (a) El contribuyente reconoce la deuda: en este caso dará inicio a un nuevo plazo de 5 años de prescripción desde la fecha de reconocimiento. (b) Si el SII notifica al contribuyente de un giro: en este caso dará inicio a un nuevo plazo de prescripción de 3 años.

Desde la fecha de notificación y: (c) si existe un requerimiento judicial, en este caso no surge un nuevo plazo y estará delimitado por la acción de abandono del procedimiento de parte del Fisco, en, este caso de la Tesorería General de la República.

En la práctica, la prescripción no opera por defecto, es el deudor quien debe oponerse cuando sea notificado de la acción de cobro por parte de Tesorería y cuyo plazo es de 10 días desde la fecha de notificación. Ahora bien, si el Fisco no ha ejercido su acción de cobro en los plazos legales y han pasado los años, el deudor podrá alegar el Decaimiento Administrativo, que es un recurso judicial donde puede solicitar la inacción de Fisco ante un Juez de la República y con ello solicitar la prescripción de la deuda.

Cómo vemos nuestra legislación tributaria contiene normas precisas a favor de los contribuyentes, y donde castiga al Estado por su inacción. El imperio de la Ley nos indica que a nadie se le puede cobrar de por vida deudas donde el acreedor no ejerció su derecho, para ello hay límites.

Magdalena Díaz Le-Fort

Gerenta General Asociación de Empresas Familiares (AEF)

Por Juan Pedro Clavel

"Si bien la crisis nos afectó, también generó impactos positivos como la aceleración digital y sucesión familiar"

La Asociación de Empresas Familiares (AEF) es una organización sin fines de lucro que busca preservar el legado familiar y promover el desarrollo, crecimiento y competitividad de este tipo de compañías en Chile, además de ser un motor de desarrollo y empleo. En la actualidad, según cuenta Magdalena Díaz Le-Fort, Gerenta General de la AEF, si bien la pandemia los ha afectado en sus ingresos, logística y productividad, "también nos ha generado impactos positivos como la aceleración digital y sucesión familiar". En este contexto, la Máster en Desarrollo Económico Latinoamericano de la U. de Salamanca nos cuenta en esta entrevista sus apreciaciones respecto a la actualidad de las empresas familiares, sus proyecciones financieras y la participación laboral y empresarial femenina.

-¿Cómo se han visto impactadas las empresas familiares con la pandemia y crisis económica?

Tal como lo muestran los resultados de la encuesta de percepción que aplicamos recientemente a nuestros socios, si bien este tema nos afectó con caídas en ingresos, problemas logísticos y productividad, la coyuntura también ha generado impactos positivos. Por ejemplo, 2 de cada 3 consultados reconocieron una aceleración de la transformación digital en sus compañías, mientras que un 47% cree que ha servido para la adaptabilidad y el mejor desempeño de equipos. Además, el escenario pandémico impulsó a los miembros de la familia a involucrarse más activamente en la gestión de la empresa, lo que se ve reflejado en que 1 de cada 3 entrevistados afirmó que aceleró la sucesión familiar. El 29%, en tanto, planteó que la actual situación sanitaria facilitó el ingreso de las nuevas generaciones al gobierno corporativo de sus compañías.

-¿Cuáles son tus proyecciones al corto y mediano plazo de la economía nacional?

La economía chilena se ha ido recuperando en forma acelerada -salvo el empleo, que aún muestra un rezago preocupante- y esperamos que este año el crecimiento de Chile esté en torno

al 8%. Estos resultados, que perfilan a nuestro país como uno de los con mayor crecimiento en la región, están influidos por una baja base de comparación -la economía retrocedió 6,5% en 2020-, así como una fuerte inyección de liquidez producto de los generosos paquetes de estímulo fiscal y los sucesivos retiros de las AFP. Todo lo anterior ha apuntalado con fuerza al consumo, que podría expandirse este año a una tasa histórica de 13%. Sin embargo, este crecimiento acelerado en el corto plazo no cambia en nada la trayectoria de expansión de la economía en el mediano plazo, que ya exhibía previo a la crisis una ralentización. Esperamos un crecimiento para 2022 entre 2% y 3% y entorno a ese rango para los años posteriores.

