

e-

NEGOCIOS

ECONOMÍA

Alejandro Urzúa

“El BC puede seguir subiendo la TPM para acotar la inflación, pero si la política fiscal sigue siendo grande e irresponsable, no será efectivo”

EMPRENDIMIENTO

“TruferosGrau”

Empresa familiar con innovación, naturaleza y productividad

**+ INTERNACIONAL
+ COLUMNAS**

e

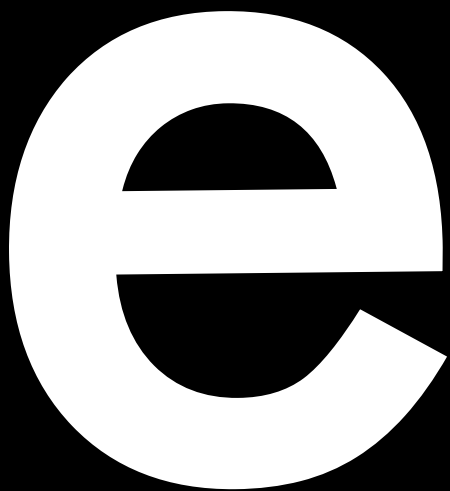
“Es urgente una visión macro que no ponga a todas las pymes en un mismo saco y que se implementen medidas sectorizadas”

Gina Ocqueteau

Emprendedora, empresaria y directora
de la Cámara de Comercio Asia Pacific
Chamber of Commerce

ED/ 03

Nº03/2022/febrero/ www.enegocios.cl



PALABRAS DEL DIRECTOR

Estimados lectores:

Son pocas las épocas que recordamos con tantas expectativas como las que vivimos hoy, de cara a esta nueva temporada. Si bien el ejercicio fiscal termina el 31 de diciembre de cada año en nuestro país, todo parece partir en marzo, incluida una nueva Presidencia de la República que desde la vuelta a la democracia es la que ha generado mayor atención por parte de la ciudadanía.

Con la asunción de un Presidente y Gobierno con una mirada muy distinta a la que ha recorrido Chile en estos 30 años, más la Convención Constituyente, con una mirada que para muchos es "refundacional", se avizoran muchos cambios en el horizonte. Aunque no sabemos la naturaleza, ritmo, profundidad y principalmente itinerario de las reformas, estamos en unas vacaciones expectantes y también con la conciencia de que los cambios siempre generan oportunidades, y que los acuerdos en el mediano y largo plazo siempre generan mejores resultados que los enfrentamientos en todas las áreas de la vida.

Con todo entramos en este año chino del tigre, con las expectativas de grandes movimientos tanto a nivel mundial como nacional, por lo que esperamos acompañarlos durante todo este ciclo con tópicos de gran interés.

Cristián Alliende

TABLA DE CONTENIDO



08 CRISTIÁN MAULÉN,
Experto en marketing digital y Director del Observatorio de Sociedad Digital de la Universidad de Chile



05 GONZALO SANHUEZA,
Gerente General Inmobiliaria Prado Verde



15 GREG HOLLAND,
Gerente General Cámara Chileno Británica de Comercio



Editorial:

Director General Grupo Pelle Comunicaciones:

Juan Andrés Sastre

Mail: jsastre@pellemagazine.cl

Director Ejecutivo:

Cristián Alliende Brito

Mail: calliende@e-negocios.cl

Editor Periodístico:

Juan Pedro Clavel Duk

Mail: jpclavel@e-negocios.cl

Periodistas:

Lidia Mateluna Caroca

Mail: lmateluna@e-negocios.cl

Pierinne Méndez Yaeger

Mail: pieri@e-negocios.cl

Ventas y RRPP:

Ignacio López Contreras

Mail: ilopez@e-negocios.cl

Diseño y diagramación:

Claudia Helguero Santander

Mail: helguero.claudia@gmail.com

Programación:

Carlos Rosenberg

Mail: crosenberg@pellemagazine.cl



Selenia, la primera agua mineral funcional con gran aporte en antioxidantes

Por Lidia Mateluna C.

La idea de Selenia surgió cuando José Luis Andrade y sus dos socios se juntaron y decidieron buscar nuevos nichos de negocio. Dado que el agua mineral en Chile es la bebida más consumida, y no existía la categoría de aguas funcionales que ofreciera al mercado beneficios adicionales a su función primaria de hidratación, decidieron apostar por innovar en este ámbito. El resultado: un agua mineral con pequeñas dosis de selenio y, por consiguiente, gran aporte en antioxidantes.

Este emprendimiento, compuesto por Andrade, Licenciado en Administración; Carlos Bensan, especialista en Marketing; y Enrique Ibarra, Ingeniero Comercial, con apenas ocho meses en el mercado pone énfasis en la promesa "Agua Más Salud", por lo que Selenia contiene un atributo saludable y una mayor valoración por las personas en el cuidado de su organismo.

Conversamos con José Luis Andrade, quien nos contó en detalle del surgimiento de Selenia, el proceso de fabricación del agua, el aporte a la salud de las personas, su canal de distribución y los planes para este año 2022.

-¿Cómo nació Selenia? ¿Consideras que son una empresa innovadora en esta área?

Selenia nace de una conversación sobre el mercado de las aguas envasadas. Como antecedente, las aguas son el bebestible envasado de mayor venta mundial, más que bebidas de fantasía, cervezas y otros. Allí vimos que el crecimiento del consumo de agua envasada se ha mantenido fuerte en las dos últimas décadas, lo que ha llevado a la aparición de muchas aguas de nicho, basadas en sus atributos organolépticos como el sabor o en sus atributos de origen, como fuentes subterráneas, glaciares, entre otros.

Entendimos que los atributos de sabor acercan las aguas a la categoría de bebidas de fantasía y jugos, mientras que los atributos de origen las acercan a la categoría de bebidas gourmet. Sin embargo, notamos que la categoría de bebidas funcionales, no tenía aguas compitiendo. Entonces nace la idea de hacer un "agua funcional", que ofreciera al mercado beneficios adicionales a su función primaria de hidratación. Ésta debía contener el aporte de antioxidantes por la alta valoración y acogida que los mercados tienen hacia los productos que entregan ese plus al organismo.

-¿Qué beneficios aporta el selenio a la salud de las personas?

El selenio es un elemento presente en la naturaleza de diversos alimentos de consumo habitual. Algunos vegetales, mariscos y carnes lo contienen en mayores o menores concentraciones. Es un componente que cumple una de las mejores y más completas funciones antioxidantes factibles en el organismo humano. La función antioxidante se da cuando el cuerpo recibe ayuda para el fortalecimiento de las paredes de las células, y éstas al hacerse más fuertes, protegen a la célula de las agresiones de agentes externos perjudiciales (radicales libres), incluyendo la agresión de virus, bacterias y gérmenes.

Cabe señalar que la presencia de selenio aceptada en la Norma Chilena Oficial de agua potable es de 0,01 mg/L, y la formulación de Selenia tiene parámetros muy por debajo de ese máximo.

-¿Cómo es el proceso de fabricación del agua?

El agua para la fabricación de Selenia se obtiene de distintas fuentes naturales y se purifica con los más elevados estándares y procesos como filtrados, osmosis inversa,

filtro UV; y posteriormente, luego que la solución inicial está completamente purificada, se le adiciona selenio negro de un 99,99% de pureza.

Así, la promesa de Selenia es "Agua Más Salud", ya que provee hidratación de calidad, más el agregado funcional por su aporte de antioxidantes, lo que la transforma en una bebida altamente valorada por las personas preocupadas de cuidar y proteger su organismo.

-¿Tienen planificado innovar en otros tipos de aguas?

Por cierto. Tenemos en desarrollo proyectos de aguas para nichos y ocasiones de consumo específicos, vinculados al esparcimiento, gastronomía, deportes e indulgencia.

-¿Dónde podemos encontrar el producto?

Principalmente en www.selenia.cl, y se encuentra disponible en algunos gimnasios y hoteles.

WEF Chile

WOMEN ECONOMIC FORUM

24 - 25 MARZO 2022



SUSTENTABILIDAD - GÉNERO - TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Gonzalo Sanhueza

Gerente General Inmobiliaria Prado Verde

"Las tasas hipotecarias se mantendrán altas por los próximos cinco años, y a partir del sexto podríamos ver una disminución"



Las tasas de interés locales no paran de subir en medio de las fuertes presiones inflacionarias que afectan a la economía chilena, las cuales han obligado al Banco Central a acelerar el ritmo de alza en la Tasa de Política Monetaria e implicado un incremento sostenido de las tasas de interés en el sector inmobiliario por parte de las casas bancarias, llegando en enero a sus niveles más elevados desde junio de 2014.

Es más, se estima que éstas seguirán subiendo, tal como lo señala Gonzalo Sanhueza, Gerente General de Inmobiliaria Prado Verde, quien en entrevista con E-negocios, asegura que “las tasas hipotecarias se van a mantener altas por los próximos cinco años y, a partir del sexto año, podríamos comenzar a ver una disminución”. No obstante, aclara que “para que aquello ocurra se debe bajar la incertidumbre política, controlar la inflación y el nivel de endeudamiento nacional, entre otros”. Además, el ejecutivo nos comparte sus proyecciones del mercado inmobiliario ante el actual escenario país, la eliminación de la exención del IVA a las viviendas, los vaivenes de la oferta y demanda de bienes inmobiliarios, y más.

“Para que las tasas descendan, debe bajar la incertidumbre política, una moderación en los planteamientos de los constituyentes, controlar la inflación, bajar nivel de endeudamiento nacional”

-Ante el actual escenario nacional, con una crisis económica social y sanitaria a raíz de la pandemia, ¿cuáles son sus proyecciones del mercado inmobiliario en nuestro país, considerando también la eliminación de exención del IVA a las viviendas para financiar la PGU?

Estamos optimistas frente a la pandemia, creemos que el pick de casos ya pasó y la campaña de vacunación ha resultado ser un éxito, por lo que lo anterior nos permite ir agilizando los plazos de construcción. Y en referencia a la exención del IVA, en general esto se traduce en un alza de costos y parte de ésta alza sin duda será traspasado a precios, sobre todo en unidades de valor en torno a UF 2.000 y UF 3.000.

-¿Cómo afecta a la industria inmobiliaria la incertidumbre política por la nueva administración de Gabriel Boric y la elaboración de una nueva Constitución?

Es probable que el nuevo Gobierno intente potenciar la construcción de viviendas acogidas a subsidios habitacionales, por lo tanto, esperamos ver un mayor dinamismo para ese sector, mientras que en cuanto a los cambios constitucionales, es todavía muy prematuro saber de qué manera podría afectar al mercado inmobiliario en su conjunto, pero es fácil prever que una Constitución moderada devolvería parte de los capitales que han salido al país, y eso permitiría aumentar el número de proyectos a desarrollar, lo que a su vez se traduce en mayor empleo y mayor oferta inmobiliaria.

-¿Cuánto se ha visto afectada la demanda por bienes inmobiliarios en el último tiempo ante las alzas de tasas y mayores restricciones crediticias? ¿Se ha estancado o, a pesar del escenario actual, se ha mantenido?

Para el presente año, proyectamos una baja en las ventas de viviendas nuevas debido a los cambios en las condiciones de financiamiento de acceso a crédito y a una menor actividad económica, esta caída estará en torno al 14% en comparación al 2021, cerrando con cerca de 34.000 unidades. Además, esperamos el ingreso de 200 nuevos proyectos, lo que implica una baja de un 35% en comparación al 2021, esto más el alza de costos, mantendrá los precios presionados al alza.

-Por otro lado, ¿cómo se encuentra el dinamismo respecto a la oferta en comparación a algunos años atrás?

La oferta inmobiliaria está presionada por varios factores, entre los cuales los que podemos nombrar: el alza del precio del terreno, el alza de costos de construcción, la incertidumbre política y mayores restricciones bancarias, de igual forma, es destacable el crecimiento de los proyectos multifamily destinados completamente a renta residencial.

-¿Cree que será posible volver a tener bajas tasas en créditos hipotecarios en el corto o mediano plazo?

Las tasas se van a mantener altas por los próximos cinco años y, a partir del sexto año, podríamos comenzar a ver una disminución, pero para que aquello ocurra se deben dar algunas condiciones: como por ejemplo, bajar la incertidumbre política, una moderación en los planteamientos de los constituyentes, controlar la inflación, bajar nivel de endeudamiento nacional, entre otros.

-¿Qué otro tipo de financiamiento alternativo a la banca pueden optar las personas o inversionistas para adquirir propiedades?

Además del crédito hipotecario convencional con créditos con tasa fija y tasa variable, tenemos a las mutuiarias y las compras vía leasing.

-Finalmente, ¿qué proyectos se encuentran desarrollando en la actualidad y cuáles son las proyecciones para su inmobiliaria en el mediano plazo?

Actualmente estamos desarrollando dos proyectos inmobiliarios. En una etapa más avanzada está Edificio Las Verbenas 8591, en Las Condes, de 1 y 2 dormitorios donde sus principales virtudes son su alto nivel de terminaciones y su excelente ubicación, hemos tenido un excelente recibimiento del público, llevamos una venta cercana al 35% en solo cuatro meses de venta. El otro proyecto es “El Avellano”, edificio de 2 y 3 dormitorios en Lo Barnechea, cuya venta está programada partir en junio de este año y donde sus principales virtudes son su arquitectura, conectividad y un nivel en terminaciones que no se había visto en la comuna.

Por Juan Pedro Clavel

¡CONVIÉRTETE EN SOCIO DE LA AMDD!



- ▶ Certificación en base al **Código de Ética y Autorregulación**
 - ▶ Formar parte de una **red de networking** en constante crecimiento
 - ▶ **Descuentos** en programas de educación continua y postgrado
 - ▶ Acceso a **publicación de noticias de tu empresa** en la revista, web y boletín de la AMDD
 - ▶ Participación en los diferentes comités de la Asociación
- ¡Estos y muchos beneficios más!**

✉ Más información en asociación@amddchile.com

🌐 amddchile.com

AMDD
ASOCIACIÓN DE MARKETING DIRECTO Y DIGITAL DE CHILE

A portrait of Cristián Maulén, a man with short dark hair, wearing a dark suit, light blue shirt, and dark tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a blurred cityscape.

Las tecnologías durante la pandemia han sido fundamentales para sobrellevar las distintas problemáticas del día a día, y que de paso modificaron los hábitos de consumo de millones de chilenos, más aún durante los largos periodos de confinamiento. En este escenario, el tratamiento adecuado y ético de los datos personales de los consumidores, junto a su protección y seguridad, se han convertido en factores claves para el futuro éxito y desarrollo de las organizaciones.

Como asegura Cristián Maulén, experto en marketing digital y Director del Observatorio Sociedad Digital de la Facultad de Economía y Negocios de la U. de Chile, en la actualidad “las compañías tienen la gran oportunidad de construir ventajas competitivas a partir del tratamiento adecuado y ético de datos personales”, destacando que “aquellas que no estén claras y conscientes que los datos son de los ciudadanos y éstos crean valor en su organización, existirá una gran brecha hacia el futuro”.

Además, el Gerente General de CustomerTrigger e Ingeniero Comercial con más de 20 años de experiencia en gestión de clientes y procesos, nos entrega en esta entrevista con E-negocios una visión clara sobre por qué la digitalización, el marketing digital y el buen manejo de los datos se han transformado en una realidad y herramienta indispensable para la sobrevivencia y capitalización de las empresas. Del mismo modo, nos entrega su visión del mercado digital en pandemia, las brechas que percibe del marketing digital actual y los servicios que ofrece en su compañía, entre otros.

Por Lidia Mateluna C.

Cristián Maulén

Experto en marketing digital y Director del Observatorio de Sociedad Digital de la Universidad de Chile

“Las compañías tienen la gran oportunidad de construir ventajas competitivas a partir del tratamiento adecuado y ético de datos personales”

¿Cuáles son las principales brechas que notó en el tema de marketing digital en pandemia?

Siento que la principal brecha es falta de empatía con los clientes de parte de las organizaciones de marketing. Resulta inusual a estas alturas que en medio una de las crisis económicas más drásticas que estamos viviendo en las últimas décadas, sean los consumidores quienes demandan a las organizaciones ser más humanas y menos comprensivas con los procesos que afrontan los ciudadanos. Están más preocupadas de un Cyberday, de generar solo demanda, pero lo importante es que necesitamos empatizar con las realidades que están viviendo cada uno de los clientes.

¿Cómo ha avanzado Chile en marketing digital y cómo ve el escenario a futuro para las empresas locales?

El marketing digital ha crecido y está dado por un factor de aceleración en cada uno de los sectores afectados en pandemia, como por ejemplo hoteles, restaurantes y cafés, y por lo mismo, están buscando un nuevo espacio para competir, adaptarse y poder definir una forma de mantener estable sus ingresos y costos. Y en otros sectores de alta demanda se ha visto forzado al servicio al cliente omnicanal. Los datos de estudios a los que hago seguimiento indican que el 42% de los ciudadanos valora a las organizaciones que adaptan sus servicios digitales, y es la prioridad de evaluación de la gente según los sondeos. Un tema importante a considerar para el futuro del desarrollo del marketing digital, es la conciencia y la privacidad de datos, y es aquí donde quiero hacer la mayor cantidad de reflexiones, ya que la protección de estos datos se considera un activo clave, por lo tanto, si las organizaciones no están claras y conscientes que los datos son de los ciudadanos y éstos crean valor en su organización, hay una gran brecha hacia el futuro.

A las compañías se le presenta la gran oportunidad de construir ventajas competitivas a partir del tratamiento adecuado y ético en datos personales, asegurando la protección de la información de sus clientes, los que pueden construir credibilidad y confianza. Estos datos están transformando claramente el modelo de negocio y las compañías son responsables de administrar la información que recopilan. Su tratamiento y cómo la están compartiendo, es de gran importancia.

-Con este boom de la tecnología y la consolidación del E-commerce, ¿considera que este nuevo escenario trae consigo una mayor responsabilidad en tema de protección de datos de usuarios por parte de las compañías?

Por supuesto. Los datos son una pieza clave de la sociedad y la economía, considerando que somos parte de un mundo conectado, de ciudadanos que esperan una experiencia en la conciencia de aportar con su "huella digital". Es aquí donde tenemos cada vez más certeza

que "detrás de cada dato hay un cliente" que anhela un servicio íntegro. El asunto, es que muchas organizaciones no saben para qué coleccionan datos ni cómo generar experiencias respetando la privacidad. La importancia por la protección a la vida privada por parte de la ciudadanía se torna clave, a partir de una sobreexposición evidente en los ecosistemas digitales en los cuales estamos inmersos. Según el estudio del Consejo para la Transparencia, los niveles de preocupación por la protección de los datos de los chilenos aumentaron 4,8 veces en 10 años, posicionando la privacidad como un imperativo para la sociedad actual.

Así mismo, reportes internacionales nos muestran que Chile alcanza el tercer lugar en países del mundo con mayor preocupación respecto del uso de sus datos personales y, en la última encuesta del Sernac, nos indica que el 72% de las personas declara estar muy o extremadamente preocupadas de que sus datos personales puedan ser recopilados en internet, donde solo el 4,1% asegura leer la política de privacidad del sitio en que navega.

Esto es sumamente relevante dado que las organizaciones están prácticamente obligadas a tomar cada vez más conciencia que los ciudadanos comparten sus datos a cambio de experiencias, y en ese punto la empatía es clave.

-Respecto a su compañía, ¿qué es CustomerTrigger y cuáles son sus principales servicios?

CustomerTrigger es una compañía que toma decisiones de marketing basándose principalmente en datos de tecnología de la información. Puede sonar complejo, pero las interacciones son la forma en que los ciudadanos dejan su huella digital y sobre eso es posible que una empresa democratice información y se vea desafiada constantemente con su equipo de profesionales, quienes se cuestionan sobre el comportamiento de los clientes. Nos dedicamos a tomar la huella digital de los consumidores para generar mejores usos, y ayudamos a que las organizaciones conozcan, dialoguen y generen experiencias en sus clientes. Nosotros creemos firmemente que cada interacción cuenta y representa una oportunidad de conexión relevante entre los usuarios y las organizaciones de cualquier sector B2B o B2C.