-En otro tema, ¿cómo ves el panorama nacional respecto a la participación de mujeres en el mundo laboral? ¿Sigue existiendo una brecha muy grande en Chile?

Veo con satisfacción que las mujeres estén cada vez ocupando posiciones de mayor responsabilidad en la Alta Dirección empresarial. Sin embargo, aún queda mucho por avanzar, pues aún las mujeres en posiciones de Alta Dirección solo representan un 17%. Las empresas familiares dan un ejemplo al respecto, pues en estas organizaciones la cifra

aumenta considerablemente, llegando al 30%. La brecha la superaremos en Chile no solo cuando tengamos una paridad natural y no forzada entre las posiciones de alta gerencia y dirección empresarial entre hombres y mujeres, sino que también cuando seamos remunerados de la misma forma y ambos géneros accedan a los beneficios de la licencia de maternidad sin sesgo alguno.

-¿Cree que se está haciendo un buen trabajo en cuanto a políticas públicas para empoderar a la mujer y potenciar su participación en campo laboral?

La creación del Ministerio de la Mujer ha sido un gran incentivo para fortalecer el rol de la mujer en el mercado laboral y esta pandemia lo ha demostrado con creces, en la importancia de incorporar a las mujeres en los directorios de las empresas. Informes demuestran que la incorporación de sabiduría y gestión femenina en la Alta Dirección dota a las empresas de mayor eficiencia económica, incorpora distintas visiones necesarias en un mundo cambiante y suma una mayor capacidad para resolver conflictos y escuchar a las contrapartes en escenarios de negociación.



www.kowski.cl/



Kowski es una empresa última milla enfocada en la electromovilidad, proambiente y que busca disminuir la huella de Carbono.

Por Ignacio López

Hace dos años nos vimos envueltos en una realidad que muchos jamás habían pensado y que no olvidaremos... "La Pandemia". Esto nos llevó a dar un vuelco a nuestra realidad cotidiana en donde los confinamientos, aforos y contagios, cada día iban en aumento.

La era digital nos forzó a poner en ejecución muchas herramientas de las cuales no teníamos idea que existían y que tuvimos que adaptarnos a ellas. Es así como una de las necesidades básicas para poder vivir tuvo un vuelco inesperado... ¡El supermercado y la mercadería en casa!

A raíz de esto nacieron muchas aplicaciones y start up que nos ayudaron e hicieron fácil el no poder salir y que tus alimentos pudieran ser compradas en línea o aplicaciones y llegaran a tu casa con sólo un pago.

Una de las exitosas empresas y sistemas de logística que hoy lideran el mercado, especialmente con la cadena JUMBO (una de las más grandes en el país), es la empresa Kowski, empresa familiar que ayudó a que todos pudiesen acceder a estos productos sin la posibilidad de asistir a buscarlos, sino que en la comodidad de tu hogar. Hoy cuentan con 15 puntos logísticos o centros de repartos en diferentes zonas del país

La compañía se ha diferenciado por dos cosas, ser una de las empresas más grandes del mercado en cuanto a logística y distribución; y otra porque se preocupan mucho de la huella de carbono, electromovilidad y el ambiente; con carros eléctricos que ayudan a que la contaminación sea ínfima. (sostenibilidad)

Para mayor información
j.zamora@kowski.cl - contacto@kowski.cl
www.kowski.cl / +56952565554



Conversamos con Jonathan y Cristopher Zamora, dueños, hermanos y creadores de la empresa familiar Kowski, y esto fue lo que nos contaron

- ¿Qué es Kowski?

Kowski es una empresa última milla enfocada en la electromovilidad, específicamente con carritos eléctricos, que buscan dar un servicio de alta calidad, proambiente que contribuye a reducir la huella de carbono de nuestros clientes.

- ¿Qué los inspiró a formar una empresa en plena pandemia?

Con la crisis que vivimos en Chile en 2019, vimos una oportunidad. Nos dimos cuenta de la clara necesidad de los clientes de acceder a productos de primera necesidad en momentos complicados, cuando la adquisición de

productos no era tan fácil como solía serlo, con esto en mente y basados en la fuerte convicción que tenemos de ayudar al planeta comenzamos a forjar este proyecto. Posteriormente, la pandemia nos ayudó a enfocarnos y potenciarnos como empresa, la gente comenzó a ver nuestra marca en las calles y la entrega de un servicio de calidad nos garantizó el crecimiento. Empezamos con un solo centro de reparto, hoy tenemos 15 y seguimos creciendo.

- ¿Qué sucursales tiene la empresa?

El modelo con el que trabajamos no cuenta con sucursales, tenemos clientes a quienes le prestamos servicios y debido a la naturaleza del negocio, usamos sus locales como base de reparto. Los clientes con los que actualmente trabajamos son Cencosud, con sus marcas Jumbo, Santa Isabel y Spid 35; Cornershop y Parque Arauco. Estamos en constante contacto con otras marcas y empresas, pero siempre enfocados en entregar el mejor servicio para el cliente final.

- ¿Qué opinan que hoy todo o la mayoría sea delivery?

Lo vemos como algo positivo. Creemos que el mercado está cambiando, la forma de comprar hoy es diferente a lo que era ayer. Demuestra que el país se está modernizando, hoy los clientes buscan manejar el tiempo de mejor manera, no



están dispuestos a pasarse horas en el tráfico para ir al supermercado a comprar su mercadería, y prefieren usar ese tiempo para pasarlo con sus familias. Nuestro objetivo es ayudar a las personas a lograr esto, hacerles la vida más fácil a todos aquellos que así lo quieran.

- ¿Cómo es la logística de Kowski?

La logística es más compleja de lo que parece, pero básicamente, nosotros recibimos el pedido desde la tienda, con boleta y listo para ser repartido, y lo que nosotros hacemos entonces es despacharlo al cliente final en el mínimo tiempo posible. Hacemos despachos de productos de supermercado y retail en general. Una vez que nuestros drivers entregan el pedido al cliente final, este debe realizar un cuestionario de evaluación para certificar que su pedido fue entregado con éxito.

- ¿Cuál es el valor agregado o diferenciador de su competencia?

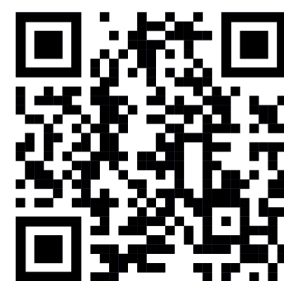
Nuestra diferenciación es que partimos con un proyecto innovador: los carros eléctricos. Estos carritos en primera instancia generaron un impacto visual, al ser los únicos en su estilo que son usados en Chile, pero también generan un impacto medioambiental, algo que muchos clientes hoy en día tienen en cuenta al realizar sus compras. Gracias a nuestro servicio, nuestros clientes logran reducir su huella de carbono, además de mejorar la eficiencia y eficacia en la entrega de compras en línea.

- ¿Qué se viene para kowski 2022? ¿Opciones de internacionalizar?

Tenemos varios proyectos nuevos dentro de Chile para el próximo año; así como también algunos proyectos internacionales en Perú y Colombia. La idea es expandir nuestras flotas eléctricas tanto en Chile como en el exterior y generar un impacto similar al que hemos generado aquí en Chile.

SIGAMOS EN LA RUTA DE LA PROTECCIÓN DEL PLANETA

HQ
TIRES & ACCESORIES



**HQ Group kilómetros de experiencia en seguridad,
rendimiento y cuidado del medio ambiente.**

En nuestros neumáticos para camiones y buses encontrarás la mejor respuesta a tus necesidades de rendimiento y optimización para las distintas rutas de tu negocio.



WWW.HQGROUP.CL



[HQ GROUP](#)



[HQGROUP.CL](#)



[HQ GROUP](#)

Joaquín Munita y su emprendimiento de Billie Gin

Por Lidia Mateluna

“Vimos que la concentración en la producción de cerveza era muy grande por eso decidimos crear un Gin”

Joaquín Munita y Nicolás Sáenz son ingenieros comerciales y fueron compañeros de trabajo en una conocida empresa de factoring. Lo que ellos nunca imaginaron, es que harían negocios, se transformarían en socios y que su gusto por el gin los llevaría a producir este conocido destilado holandés y posteriormente a comercializarlo. En concreto, renunciaron a sus trabajos para dedicarse por completo a “Billie Gin”.