Llevamos más de 8 años en el mercado y tenemos experiencia en más de 12 sectores industriales, cada uno de ellos muy ligado a la interacción con clientes. Nos hemos visto beneficiados por integrarnos con grandes empresas globales de tecnología, varias de ellas con base en San Francisco, Estados Unidos, y eso nos ha ayudado a crecer implementando esta tecnología en Latinoamérica.

-Más específicamente, ¿de qué manera brindan apoyo a organizaciones a desarrollar capacidades tecnológicas?

Principalmente comprendiendo que las tecnologías son importantes y un puente para el verdadero objetivo de proveer servicios internos, y que éstos sean más fáciles, las experiencias que se entregan a las personas sean gratas, y con ello brindar



una mejor experiencia. En caso contrario, si la tecnología no es capaz de eso, en realidad es más bien un hobby. Cuando los clientes tienen mejores experiencias, los negocios son capaces de generar mayor rentabilidad para poder ampliar el ciclo de vida del cliente y el valor que aporta a esa organización.

Nosotros no solo ponemos foco en la captura del consumidor, sino también en los procesos de negocio, consistente en poder enfocarse en retener o en demorar el tiempo de abandono del comprador, y cómo somos capaces de diseñar productos y servicios que nos permitan crecer. Una base de un servicio equilibrado entre las ganancias de una compañía y el valor que agregamos al cliente, es muy relevante en una economía digital como la que vivimos.

-Finalmente, ¿cuáles serían sus principales recomendaciones para que una empresa pueda aumentar sus ventas y crecer efectivamente?

Primero, que establezcan una visión clara de qué quieren, y luego buscar la mayor cantidad de formas con las que puedan alcanzar la demanda hasta calzarla: desde sistemas de teorías, hipótesis, de comprobaciones, pruebas, formas, etc. No solo buscar una forma para llegar al cliente, puede ser por interacciones o por inversión en marketing digital, y comprender distintas formas de cómo ellos atienden un mensaje y son capaces de generar experiencias con su empresa para esas personas. Cuando ya lo tengan, se recomienda acelerar los procesos comerciales y operativos para asegurar el crecimiento sostenible. Yo también propongo siempre, y lo comenté en clases y charlas, que hay que poner el foco en los procesos internos, los colaboradores, como interfaz válida para la gestión de la experiencia del consumidor, y en quienes finalmente nos pagan el sueldo, los clientes. La clave es que tengan clientes satisfechos y que nos recomienden, y de esta forma podrán tener un crecimiento próspero.

Gina Occqueteau

Emprendedora, empresaria y directora de la Cámara de Comercio Asia Pacific Chamber of Commerce

“Es urgente una visión macro que no ponga a todas las pymes en un mismo saco y que se implementen medidas sectorizadas”

Por Lidia Mateluna C. / Juan Pedro Clavel



Las pequeñas y medianas empresas han cumplido por años un rol fundamental en nuestra sociedad, esto porque son el motor de la economía nacional y una alternativa de solución a problemas o necesidades reales de las personas. Hoy, con el actual escenario de crisis sanitaria y económica a nivel mundial, han debido enfrentar condiciones adversas y muchas dificultades, lo que sin duda ha golpeado tanto anímica como económicamente al sector.

Según datos de la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento, 1.827 empresas solicitaron en 2020 su liquidación, y 1.380 hicieron lo propio en 2021. Negativo contexto ante el cual Gina Ocqueteau, emprendedora, empresaria y directora de la Cámara de Comercio Asia Pacific Chamber of Commerce (APCC), asegura en entrevista en profundidad con E-negocios que es justamente hoy cuando “se hace urgente una visión macro” por parte de las autoridades, y tomar medidas “que no pongan a todas las pymes en un mismo saco, junto con implementar medidas sectorizadas”; lo anterior teniendo en cuenta que el principal problema de este segmento es el riesgo de quiebra por la falta de liquidez tras la paralización de actividades y baja de ventas.

Además, la ex directora de la Asech y fundadora de Crosscheck -empresa dedicada a la gestión de emergencias y prevención de riesgos-, nos cuenta sobre su labor en la APCC, la actualidad del intercambio comercial entre Chile y Asia Pacífico, y el impacto que provoca en la economía la incertidumbre política a nivel local, como también el trabajo de género que desarrolla como Consejera en Fundación Chile Mujeres, la participación femenina en el mundo laboral y sus proyecciones personales, entre otros temas.

-El año pasado asumió como Directora en Asia Pacific Chamber of Commerce, ¿cuál es su rol en ese cargo y las principales actividades de dicha entidad?

La Cámara tiene como objetivo promover el rol líder de la región Asia Pacífico como principal centro internacional de negocios del siglo XXI. Creemos que Latinoamérica tiene la oportunidad única de ser parte de esta transformación global mediante el desarrollo de relaciones amigables con sus pares asiáticos, creando negocios duraderos y fructíferos. En mi rol de Directora, formo parte del fomento de las relaciones comerciales entre América y Asia, en un ambiente donde prima la confianza y el mutuo beneficio. Nuestra misión es ayudar, facilitar y cooperar en construir lazos inclusivos y duraderos que ayuden a que las personas tengan una mejor calidad de vida.

-En el actual escenario político - económico nacional, ¿cómo se encuentra el intercambio comercial entre Chile y Asia Pacífico, y cómo proyecta esta actividad a mediano y largo plazo? ¿Cree que la incertidumbre política afectará el dinamismo comercial?

Es cierto que Chile está viviendo un periodo de fuertes cambios, pero esta puede ser también una oportunidad de posicionar a nuestro país en la escena mundial en ámbitos como el comercio, la tecnología y la implementación de políticas sustentables. Asia Pacífico es el centro de gravitación geográfica, comercialmente hablando, y es la región que desafía el ordenamiento mundial tradicional. Chile, desde su posición en el Pacífico, ha sabido aprovechar esta ventaja. Desde hace más de dos décadas, China es el principal socio comercial de nuestro país y así nuevamente quedó

reflejado en las cifras del comercio exterior de 2021: el intercambio comercial entre ambas naciones creció 46,9%.

China se mantuvo como el principal comprador de los productos chilenos con un 38,4% de participación sobre el total de las exportaciones, las que estuvieron fuertemente vinculadas al sector minero, que representó el 83,9% de los envíos totales a dicho país. Chile sabe que necesita de su interacción con socios clave para las exportaciones y tiene una buena reputación en cuanto a solidez institucional, cumplimiento de las normas y calidad de sus productos. Y esto es algo que debería mantenerse en el mediano y largo plazo.

-Con una crisis económica y sanitaria, ¿dónde debería estar el foco de las políticas públicas para potenciar las pymes? ¿Cree que la próxima administración deba poner énfasis en este segmento, considerando lo importante que son para la economía local?

Se vienen meses desafiantes para nuestro país en todos los ámbitos y el mundo del emprendimiento y las pymes también tendrán nuevos retos que enfrentar. Muchas pequeñas y medianas empresas, sin importar su tamaño ni la industria a la que se dedican, se encuentran hoy en un punto de inflexión con un potencial de crecimiento enorme, y dificultades asociadas a la incertidumbre económica y el financiamiento que requieren para dar un salto. Las pymes son hoy casi la totalidad de las empresas en Chile y son responsables de prácticamente dos tercios de los empleos formales a nivel nacional, por lo que el rol reactivador que jugarán en medio de la crisis será clave.

Por eso, es fundamental contar con una visión país que marque como una de

sus prioridades el fortalecer los polos de emprendimiento e innovación y otorgue las condiciones económicas y certezas suficientes para que este sector pueda seguir operando con cierta holgura y tranquilidad. En un escenario de grandes cambios y expectativas como el que vive Chile ahora, este enfoque será clave para valorar las metas que hemos alcanzado y seguir adelante con objetivos que faciliten un mayor desarrollo del ecosistema.

-En otro ámbito, considerando su destacado rol en la Asech, ¿cómo percibe el desarrollo de la mujer en el ecosistema de emprendimiento nacional y cuáles serían a su juicio los principales obstáculos en la actualidad?

Chile lidera actualmente los índices de emprendimiento dentro de los países de la OCDE, tanto en hombres como en mujeres. 17% de ellos han conseguido emprender en algún sector y 15,3% de ellas también lo han hecho, cifras que por lo demás muestran poca diferencia en cuanto a brechas de género. Por otra parte, no hay duda de que el emprendimiento nacional se ha visto afectado por la pandemia en distintos niveles. El principal problema que han debido enfrentar las pymes, es el riesgo creciente de quiebra por la falta de liquidez tras la paralización de actividades y baja de ventas, es una problemática que se ha vivido en distintas industrias, pero especialmente en aquellas relacionadas con el turismo, comercio y ventas. Muchas empresas que estaban en proceso de crecimiento se vieron detenidas y no todas estaban preparadas para los desafíos del e-commerce, cuyo desarrollo implica más recursos y capital humano. La recuperación ha sido lenta y la crisis económica mundial y la inflación tampoco ayudan demasiado.

Es urgente contar con una visión macro

que no ponga a todas las pymes en un mismo saco, que no utilice una misma solución para todos y que implemente medidas sectorizadas, además de un programa de recursos y asesoría. Solo así podremos pasar a un verdadero círculo virtuoso, a un aporte integral al mundo del emprendimiento.

-Respecto a Fundación Chile Mujeres, ¿qué tipo de trabajo y actividades desarrollan para fomentar y potenciar el emprendimiento femenino?

Dentro de la Fundación trabajamos para crear más oportunidades laborales para mujeres en Chile, mediante políticas públicas y empresariales que favorezcan la formalidad y equidad en los lugares de trabajo. En cuanto a estas políticas, hemos sido parte activamente del debate legislativo a través de diversas propuestas para fortalecer su participación laboral. En lo referente al sector privado, promovemos la equidad de género mediante un cambio cultural al interior de las empresas. Por ello, desarrollamos contenidos sobre corresponsabilidad parental, adaptabilidad laboral, acoso, indicadores de género en los espacios laborales, selección de personal sin sesgos y manuales de teletrabajo, siempre con el propósito de educar de manera positiva y lograr equidad de género en el país.