Conversamos con Joaquín Munita sobre este interesante emprendimiento, quien nos contó sobre los inicios y motivaciones de esta empresa, el sello que los caracteriza, su proceso de fabricación, la cadena de distribución y sus proyecciones del venta para el 2022.

-¿Cómo surgió la idea de crear Billie Gin?

De dos amigos, compañeros de trabajo en un banco que decidieron emprender con un gin distintivo a todo nivel. Veíamos que se estaba generando el mismo fenómeno de la cerveza artesanal, en cuanto a la concentración de mercado, y es por eso que creímos que podía ser una buena oportunidad, siempre y cuando entráramos con una marca sólida y diferente en respecto contenido.

-¿Cuál es el sello característico de este gin y su público objetivo?

Los procesos de producción de Billie Gin hacen una diferencia con una disminución del retrogusto alcohólico que deja un trago preparado. Esto se fue desarrollando en base a prueba y error durante más de un año y medio, en donde hubo involucrados, más de 40 blind tests y enólogos. El otro punto importante es la marca, es que decidimos desarrollar un personaje (Billie), que viene a desmitificar la procedencia inglesa del gin. Billie fue asesinado por la envidia de sus compañeros, porque él tenía la fórmula perfecta de Ginebra y nosotros queremos revivir ese espíritu, por eso el slogan "Release The Spirit", aludiendo también a las bebidas espirituosas.

Nuestro público es aquella persona que quiera probar una experiencia nueva, sofisticada y con espíritu.

En este momento contamos con una página web (billiegin.cl), la cual está conectada internamente a una plataforma de delivery

-¿Cómo es el proceso de fabricación de este gin chileno?

En primer lugar, partimos desarrollando la fórmula en la casa, con un alambique de cobre de 10 litros, y para esto dejamos macerando los botánicos con sus respectivas ponderaciones en agua con alcohol durante 48 horas. Luego de esto, se pasa a la etapa de destilación en donde este líquido se pasa al alambique para ser calentado y extraer el espíritu de los botánicos seleccionados. A partir de este punto, pasamos a la siguiente etapa de reposado, la cual dura un mes en nuestro caso. Pasado el mes de reposo, viene a la etapa final de embotellado, etiquetado, sellado y posterior distribución del producto terminado.

-¿Dónde se puede adquirir y cuál es su distribución?

El lanzamiento oficial de Billie Gin fue el 21 de octubre del 2021, es por esto que nos encontramos en permanente búsqueda de nuevos lugares, en donde se pueda vender nuestro gin, ya sean distribuidoras

Joaquín Munita y Nicolás Sáenz son ingenieros comerciales y fueron compañeros de trabajo en una conocida empresa de factoring.



delivery, bares, restaurantes y minimarkets.

En este momento contamos con una página web (billiegin.cl), la cual está conectada internamente a una plataforma de delivery, que nos presta el servicio de distribución para las personas naturales y empresas que nos compren. Lo bueno de este servicio, es que nos permite ir a distintas regiones de Chile (incluyendo la RM) a buscar los locales con más estilo y que nos parezcan adecuados para la marca, sin perder tiempo después en el reparto. Ponemos el esfuerzo netamente en lo comercial, es decir, mostrarles el producto, capacitarlos respecto a nuestras formas de preparación y exposición de marca.

Actualmente tenemos presencia en distribuidoras y botillerías de la RM y, por otra parte, en Linares, donde estamos en dos bares clásicos y con alta afluencia de gente. Por último, estamos revisando la posibilidad de entrar a minimarkets con un enfoque fuerte en el emprendimiento nacional y artesanal, en donde tenemos puestas algunas fichas, que esperamos luego tener novedades de aquello.

-¿Cómo se ha comportado el mercado desde su lanzamiento?