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

A comienzos de la pandemia se registró una contundente salida de mujeres de los entornos laborales, quienes por tener que atender las demandas de cuidados en sus hogares, no retomaron la búsqueda de empleo. Las cifras del INE muestran que desde 2020, la baja sustancial en la fuerza laboral femenina, significó un retroceso de más de una década en los avances logrados en materia de participación.

Falta mucho por avanzar y creo que cuando la pandemia pase definitivamente, será necesario implementar políticas públicas para mejorar los índices de emprendimiento femenino en el país. No solo con medidas gubernamentales, también requerimos la participación activa del mundo privado: por ejemplo, sería muy positivo incentivar que las grandes empresas cuenten con más pymes dentro de sus proveedores, así se contribuye a acabar con la desigualdad y fomentar la competencia en igualdad de condiciones.

Si creamos políticas que ayuden a emparejar estos índices y si además creamos un incentivo para las pymes



lideradas por mujeres, estamos al mismo tiempo dando valor al emprendimiento y emparejando la cancha para quienes se han visto más perjudicadas.

-¿Cree que se está haciendo un buen trabajo para empoderar a la mujer y potenciar su participación en campo laboral o en altos cargos de dirección?

En las últimas semanas hemos sido testigos de como las mujeres están teniendo un rol cada vez más relevante en el ámbito público. El próximo gabinete está compuesto por 14 mujeres y 10 hombres, recientemente una mujer fue nominada como Presidenta del Banco Central y la Convención Constitucional está compuesta con principios de equidad de género. Esas son señales muy positivas e inspiradoras para las futuras generaciones.

Pero al mismo tiempo, aún queda trabajo por hacer. La participación femenina en directorios de empresas IPSA en Chile llegó a sólo un 9,4% en 2021 y claramente podría ser mayor. Además, la pandemia golpeó fuerte a las mujeres. Muchas de ellas, antes empresarias o emprendedoras, debieron dejar de lado o descuidar sus trabajos para cuidar a sus hijos o realizar labores hogareñas, lo que aumentó la desigualdad. En los últimos meses el panorama ha mejorado un poco, pero siempre son ellas las más perjudicadas y esto es algo en lo que debemos trabajar constantemente.

-En cuanto a sus empresas, ¿en qué consiste Way Group? ¿Cuál fue su motivación de generar Cross Check y por qué se definen como la Onemi privada en prevención de riesgos?

“Es fundamental contar con una visión país que marque como una de sus prioridades el fortalecer los polos de emprendimiento e innovación y otorgue las condiciones económicas y certezas suficientes”

Waygroup fue creada por un gran empresario Diego Ramírez en Medellín, Colombia, y hoy es mi foco prioritario. En ella entrenamos y capacitamos a través de experiencia con realidad virtual, en la que simulamos escenarios para que los colaboradores de las empresas se enfrenten a situaciones de riesgo, y así se eviten accidentes del trabajo. Esta tecnología de clase mundial genera conciencia y fortalece en habilidades a los trabajadores. Tenemos equipos para seguridad vial, reanimación cardiopulmonar, manejo y uso de extintores, espacios confinados, trabajo en altura, entre otros.

En mi otra empresa Cross Check, tengo como misión personal educar y trabajar para brindar las mejores experiencias en seguridad laboral y bienestar. Usamos contenido de realidad virtual para sensibilizar, capacitar y entrenar a las personas de las organizaciones. Como enfermera de profesión, mi mayor interés es prevenir riesgos y si la tecnología puede facilitarnos el aprendizaje a través de experiencias inmersivas, seguiré trabajando para

que estas herramientas lleguen a más y más personas. Nos definimos como una Onemi privada porque acompañamos a las organizaciones a transformarse digitalmente para generar un gran cambio en la cultura y forma de cómo hacer gestión en seguridad y salud ocupacional. Además, asesoramos e implementamos protocolos para una correcta gestión del riesgo y prevención de accidentes.

-Dada su vasta experiencia, con 30 años de trabajo en cargos gerenciales en la Asociación Chilena de Seguridad, ¿cómo percibe hoy la seguridad de las y los trabajadores, tras la crisis de la pandemia que nos continúa azotando desde marzo de 2020?

En materia de seguridad y en todo lo referente al Covid, siempre hay que poner primero el interés comunitario antes que el personal. A fin de cuentas, no se trata solo de sobrevivir a la pandemia, sino de aprender a vivir con ella, ahora que estamos cumpliendo dos años desde su llegada al país. Creo que hemos aprendido con la experiencia que primero están las personas y un ejemplo de ello, es cómo se modificó la forma de trabajar para continuar con las actividades económicas, sin descuidar el bienestar físico y mental de las personas.

A futuro, para que esto se mantenga en el tiempo, requiere de la suma de las acciones de distintos actores: en primer lugar tenemos al Estado, garante del cumplimiento de las normas sanitarias y protector de la seguridad de las personas; luego tenemos a las empresas, que tienen un rol fundamental dentro de su grupo de colaboradores y la oportunidad de ejecutar campañas de capacitación innovadoras.

-Finalmente, ¿cuáles son sus proyectos o actividades para este año?

Seguir apoyando el emprendimiento tanto en su desarrollo como en su internacionalización, colaborando en todas las instancias donde ya soy partícipe con mucho enfoque de género. Por otro lado, en el proyecto de seguridad laboral y salud ocupacional, quiero lograr consolidarme dentro del mundo empresarial como un partner estratégico en búsqueda de la disminución de la accidentabilidad laboral, a través de tecnologías innovadoras para que tanto los trabajadores como sus familias tengan una mejor calidad de vida, y puedan llegar sanos y seguros a sus hogares.





Hidrógeno verde

vivamos en el futuro

Humberto Astrelli,
Gerente General Astcor
info@astcor.cl
www.astcor.cl

El cuidado del medioambiente es un tema tan serio que debe estar presente en cada programa de gobierno, en cada creación de empresa y hasta en la planificación de urbanización de una ciudad. Esto, porque urge que tomemos juntos las medidas necesarias para frenar el cambio climático.

Un gran paso es el camino hacia la carbono neutralidad, buscar otros mecanismos para proveer energía sin contaminar y a bajo costo para los usuarios. La idea es algo revolucionaria, ya que se piensa en modificar toda la estructura energética que ha primado en el último siglo por otra un tanto desconocida por el grueso de la población.

Las energías renovables han recibido un importante impulso y respaldo tras el Acuerdo de París de 2015, el que entró en vigencia en 2020 y, por primera vez, estableció un objetivo global vinculante para todos los países firmantes. Todos ellos se han comprometido a reducir sus emisiones contaminantes para reducir los efectos del cambio climático. ¿Y cómo hacerlo? Con el aumento del uso de las energías limpias.

A diferencia de los combustibles fósiles, las energías renovables no producen gases de efecto invernadero, que son los causantes del cambio climático, ni tampoco emisiones contaminantes. Otra ventaja fundamental es el precio, esto porque mientras los combustibles fósiles continúan con valores al alza, las energías renovables cada vez tienen costos más bajos.

Resulta algo ilógico que países se nieguen a su implementación dado los beneficios tanto económicos y medioambientales que recibirán. Chile es el único país latinoamericano que se ha tomado en serio el tema y gracias al clima variado, en la zona austral encontró un gran nicho.

El desarrollo del hidrógeno verde es una oportunidad para unir las demandas sociales, el cuidado del medioambiente y frenar el cambio climático, con las oportunidades económicas del futuro para crear una visión de prosperidad compartida.

¿Qué tanto estamos dispuestos a sacrificar como empresarios para priorizar el cuidado del planeta? Intentemos resolver esta pregunta en privado.



► Greg Holland

Gerente General Cámara
Chileno Británica de Comercio

Por Juan Pedro Clavel

“Algo positivo de 2021 fue el resurgimiento del interés de las empresas del Reino Unido por invertir o exportar a Chile”

Desde 1907 que la Cámara Chileno Británica de Comercio (Britcham Chile) ha estado presente en nuestro país, tiempo durante el cual se han encargado de ayudar a empresas de todos los tamaños y personas a conectarse con el objetivo de construir relaciones, compartir buenas prácticas, fomentar oportunidades y brindar apoyo estratégico para potenciar el intercambio comercial a nivel nacional y con los países del Reino Unido.

Hoy, como una de las Cámaras bilaterales más grandes y con más tradición a nivel local, cuentan con más de 130 empresas socias -incluyendo las más importantes compañías británicas-, de 42 distintos sectores productivos con representación en minería, ingeniería, servicios financieros, asesoría, consultoría, salud, farmacéutica, educación y derecho; industrias que a pesar de la pandemia, crisis económica a nivel mundial y panorama político interno, han incrementado su interés por las empresas chilenas. Así lo señala Greg Holland, Gerente General de Britcham Chile, quien asegura en esta entrevista con E-negocios que “algo positivo de 2021 fue el resurgimiento del interés de las empresas del Reino Unido que buscan invertir o exportar a Chile”.

Además, el “embajador” comercial profundizó sobre el aporte, objetivos y principales actividades de Britcham Chile por más de un siglo, como también la actualidad de la relación bilateral y el intercambio comercial entre Chile y los países del Reino Unido, los beneficios para sus socios, el trabajo que realizan en con las embajadas y más.

-La Cámara Chileno Británica de Comercio tiene más de un siglo de vida, ¿cuál ha sido su aporte y el rol que han cumplido en estos más de 100 años en nuestro país?

Somos una organización dinámica sin fines de lucro con más de 100 años de herencia y experiencia. Durante más de un siglo, hemos ayudado a empresas y personas a conectarse, con el objetivo común de crear conexiones para que las organizaciones alcancen su máximo potencial. Nuestra red fue creada por y existe para apoyar y conectar empresas, y para esto conectamos a las organizaciones para construir nuevas relaciones, compartir mejores prácticas, fomentar nuevas oportunidades y brindar apoyo estratégico para ayudar a las empresas miembro a comerciar a nivel local, nacional y mundial. Y nos hemos sabido reinventar a lo largo del tiempo.



-En la actualidad, ¿cuáles son sus principales objetivos, funciones y actividades?

Nuestro propósito es facilitar conexiones para crear oportunidades. Como una de las Cámaras bilaterales más grandes de Chile, nuestros miembros forman un gran ecosistema colaborativo y una plataforma para establecer contactos, intercambiar ideas e información, participando en diversas actividades y eventos.

Nuestros ocho comités, la columna vertebral de nuestra organización, brindan a nuestros socios un asiento en la mesa para interactuar con contactos de influencia, intercambiar con sus pares y ganar visibilidad con los clientes potenciales. Y en cuanto a nuestras actividades, colectivamente organizamos un promedio de 52 eventos por año, algunos hitos son nuestro Reconocimiento en Innovación Ambiental (RIGA), organizado por nuestro Comité de Sustentabilidad; y la Conferencia de Educación Bilingüe, organizado por nuestro Comité de Educación. Ofrecemos también varios eventos sociales donde las empresas pueden conectarse y el networking se lleva a cabo en un ambiente más relajado, como por ejemplo los torneos de golf.

-¿Cuáles son los principales beneficios que obtienen los socios de la Cámara?

Nuestros socios, no importa su tamaño, disfrutan de un excelente retorno de la inversión al aprovechar los beneficios de mercadeo, ahorro, protección y creación de redes en nuestra cámara, como por ejemplo acceso a nuestras publicaciones, nuestros eventos, Club de Conversación en Inglés, networking. Además, estamos agradecidos por nuestra estrecha relación de trabajo con el Embajador y la Embajada Británica en Chile, que nos permite brindar aún más valor y apoyo a nuestros miembros, así como nuestras

conexiones con el The Corporate Leaders Group for Climate Change, que nos brindan amplitud y profundidad en los temas medioambientales para compartir con nuestros socios.

-¿Cuáles son los principales sectores industriales que integran la Cámara, y los productos más importados y exportados por Chile, y viceversa?

Contamos con más de 130 empresas socias, incluyendo las más emblemáticas compañías británicas, desde multinacionales y pymes, hasta microempresas y socios individuales. Nuestra comunidad está compuesta por socios de 42 distintos sectores productivos con una alta representación de minería, ingeniería, servicios financieros, asesoría, consultoría, salud, farmacéutica, educación y derecho.

-¿Cómo se encuentra la relación bilateral y el intercambio comercial entre Chile y los países del Reino Unido, y cómo se ha visto impactado por la pandemia?

Algo positivo que surgió a principios de 2021 fue el resurgimiento del interés de las empresas del Reino Unido que buscan activamente invertir o exportar a Chile. El apetito por nuevos mercados casi había desaparecido en 2020, pero claramente las empresas se han acostumbrado a la nueva realidad y se dan cuenta de la importancia de exportar para hacer crecer sus negocios. Ganamos varios contratos para realizar trabajos para empresas de sectores de ingeniería, tecnología de la información, alimentos y bebidas, atención médica y educación, entre otros, y me complace decir que algunas de estas empresas ya están a punto de comenzar con nuevos socios locales.

-¿Cree que el intercambio comercial seguirá creciendo en el corto plazo o el panorama político económico actual de Chile puede mermar el dinamismo de las transacciones entre los miembros de la Cámara?

Trimestralmente, en conjunto con la Universidad de Desarrollo y otras nueve cámaras binacionales, medimos la confianza de los inversionistas extranjeros presentes en el país y el impacto de las variables que enfrentan las empresas de origen extranjero. Según la última versión de la encuesta de noviembre del 2021, el Índice mostró que la confianza de los inversionistas empeora en sus expectativas en el corto y mediano plazo, ya que la mayoría de las empresas evaluaron la situación en ese momento de estabilidad política social de forma negativa o muy negativa. Sin embargo, por el contrario, nuestra experiencia ha

sido muy diferente. Como mencioné anteriormente, hemos visto mucho interés renovado por parte de empresas del Reino Unido que buscan activamente invertir o exportar a Chile este año.

-En cuanto al trabajo que realizan en con las embajadas, ¿qué tipo de actividades desarrollan para fomentar el intercambio cultural entre Chile y UK?

Nuestra oficina está ubicada dentro de la Embajada y, por lo mismo, trabajamos muy de cerca con ellos, especialmente con el Departamento de Comercio Internacional (DIT). En cuanto a las actividades culturales, solemos organizar varias actividades a lo largo del año. Por ejemplo, acabamos de ayudar a organizar la Great British Week: una celebración de lo mejor de los británicos. Un evento destacado fue una fiesta inspirada en "Alicia en el País de las Maravillas", que tuvo lugar en la Residencia, donde celebramos lo mejor de la comida y bebida del Reino Unido, incluidas recetas tradicionales y nuevas ofertas.

-Finalmente, ¿qué tiene planificada la Cámara y sus principales actividades para 2022?

Mirando hacia el 2022, continuaremos realizando tantos eventos como sea práctico en formato virtual, ahorra tiempo de viaje, reduce la congestión del tráfico y la contaminación, y permite el acceso y la participación de muchas personas que se encuentran fuera de la Región Metropolitana, así como otros países. Sin embargo, eso no quiere decir que estemos listos para decir "adiós" a las reuniones cara a cara. Entendemos que este tipo de encuentros ofrecen oportunidades para nuestros socios a encontrarse con viejos amigos y colegas, y tal vez tener cafecitos con nuevos contactos y conversaciones más discretas, por lo que haremos todo lo posible para obtener la combinación adecuada de compromisos virtuales y presenciales en el futuro.

En cuanto a nuestras actividades, sin duda, hay mucho que hablar y analizar en este comienzo de 2022, no solo sobre el impacto de un nuevo gobierno que subirá al escenario en marzo, y la propuesta de una nueva Constitución un poco más adelante en el año, pero también hay muchas otras cosas que están sucediendo a nuestro alrededor en la región y en el resto del mundo que impactarán a Chile, y que estaremos abordando a través de los eventos de nuestros ocho comités.

Alejandro Urzúa

Analista económico U. Andrés Bello y OpenBBK

"El BC puede seguir subiendo la TPM para acotar la inflación, pero si la política fiscal sigue siendo grande e irresponsable, no será efectivo"

A pesar de los recientes aumentos de la tasa de interés de política monetaria (TPM) que ha aplicado el Banco Central (BC) en los últimos meses para controlar el proceso inflacionario que se vive en Chile, la inflación en 2021 cerró en 7,2%, alcanzando su mayor nivel en 14 años. Es por eso que el BC debió seguir su ruta alcista para tratar de controlar los precios y subió en 150 puntos base la tasa en su reunión de enero situándola en 5,5%, la mayor desde febrero 2009, asestando con ello otro duro golpe a la capacidad del sector empresarial para financiar inversiones y al consumo de las familias.

Así también lo considera el analista económico de la U. Andrés Bello y OpenBBK, Alejandro Urzúa, para quien una alta inflación "es lo más nocivo y regresivo para el país, ya que impacta con mayor fuerza a quienes tienen menos recursos", por lo que es importante que se comiencen a moderar las decisiones no orientadas a mayor productividad, empleo e inversión, y "ser responsables con el gasto fiscal, ya que el BC puede seguir subiendo la TPM, pero si la política fiscal sigue siendo extremadamente grande e irresponsable, no será efectivo".

En este contexto, el analista abordó también en entrevista con E-negocios los vaivenes de la economía nacional, las altas cifras del Imacec y de la inflación del año pasado, junto con sus respectivas proyecciones, como también la incertidumbre que genera la Convención Constitucional y sus intenciones de nacionalizar la industria minera en Chile, entre otros temas.

Por Juan Pedro Clavel

-El 2021 fue un año muy movido en materia económica, con ayudas estatales, retiros del 10% y altas cifras de crecimiento en los últimos meses, ¿qué se viene este 2022 en cuanto al crecimiento de la economía?

El 2021 cerró con altas cifras de crecimiento, por sobre al 12%, lo que fue algo excepcional y estuvo marcado por varias características. La primera es que fue un año donde la tasa de comparación con 2020 es muy superior, donde prácticamente todo Chile estuvo confinado durante un porcentaje importante el año, con la Región Metropolitana en confinamiento total una buena cantidad de semanas, entonces obviamente la tasa comparativa siempre será ostensiblemente mayor. Se debe recordar que en 2020 nos sorprendíamos con actividades económicas negativas que sobrepasaban las expectativas de los

expertos y las proyecciones del Banco Central, cifras que obviamente fueron mucho más positivas con posterioridad en 2021, donde ya habíamos aprendido a vivir con el Covid como sociedad y con el aparato productivo un poco más recuperado.

De manera paralela, está la exitosa política nacional de vacunación, los aportes estatales directos al bolsillo de las personas y los retiros de las AFP, lo que generó un año sobre estimulado. En este sentido, un tema que es muy complicado es el nivel de deuda pública, ya que el gasto fiscal fue muy potente y no se veía hace bastantes años, lo que obviamente hace que este 2022 sea bastante más complejo, con cifras mucho más estresadas. Incluso algunos especialistas no descartan la posibilidad de una recesión técnica con índices mensuales de actividad económica negativas. Se deben tomar



en cuenta también que las proyecciones del Banco Mundial para Chile bajaron del 2%, entonces tendremos un año muy complejo, que además tiene mucho ruido político y que tiene nervioso a los mercados, con mucha incertidumbre que inevitablemente afecta el crecimiento económico. En definitiva, tendremos cifras de crecimiento cercanas al 1% y 2,5%, ya que no estarán los incentivos al consumo y el fenómeno inflacionario se seguirá alargando por lo menos todo el primer semestre de 2022, lo que afectará el rendimiento económico del país.

-El año pasado también se registraron las tasas de inflación más altas de los últimos 14 años, ¿cómo se refleja esto en los consumidores y las expectativas del mercado? ¿Qué podemos esperar para los próximos meses?