Hemos tenido un gran recibimiento por parte de nuestros clientes. Aunque estamos recién partiendo, los comentarios por parte de los consumidores han sido excelentes, lo que se ha traducido en recompra y eso nos tiene muy contentos, porque el boca a boca y los esfuerzos de marketing que estamos realizando, nos ha dado la motivación y seguridad de que nuestro producto está a un gran nivel en el

mercado nacional. Ahora queda seguir esforzándose en la parte comercial del negocio, seguir visitando los lugares que creemos que van mejor con nuestra marca y, de esta manera, generar una situación win-win con nuestros clientes, en cuanto a publicidad.

-¿Cuáles son las proyecciones de la marca para el 2022?

Hay mucha incertidumbre en el mercado nacional dada la pandemia y los cambios político-económicos que se puedan dar a inicios del 2022, por lo que no es fácil dar proyecciones realistas, tomando en cuenta además que llevamos poco tiempo desde nuestro lanzamiento. Pero con la información que manejamos actualmente y la disposición de hacer crecer este negocio, nuestro trabajo estará enfocado en estar en todos los distribuidores grandes de delivery de alcohol, que es donde podemos alcanzar nuestros volúmenes esperados de venta, ya que es el principal canal a los consumidores finales en la categoría de alcoholes. Por otra parte, en bares, distribuidoras y restaurantes con sello propio, ya sea en Santiago o en regiones, en donde también estamos permanentemente investigando para llegar a los mejores lugares, y de esta forma alcanzar seis u ocho locales por región, que nos ayuden a la venta y promoción de Billie. Con estos factores a nuestro favor, llegaríamos a la meta para el segundo semestre del 2022, a repartir alrededor de 2.000 botellas mensuales y, luego de esto, reevaluar la información para poder seguir creciendo de manera orgánica.



Gabriela Salvador

Directora ejecutiva de Vantrust Capital y flamante integrante del G100

Por Juan Pedro Clavel

"Me pongo a disposición para ayudar a las mujeres a surgir, ser su mejor versión y alcanzar sus metas"

En sus 30 de carrera profesional, Gabriela Salvador tiene méritos de sobra para haber sido elegida entre las 100 mujeres líderes más influyentes del mundo en junio pasado por la Women Economic Forum, reconocimiento que comparte con premios Nobel, líderes políticas de diversas nacionalidades y ejecutivas de algunas de las empresas más grandes del mundo. Es fundadora y directora ejecutiva de VanTrust Capital -corredora de bolsa y administradora de fondos-, presidenta de Red América Conecta, vicepresidenta de la fundación ChileConverge, ex Consejera de la Asech y ha gerenciado 25 empresas de la banca.

Sin embargo, la ingeniera comercial de la U. de Chile recibió con humildad y asombro su ingreso al selecto grupo del G100 y lo asume como un nuevo desafío en su vida y una gran responsabilidad para seguir trabajando por y para las mujeres chilenas. "Quiero ser un ejemplo para las mujeres, pero también ayudarlas en todo lo que sea posible, por lo que hoy me pongo a disposición para ayudar a las mujeres a surgir, ser la mejor versión de ellas mismas y alcanzar todas sus metas", asegura. Además, la ejecutiva nos cuenta en entrevista su visión sobre el impacto de la pandemia y la crisis económica en las inversiones, la incertidumbre que genera en el sector financiero el proceso constituyente y sus sensaciones más profundas luego de ser reconocida por el Women Economic Forum.

-¿Cómo se ha visto impactado el sector de las inversiones de capital en el país con la pandemia y la crisis económica? ¿Considera que ya están en franca recuperación?

Para responder esta pregunta es necesario tener claro que el Capex (neto de depreciación) venía descendiendo desde el 2013. Esto tiene relación con la pérdida de la capacidad de crecimiento que ha venido mostrando nuestra economía, el rendimiento de capital y del trabajo ya no es suficiente. La productividad se ha vuelto algo imprescindible para seguir avanzando. Con la pandemia, lo que ha sucedido es que las decisiones de inversión se han postergado, a la espera de un nuevo "rayado de cancha" (constitución nueva),

clave a la hora de invertir en el largo plazo. Estas inversiones son las que realmente importan por los efectos en empleo, actividad y confianza que implican. Hoy, con los efectos de la pandemia, lo que se ha podido observar es una amplitud en los flujos de caja de las compañías. Pero con el aún frágil escenario de predictibilidad y las desconfianzas en la auto sustentabilidad del modelo económico, esos excesos de caja se están repartiendo a los accionistas vía estrategias de distribución de capital (dividendos, recompras de acciones, etc.). La inversión está solo dirigida a las mantenciones regulares de los activos. No visualizo aún una recuperación, no sin antes esclarecer el tema de la nueva constitución. Finalmente, de acuerdo al catastro de inversión de la CChC,

se necesita invertir cerca de USD 175 mil millones de cara al 2027, en varios sectores de la economía para fomentar el desarrollo y la eficiencia país, cosa que aún no se lleva a cabo.

¿Cómo evalúa la incertidumbre política que se vive hoy en el país y su efecto en las inversiones y la economía nacional en el mediano plazo?

La gente está esperando a ver qué va a pasar con la nueva constitución antes de comenzar a invertir en grandes proyectos. Sin eso no se sienten seguros ni con la estabilidad necesaria para hacer grandes inversiones que luego pueden caer. Estas inversiones serían una gran fuente de trabajo, cosa que hoy falta en el país más que nunca. La incertidumbre por la nueva Constitución viene acompañada con la carrera presidencial de este año, la parlamentaria y con un sesgo hacia lo social, que inhibe pensar en un próximo gobierno disciplinado con el gasto y el endeudamiento.

-En junio ingresó al selecto grupo del G100, promovido por la Women Economic Forum y que reúne a premios Nobel y exjefas de Estado, ¿cómo toma este reconocimiento tan importante a nivel mundial?

La verdad es que yo aún no me lo creo, es un poco surrealista. Agradezco de corazón a todas las personas que me han ayudado a llegar hasta acá, pero si bien estoy muy contenta también estoy consciente de la tremenda responsabilidad que esto implica, ya que espero no solamente aprender, sino que también ser capaz de aportar desde este puesto. Considero importante recalcar que todo esto ocurrió desde una sala en mi casa con mi computador al frente, y nunca pensé que fuera posible. Hoy me tomo este reconocimiento con toda la gratitud y como un impulso a seguir trabajando para y por las mujeres de este país.

-¿Considera que este reconocimiento puede ser un ejemplo para otras mujeres del país a seguir adelante con sus proyectos?

Totalmente. Creo que este reconocimiento es un ejemplo para las mujeres no solamente de seguir adelante con sus proyectos, sino que también de animarse a hacer cosas que muchas veces les dan miedo. Nunca me imaginé donde estoy ahora, era una mujer de banco, con un trabajo de oficina, no me veía siendo un ejemplo fuera del círculo donde me movía. Hoy me di cuenta del potencial que tenía y quiero que con eso se queden las personas, con que realmente nadie sabe el potencial que tenemos hasta que nos encontramos.

A portrait of Laura Chicurel, a woman with long blonde hair, wearing a dark sleeveless top and a necklace with a circular pendant. She is sitting in a chair, looking directly at the camera.

Por Juan Pedro Clavel

Laura Chicurel

Experta en innovación y CEO de Innova360

“Esta pandemia ha impulsado, de una forma exponencial, la necesidad de integrar nuevas tecnologías en todas las industrias”

El Covid-19 ha replanteado la forma de ver y vivir el mundo, lo que ha significado un complejo presente e innumerables desafíos para muchas industrias. Pero, al mismo tiempo, ha traído consigo grandes oportunidades para diversos sectores ligados al rubro de la innovación y tecnología. Así también lo considera Laura Chicurel, experta en innovación y CEO de Innova360, quien asegura que la crisis “ha impulsado de una forma exponencial la necesidad de integrar nuevas tecnologías en todas las industrias, por lo que quienes no aborden dichos cambios, pueden rápidamente perder cuota de mercado y hasta desaparecer”. En esta entrevista, la emprendedora internacional aborda la actualidad e impacto que ha tenido esta pandemia en el ecosistema de emprendimiento e innovación nacional, el gran momento que atraviesan startups locales a nivel mundial, la participación de mujeres en el mundo de la tecnología y el apoyo de políticas públicas a la innovación local.