Se podría decir que a nivel mundial hubo procesos inflacionarios por problemas de abastecimiento, el mundo no pudo seguir produciendo como lo venía haciendo durante los últimos años y obviamente esta escasez de productos, de materias primas para producir y los costos logísticos de transportes, fueron denominadores comunes independientemente del lugar del mundo, esto fue un fenómeno global. Tenemos una zona Euro con una alta inflación, igual en Estados Unidos, que no tuvieron retiros ni apoyos estatales. Chile además tiene este escenario complejo tras

entregar un mayor poder adquisitivo a la población, y acá creo que hubo un error en las políticas del Gobierno en torno a cómo se entregaban los incentivos. Se debe tener claro que la pandemia implantó un escenario desconocido, pero en un principio fueron ayudas muy focalizadas y sectorizadas con muchos requisitos, lo que a la larga provocaron inseguridad en la ciudadanía y posteriormente pasamos a tener ayudas universales, creo que ahí estuvo el error porque debimos haber tenido ayudas universales en el momento más agudo de la crisis y ayuda a sectorizada cuando íbamos levantando. Este escenario, más los retiros, las ayudas estatales y la incertidumbre a nivel político, hizo que se generara un nivel de inseguridad en la gente e inversionistas, con fuga de capitales importantes y un tipo de cambio sobre a los 800, todos factores que inciden en la inflación.

Además, con la mayor disponibilidad de recursos por parte de la ciudadanía se genera un fenómeno donde la gente comienza a perder el concepto de sensibilidad en la variable precio, ya que cuando las personas tienen dinero y poder adquisitivo consumen sin regatear, lo que incide en que los vendedores vayan subiendo paulatinamente los precios. Estos fenómenos generaron un proceso inflacionario bastante particular en el país, que si bien es muy parecido a lo que sucedió en otras partes del mundo, Chile tuvo estas características individuales. Esperamos que este proceso, considerando la llegada de Mario Marcel al ministerio de Hacienda, quien junto al Presidente electo se manifestaron en contra de un cuarto retiro, y sin aportes fiscales a la ciudadanía, afecte la demanda y eso ayudaría a que la economía vaya enfriando su proceso inflacionario a lo largo de un par de meses más. No obstante, por lo menos continuaremos con presión inflacionaria la primera mitad de este año, pero debemos esperar a que se tienda a normalizar hacia mediados del próximo año, en el peor de los casos.

-En este sentido, ¿qué podemos esperar para el corto plazo respecto a la Tasa de Política Monetaria (TPM) del Banco Central? ¿Más presión para seguir subiendo la tasa de interés?

El Banco Central es un ente autónomo y está mandatado por ley para velar por la inflación. Se debe entender que la inflación es por lejos lo más nocivo para la ciudadanía, porque cuando se habla de subir la tasa de interés implica que se hará más caro el acceso al crédito para empresas y personas naturales, a quienes les repercute de forma mucho más directa en las líneas de crédito, créditos de consumo y tarjetas de crédito, pero de alguna manera eso es mucho menos nocivo que una inflación

“Una alta inflación es lo más nocivo y regresivo para el país, ya que impacta con mayor fuerza a quienes tienen menos recursos”

desatada. Lo que me ha dejado una muy buena sensación es que el Banco Central desde el estallido social hasta ahora ha estado muy vigilante, expectante y muy sincrónico para tomar decisiones con respecto a factores inflacionarios para poder ayudar a mantener acotado el tipo de cambio, para mantener de alguna manera a raya la inflación, que si bien hoy día está descuadrada se debe considerar que también ha sido un fenómeno global. El BC es una entidad activa y conectada con la realidad, y si es necesario tocar tasas hacia arriba nuevamente lo volverá a hacer, pero la tranquilidad que debe tener la ciudadanía es que es una entidad que está preocupada por el devenir del futuro económico y que está tomando las medidas pertinentes.

De todos modos, se pueden seguir subiendo la tasa, pero si la política fiscal sigue siendo extremadamente grande e irresponsable, no serán muy efectivas las medidas. En todo caso, se espera que en otras partes del mundo también comience a normalizar el proceso inflacionario, por lo que deberíamos esperar que ese fenómeno también se dé en Chile. Una inflación alta es lejos lo más regresivo para el país porque afecta mucho más a la gente de bajos ingresos.

-¿Cómo se han comportado los mercados y cuáles son sus mayores inquietudes tras la elección de Boric como Presidente electo y la incertidumbre que genera la Convención Constitucional? ¿Considerando además las intenciones de nacionalizar las mineras en Chile?

Todo este escenario hace dudar a los inversionistas, porque si se van a estar cambiando las reglas del juego constantemente, con reformas tributarias, afectando el derecho de propiedad, con la posibilidad de ir nacionalizando ciertas industrias, no se entregan certezas y no es viable, y obviamente eso sin lugar a dudas está afectando las confianzas. Creo que en la medida que podamos ser capaces de salir rápidamente de este espíritu

reformista, se podrá avanzar. Hay un dicho que dice “los estados pueden hacer lo que quieran, pero los inversionistas también harán lo que ellos quieran”, y ellos jugarán para sacar el máximo de rentabilidad. Si Chile se transforma en un país hostil para el inversionista, donde no se respetan las reglas del juego, donde se suben los impuestos, entre otras barreras, es muy probable por ejemplo que ese inversionista canadiense lleve sus capitales a Perú, Colombia o cualquier economía emergente con la cual estamos compitiendo. Este es un elemento que nos tiene todavía muy preocupados y no podemos perderle el foco. Esperamos que las propuestas en la Convención se moderen, porque algunas están muy ideologizadas. En este sentido, recibimos con muy buenos ojos como el Presidente electo fue moderando su discurso y entregando ciertas certezas al mercado, como fue la nominación de Mario Marcel en Hacienda, que es una prenda de garantía en muchos aspectos económicos.

-¿Cuáles cree debiesen ser las principales medidas económicas del nuevo gobierno para potenciar el crecimiento de la economía?

Acá lo principal es comenzar a entregarle nuevamente a los inversionistas certeza jurídica y legal, como también ser muy respetuosos con el gasto fiscal, ver cómo se financia responsablemente, y lo otro importante es que vemos un Congreso equilibrado, por lo que se requerirá avanzar en una política de consensos, que creo fue la gran receta que le hizo muy bien a Chile tras el retorno a la democracia y durante tantos años. Lo más importante es salir rápidamente del factor de incertidumbre que genera el proceso constituyente, que afecta a la gran mayoría de las personas e inversionistas. En la medida que no tengamos certezas, se afectará fuertemente las inversiones.

“En todo caso, se espera que en otras partes del mundo también comience a normalizar el proceso inflacionario, por lo que deberíamos esperar que ese fenómeno también se dé en Chile.”



EtMmeet

La herramienta gratuita para pymes que abre las puertas al éxito

¿En qué consiste EtMmeet y cuál es el aporte al mundo de las pymes?

Es una plataforma gratuita que desarrollamos en *Emprende tu Mente* y funciona en web y en versión móvil en iOS y Android. Comenzamos a desarrollarla a fines de 2020 en plena pandemia, con el objetivo de generar un canal que permite que emprendedores de todo el país puedan conectar con líderes del mundo empresarial y con tomadores de decisiones de grandes empresas para que puedan hacer negocios. En enero de 2021, hicimos el lanzamiento oficial.

En la plataforma existen dos universos: el primero es el comercial y está enfocado para aquellos emprendedores que buscan hacer negocios con grandes empresas. Para lograrlo, hoy pueden reunirse con más de 1.500 gerentes o ejecutivos de diferentes compañías, quienes están abiertos a buscar soluciones para sus desafíos. Dentro de este universo comercial, también está la posibilidad de reunirse con más de 260 Inversionistas.

El segundo universo es el de asesorías y acompañamiento. Este módulo fue creado para que emprendedores de cualquier industria o nivel de desarrollo, puedan reunirse con mentores(as) con diferentes áreas de experticias, para que estos últimos les entreguen asesorías personalizadas en las áreas que requieran apoyo. Actualmente contamos con más de 800 mentores y mentoras, con más de 35 áreas de experticias.

¿Cómo funciona esta aplicación? ¿De qué forma podemos ocuparla?

EtMmeet funciona en primer lugar gracias a la donación de tiempo de diferentes expertos y expertas, los cuales están interesados en conocer a emprendedores para hacer negocios o para ayudarlos de manera solidaria. Trabajamos durante todo el año con más de 20 grandes compañías para involucrar a los equipos de diferentes gerencias, para que pueda conectar con emprendedores de todo el país.

En segundo lugar, cualquier emprendedor o emprendedora puede registrarse gratuitamente, completar su perfil y navegar y seleccionar al experto(a) con el que quiere reunirse. Luego viene el momento del "Match". Para que esta herramienta funcione exitosamente, es fundamental que los usuarios que se reunirán tengan intereses en común y que los emprendedores tengan necesidades o soluciones, que los expertos quieran conocer o solucionar, sea cual sea el caso. Para esto utilizamos a "Alan", el motor a cargo de hacer el Match entre los usuarios. Finalmente, una vez que "Alan" confirma al emprendedor(a) que se reunirá con el experto(a), la reunión se les agendará a los usuarios en sus correos personales y podrán ingresar a la reunión fácilmente desde ahí. Durante la reunión, las partes

podrán conversar libremente y la reunión tendrá una duración de 20 minutos. La gracia es que el experto(a) es quien puede decidir mantener el contacto con el emprendedor(a) en caso de estar interesado.

¿Cómo ha sido la recepción en el ecosistema de emprendimiento nacional?

Hoy, en ETM trabajamos con más de 35 organizaciones de todo Chile, que son parte relevante del ecosistema de emprendimiento y de innovación nacional. Algunas de estas organizaciones son Endeavor, Corfo, Mujeres Empresarias, Foro Innovación, Digevo Ventures, Startup Chile, Pro Chile, G100, Fundación Chile, Chrysalis, entre varias otras. Nos han apoyado a convocar a sus comunidades de expertos para que apoyen a emprendedores, así como también nos han apoyado a convocar a sus comunidades de emprendedores para que hagan uso de EtMmeet.

Por otro lado, hemos podido convocar también a instituciones del mundo corporativo, como la CPC, la SOFOFA, ICARE y diferentes cámaras de negocios y de comercios. En este sentido, creemos que la participación y el apoyo de los líderes de estas organizaciones han generado un tremendo valor en nuestro propósito.