-¿Cómo se ha visto impactado el ecosistema de emprendimiento e innovación nacional con esta pandemia?

Ha impulsado de una forma exponencial la necesidad de integrar nuevas tecnologías en todas las industrias. Las grandes empresas se han tenido que adaptar a las nuevas necesidades del mercado, crear nuevos mecanismos de producción eficiente, nuevos canales de distribución, contacto mediante diferentes canales con clientes cada vez más demandantes, entre otros. Es un proceso que las empresas venían lentamente planificando, sin embargo, la pandemia a acelerado la necesidad, mostrando de esta forma que las empresas que no están preparadas para abordar dichos cambios e incorporar nuevas soluciones en sus procesos pueden rápidamente perder cuota de mercado y hasta desaparecer. Esto representa una oportunidad en Chile, abriendo la puerta a la incorporación de tecnologías disruptivas en el día a día de los negocios y en su planificación de estrategia de futuro. Se requieren cada vez más tecnologías escalables, disruptivas, capaces de ser integradas rápidamente en los negocios.

-A pesar de la crisis, ¿considera que la innovación y las startups nacionales atraviesan por su mejor momento, gracias a Cornershop, NotCo y Betterfly?

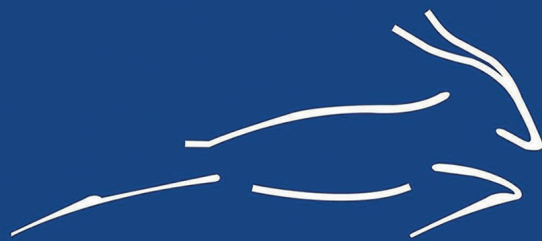
Creo que recién se está viendo en Chile el resultado de un largo proceso de inversión en emprendimientos de alto potencial a través de los años y hoy, en una fase de mayor madurez, comenzamos a descubrir los primeros casos de éxito con startups que están demostrando que pueden transformar los más variados sectores. Estos casos de éxito han demostrado que sí es posible levantar montos de capital importantes necesarios para escalar soluciones, a nivel local e internacional, la cual ha sido una de las importantes brechas a las que se veían expuestas las startups en fase de expansión. Este es solo el comienzo y el mostrar estos casos de éxito abre espacio para otros y nuevos inversionistas a creer en el capital de riesgo y apostar por invertir en tecnologías en etapas más incipientes de desarrollo, ayudando de esta manera a facilitar el crecimiento y escalabilidad que requieren para lograr el éxito

-En cuanto a la participación de mujeres en el mundo de la tecnología o la innovación, ¿existe una alta participación femenina o existe una brecha grande en Chile?

A lo largo del tiempo se ha demostrado que las mujeres cuentan con un gran potencial de liderazgo y de visión estratégica para la expansión de empresas en todos los rubros, siendo tecnología uno de ellos. Hay casos exitosos de mujeres liderando empresas en tech e insertas en el ecosistema local de innovación. Sin embargo, creo que faltan más mujeres que se atrevan a dar el paso sin temer a la creación de empresas de alto impacto. Las herramientas están disponibles para todos y no creo que haya un sesgo de género para la obtención de capital, sino más bien que faltan mujeres creando empresas de tecnología.

-Respecto a políticas públicas, ¿consideras se está haciendo un buen trabajo a nivel estatal para fomentar y potenciar la innovación y startups locales?

Sin duda que el gobierno ha tenido un rol preponderante en el desarrollo del ecosistema y ha venido potenciando el desarrollo de tecnologías con múltiples herramientas accesibles para todos. Creo que esto ha sido vital para llegar al punto en el cual nos encontramos hoy, donde cada vez vemos más y mejores Startups de clase mundial. Creo que los programas se han ido modificando para hacer frente a las nuevas necesidades de las empresas para poder escalar, creando contenido relevante, y diversificando la oferta para que cualquier empresa pueda seguir adelante.



AUTOFIT NESS

Desabolladura y Pintura a Domicilio



5 AÑOS DE TRAYECTORIA CON MÁS DE 5 MIL CLIENTES ATENDIDOS

 +569 4441 1056

 @AUTOFITNESS.CL

 AUTOFIT

contacto@autofit.cl / www.autofit.cl