EtMmeet es una plataforma que tiene como objetivo conectar al ecosistema de emprendimiento e innovación con grandes empresas, mentores/as e inversionistas para trabajar colaborativamente con el objetivo de generar oportunidades, progreso y desarrollo social y económico para Chile y la región. En ella han participado más de cinco mil 500 emprendedores de todo el país, de diferentes niveles de desarrollo y de más de 30 industrias diferentes, generando más de dos mil 100 reuniones.

"Con esta herramienta absolutamente gratuita cualquier emprendimiento de Chile puede tener acceso a miles de posibilidades que le ayudarán a hacer crecer su negocio estén donde estén", asegura a E-negocios Nicolás Bové, Director Ejecutivo de EtMmeet, perteneciente Emprende tu Mente, corporación sin fines de lucro nace de la evolución del evento "Asado Emprendedores" desde el año 2007.



“TruferosGrau”

Empresa familiar con
innovación, naturaleza y
productividad

Por Pierinne Méndez Yaeger



Todo comenzó como una inquietud personal de Jordi Grau Ruiz de querer cambiar su estilo de vida y emprender en algo innovador. Por tal motivo, buscó entre sus preferencias una carrera universitaria que, además de apasionarlo, le permitiera abrir camino en un lugar tan especial como Futrono, Región de Los Ríos, donde pasaba sus vacaciones, hasta que un día decidió iniciar su negocio en la zona. Hoy, con tan solo 37 años, este ingeniero agrónomo lidera el área de producción y Redes Sociales de TruferosGrau, empresa familiar creada el año 2010 que cultiva y cosecha las mejores trufas frescas del sur de Chile.



"Aspiraba poder hacer e incorporar en mi estilo de vida un cultivo agrícola no tradicional, muy innovador y que requiere el trabajo con perros, del que no se sabía realmente nada sobre su producción, un producto que necesitaba "nacer" en Chile y que parecía más mito que realidad. Todo era tan desafiante y bello, por lo que no me pude resistir y abrí esa puerta", cuenta Jordi en esta entrevista a E-negocios. Además, el emprendedor aborda en estas líneas los principales productos y servicios de TruferosGrau, sus procesos de producción, la recepción del mercado y sus proyecciones para una nueva temporada.

Otro atributo o ventaja comparativa es que somos dos directores los que estamos a cargo de la empresa, mi madre, Mirenchi Ruiz Hidalgo, que vive en Santiago y se dedica intensamente a dar el mejor servicio, y yo que vivo en la zona de producción, Futrono, donde me dedico a lograr el mejor producto.

Nos pueden buscar en nuestra página web www.truferosgrau.cl o en redes sociales como @truferosgrau, por esos medios encontrarán nuestros números para llamar, escribir por WhatsApp, por mensajes internos, etc, siempre atenderemos.

-¿Qué es TruferosGrau y cuáles son sus principales productos y servicios?

Es una pequeña empresa familiar que surgió como emprendimiento innovador y que hoy, a pesar de seguir siendo pequeña e innovadora, está bastante sólida y bien posicionada en el mercado. Trufas frescas de invierno y verano, hongos silvestres, frescos y conservados, criadores de abejas con manejos biodinámicos, servicios de asesoría integral para el cultivo de trufas, servicios de mantención y cosecha de trufas, entre otros. Si bien nuestro principal producto ha sido el mismo desde los inicios, nos caracterizamos no solo por ser productores de trufas, sino que también por ser el proveedor de novedades, tanto para personas particulares como para restaurantes y hoteles.

-¿Qué los diferencia de la competencia?

Creo que ha sido una rebelde, innata y excelente estrategia el no ocuparse de la competencia, nos ha mantenido auténticos y hemos desarrollado nuestro camino plenamente. Nuestros atributos están vinculados a la pasión con que hacemos cada tarea de nuestro proyecto y a la constante observación para hacer las cosas mejor, nos equivocamos constantemente pero lo aprovechamos.

-¿Cómo es su proceso de producción?

Primero que todo es respetuoso, por ahí partimos, es nuestra convicción para no perder el sentido y la pasión por lo que hacemos, nunca hemos ocupado agroquímicos por ejemplo, no solo no afectamos el ecosistema en el que producimos, sino que hemos mejorado muchas condiciones de éste, por lo mismo optamos trabajar siempre bajo los principios biodinámicos, que nos permite ir midiendo, aprendiendo y mejorando constantemente.

-¿Cómo se ha comportado el mercado, sus consumidores y donde los pueden encontrar?

El mercado nacional se ha comportado muy bien con nosotros, sabemos que en general es limitado, que cada año va creciendo poco a poco, incluso más lento que el aumento de producción local. Sabemos también que la mayor parte de la producción nacional se exporta, pero como para nosotros siempre fue un punto importantísimo entregar nuestra mejor trufa en Chile, hemos tenido una excelente respuesta, tanto de personas particulares que buscan una trufa para probarla, hasta restaurantes de alto flujo. Ver cada día más clientes felices "trufituristeando" y trufando lo que se les ocurre, es lejos nuestro mejor premio.



-¿Cuáles son sus proyecciones para 2022?

Se viene interesante este año porque tendremos un poco más de trufa, nuevamente de muy buena calidad. Con esto de la pandemia esperamos que los restaurantes sigan abiertos para que todos tengan la opción no solo de cocinar con tu trufa en casa, sino también probar diferentes propuestas, ya que los restaurantes se las están jugando muchísimo, sin miedo, viendo preparaciones que ni en Europa se ven. Aparte, este año tenemos dos proyectos sorpresa por lanzar, que los hemos venido postergando por la pandemia, por lo tanto, se vienen más novedades para esta próxima temporada.

Oscar Cáceres

Coach y conferencista internacional

“En tiempos de crisis el foco debe estar en la fortaleza mental, resiliencia, objetivos y confianza”

La pandemia del Covid-19 ha generado grandes turbulencias en la actividad económica y dentro de las empresas, con efectos realmente demoledores que han aumentado las cifras de afiliación a la seguridad social y de desempleo. Sin embargo, afrontando el proceso de desescalada, toca pensar en cómo construir una nueva normalidad, un periodo en el que las herramientas para el éxito personal y laboral pueden ayudar a las organizaciones a mejorar su sostenibilidad y productividad.

En este escenario, Oscar Cáceres, coach y conferencista internacional, especialista en liderazgo y formación de equipos de alto desempeño, señala en esta entrevista con E-negocios que “en tiempos de crisis el foco debe estar en la fortaleza mental, resiliencia y los objetivos”, destacando que la principal competencia a desarrollar es “la capacidad de generar confianzas, poniendo foco en visiones esperanzadoras, en objetivos apasionantes y en una mirada al final de la curva”. Además, el director ejecutivo de OCA Consulting Group, profundiza respecto a las competencias que debe desarrollar un líder para enfrentar la adversidad, cómo generar confianza en los colaboradores y el aporte del coaching o mentoring en estos procesos humanos, entre otros.

Por Pierinne Méndez Yaeger

-En tiempos de crisis como los que ha vivido Chile en estos últimos años, ¿qué competencias debe desarrollar un líder para enfrentar la adversidad y salir adelante impulsando a sus colaboradores, y logrando los objetivos propuestos?

El mundo ha cambiado y nos ha obligado a salir de nuestras zonas confortables y esto ha generado miedo y confusión. Hemos experimentado pérdidas en varios ámbitos, emprendimientos, trabajos, paz mental e incluso pérdida de seres queridos. En este escenario se ha tornado muy complejo mantener los estándares para lograr nuestros objetivos, pues como sabemos, el miedo paraliza y nos desactiva. En este contexto, la principal competencia a desarrollar es la capacidad de generar confianza, ya que el miedo es ausencia de confianza.

-¿Cómo impulsamos y generamos confianza en nuestros colaboradores a salir de estados paralizantes, de miedo y desconfianza e incertidumbre frente al futuro?

Claro, cómo se logra generar confianza en tiempos complejos; poniendo foco en

visiones esperanzadoras, en objetivos apasionantes y en una mirada “al final de la curva”, término que viene del automovilismo, pues al tomar una curva nunca se debe poner el foco mental en la curva; siempre al final de ésta.

-Del mismo modo, en pandemia muchas personas han experimentado pérdidas de sus trabajos, emprendimientos y de seres queridos... ¿cómo se hace para rearmarse, reinventarse y seguir adelante con la vida?

Herramientas como la Programación Neurolingüística (PNL) suelen ser muy efectivas para “resetear” nuestras mentes y mirar el futuro de manera optimista. Siempre menciono la metáfora del GPS, recalcular e incluso a veces, redefinir el destino, es decir, nuestro futuro.

-¿De qué manera el coaching o el mentoring aportan a estos procesos humanos que, sin duda, hoy se aparecen como cruciales para la supervivencia tanto de empresas como de las personas?

Cada día con más fuerza las compañías y los emprendedores acuden a coaches serios y experimentados para poder

transitar con éxito en estos nuevos escenarios. En mi caso, resalto mi programa de mentoría para el éxito personal, orientado a sacar de los estados mentales limitantes a las personas y acompañarlos a vivir una vida plena y abundante. Creo que este tipo de ayuda puede ser muy poderosa.

-¿Cuáles son las claves para generar un equipo de alto rendimiento y poder mantenerlo a la distancia en momentos de adversidad?

Las claves son la fortaleza mental, la resiliencia, la determinación e ir por los objetivos, la confianza y, aunque parezca extraño, la gratitud, pues esto último nos posiciona en un estado emocional poderoso para ir por nuestros propósitos.

-Finalmente, ¿qué hacen en OCA Consulting Group y cuáles son sus principales servicios?

Nos dedicamos a impulsar el crecimiento de los equipos a través del factor humano y específicamente mental. Estamos convencidos de que somos lo que pensamos y eso se refleja en la forma en que nos va en la vida.

<https://www.oscercaceres.com/>



Máximo Picallo

Presidente Asociación Chilena de Gastronomía (Achiga)



“Somos el sector más afectado, por lo que estamos expectantes a lo que hará el nuevo Gobierno en términos económicos, laborales y de seguridad”

Por Pierinne Méndez Yaeger / Juan Pedro Clavel

El pasado 31 de enero la Asociación Chilena de Gastronomía (Achiga) cumplió 42 años, tiempo durante el cual ha velado por los intereses y el desarrollo del sector gastronómico de Chile, y que en estos últimos meses de pandemia ha debido enfrentar complejos escenarios con medidas sanitarias y cierres por confinamientos, que finalmente han llevado al cierre y quiebra a muchos restaurantes en todas las regiones del país.

A este adverso escenario, según Máximo Picallo, presidente de Achiga, se le debe sumar un alto nivel de morosidad de muchos emprendedores del rubro, ya que como indica en entrevista con E-negocios, “es un sector que está altamente endeudado, tratando de sobrevivir con problemas de una inflación de los costos mucho mayor que la inflación nacional”, por lo que destaca que “estamos expectantes a lo que hará el nuevo Gobierno en términos económicos, laborales, de seguridad ciudadana”. Además, el dirigente profundiza en cómo ha golpeado la crisis económica y sanitaria al sector, las medidas de apoyo del Gobierno y el escenario que deberá enfrentar la nueva administración, como también el escenario futuro para la actividad gastronómica para esta temporada, entre otros temas.

-¿Cuál es el rol principal de Achiga y qué representación tienen a nivel nacional?

Somos una asociación gremial de empresarios gastronómicos nacionales, abarcando desde pymes hasta cadenas multinacionales, donde nuestro rol es representar y difundir buenas prácticas y participar de toda la normativa que nos afecta. Antes de la crisis por la pandemia, como industria empleábamos 300 mil personas en forma directa y hemos tomado un gran rol este último tiempo, ya que todos los protocolos de apertura fueron generados por nosotros junto al Ministerio de Economía, participando activamente al Plan Paso a Paso. Hemos sido bastante proactivos y también tenemos contactos con asociaciones gremiales regionales, participando en la toma de decisiones en este sentido.

-¿Cómo se ha visto afectado el sector gastronómico por la pandemia, los confinamientos y la crisis económica?

Hemos sido el sector más afectado en esta crisis que para nosotros parte con el estallido social, lo que ha generado situaciones de violencia y obligó a muchos sectores a cerrar. Estuvimos cinco meses cerrados, luego tuvimos aperturas, pero igual se nos obligó a seguir pagando patentes, imposiciones de trabajadores, los costos de los negocios siguieron operando y las ayudas fueron insuficientes. Se valoran, pero ninguna fue capaz de solventar cinco a siete meses

de cierre. Y luego, cuando volvimos a abrir, hubo nuevas restricciones, durante los últimos dos años lo único que hemos hecho es endeudarnos con los créditos Fogape. Es un sector que está altamente endeudado, tratando de sobrevivir con problemas de una inflación de los costos mucho mayor que la inflación nacional.

-¿Qué estadísticas existen en relación a quiebra de empresarios en el rubro?

Existe poca información que se pueda obtener a través de Servicio de Impuestos Internos y otros organismos, las bases de datos no están muy limpias, pero se estima que cerraron alrededor de 30% de los locales, esas son las cifras que arroja la pandemia.

-Respecto a las medidas y ayudas económicas del Gobierno, ¿cree que apuntaron en el camino correcto o aún falta por hacer?

Creo que la Ley de Protección de Empleo fue una política pública bastante pro empleo, porque hacía que los negocios no tuvieran que despedir a su personal. Lamentablemente, el periodo que se tenía que aplicar fue mucho más largo de lo razonable y los negocios tuvieron que seguir pagando las imposiciones, y en algunos casos quedaron con deudas. Lo que criticamos es que las medidas de ayuda fueron para toda la economía, no eran pensadas para los sectores más golpeados por la crisis.

-¿Qué medidas han tomado como agrupación para enfrentar el complicado escenario actual y cómo se prepararon para la época estival?

Como agrupación las mayores medidas que tomamos fue representar al sector frente a las autoridades no solo del gobierno, por lo que generamos una base de comunicaciones muy potente, trabajando el protocolo de apertura de los restaurantes. Ahora que llego el virus Ómicron realizamos una campaña de incentivo al pase movilidad, anticipándonos a situaciones que podrían afectarnos a corto o largo plazo.

-¿Cómo ve el escenario futuro para la actividad gastronómica y sus proyecciones para 2022?

Somos optimistas, es muy importante saber cuáles son las medidas que va a optar el próximo Gobierno. Sabemos que algunas de esas autoridades plantearon un “corto circuito” que para nosotros sería un golpe de gracia, pensando que hoy no existen recursos o ayudas económicas para mantener cerrados. Por tanto, hoy hemos aprendido de la crisis sanitaria, hay países que ya están dando vuelta la página. Estamos expectantes a lo que va hacer con el nuevo Gobierno en términos económicos, laborales, de seguridad ciudadana en pos del empleo, y de un país más digno y mejores condiciones de vida.

Nawaiiam

La empresa de tecnología que revoluciona el área de Recursos Humanos a nivel mundial

El equipo responsable de proyectos como Tu Primera Pega en Chile y Tu Primer Laburo en Argentina, desarrolló -junto a una serie de profesionales dedicados al área de recursos humanos- el videojuego Nawaiiam, innovadora plataforma que utiliza la ciencia de datos para optimizar el proceso de selección y contratación de personal.

Con casi dos años en el mercado, en la primera temporada la empresa fundada por Horacio Llovet y Javier Krawicki ya es utilizada en 15 países por entidades como Epson (región Latinoamérica), McDonald's, Coca Cola, Grupo Bimbo Latin Sur (Argentina, Chile, Uruguay, Perú y Paraguay), NotCo, Oxford, Bayer, Iberdrola, Telefónica/Movistar, Insud Pharma, Alain Affleou, entre tantas otras, para evaluar a sus talentos.

El co-fundador de la compañía, Horacio Llovet, licenciado en Recursos Humanos por la Universidad Argentina de la Empresa y destacado conferencista internacional sobre gestión del capital humano y nuevas tecnologías, y hoy a la cabeza de Nawaiiam, comenta con E-negocios su experiencia con una de las empresas de RR.HH. más destacadas a nivel mundial.

-¿Cómo surge la idea de crear este video juego para captar talentos en las empresas?

Hay que entender que hoy, la transformación de la tecnología llegó a la vida de las personas y las organizaciones, al mundo de los trabajadores, para transformar procesos que, en muchos casos, están quedando obsoletos, como es hoy el tema de poder detectar las aptitudes, las competencias y las conductas de las personas dentro de las organizaciones, o del mundo educativo. Desde Nawaiiam intentamos traer el futuro al presente, ayudando a nuestros clientes a innovar rápidamente, acorde a la evolución del mercado, pero sobre todo, a los cambios generacionales, y con ese espíritu surge esta idea.

-¿De qué manera funciona la plataforma de Nawaiiam?

A través de un videojuego que propone una aventura basada en una catástrofe climática sin precedentes, se desafía al candidato externo o colaborador interno, a salvar la mayor cantidad de vidas, en una historia donde simula, junto con la persona que lo juega, a ocupar el rol de heroína/héroe. De la muestra obtenida se desprenden miradas respecto de los perfiles más y menos preponderantes respecto de la motivación/facilidad o desmotivación/esfuerzo para desarrollar de forma natural determinadas competencias. Las organizaciones utilizan esta herramienta para dos grandes procesos: atracción de talento y evaluación interna de los colaboradores.

-Hace algunos meses anunciaron el lanzamiento de la segunda temporada de Nawaiiam, ¿qué innovaciones trae esta nueva versión?

Sentimos que el metaverso será uno de los grandes cambios de paradigma de la tecnología en el mediano y largo plazo. En su momento lo fue Internet, y ahora intuimos que algo similar sucederá con metaverso. Por eso, gran parte de nuestro equipo de innovación y tecnología está trabajando en la segunda temporada de Nawaiiam, la cual será con esta tecnología. A grandes rasgos, el metaverso consiste en un mundo virtual al que se accederá mediante un visor de realidad virtual. La idea es crear un espacio similar a Internet, pero en el que los usuarios, a través de avatares digitales, puedan caminar dentro e interactuar entre sí, en tiempo real.

-¿Qué proyecciones tiene la compañía con esta nueva apuesta en el metaverso para el 2022?

Hoy evolucionar con nuestro test conductual a través de metaverso nos garantiza continuar otorgándoles a nuestros clientes un servicio diferencial, donde siempre tendrán innovación constante. Imagínense estar jugando a Nawaiiam dentro de metaverso y luego de unos minutos, y tras una divertida y lúdica aventura, y de quitarte las gafas, ya tengan un perfil de conductas. Ya la primera temporada de nuestro gaming



fue una gran experiencia, por eso esta segunda temporada será revolucionaria.

-Actualmente hay un cambio en el paradigma del mercado laboral, en ese contexto, ¿de qué forma Nawaiiam contribuye a la selección de talentos?

Dentro de nuestra cultura está la reinención constante, uniendo y conectando a las personas con el uso responsable de la tecnología. Creemos que podemos ser un puente entre las personas y la tecnología. Siempre, el factor humano es y será la prioridad y lo que haga la diferencia. Desde Nawaiiam intentamos traer el futuro al presente, ayudando a nuestros clientes a innovar rápidamente, acorde a la evolución del mercado, pero sobre todo, a los cambios generacionales en el ámbito laboral, y la importancia de entender estas tendencias resulta fundamental para desenvolverse con éxito en el mercado laboral actual. En ese sentido, Nawaiiam es la plataforma que permite confluir todas estas variantes.

Tecmemad, compañía integrada por una familia de padres e hijos arquitectos, es una empresa líder con más de 40 años en el mercado nacional especializada en servicio de diseño, fabricación y comercialización de productos arquitectónicos de alta tecnología, como pisos elevados, cielos falsos, revestimientos de muros y quiebravistas. Además, dentro de su larga existencia, han participado de grandes proyectos, como la construcción de obras del Metro de Santiago y la Empresa de Ferrocarriles del Estado, entre otros.

Según el arquitecto Cristián Segovia, Gerente Comercial y Director de Tecmemad S.A., la receta del éxito de toda empresa familiar radica en la profesionalización, la que "es fundamental" para su crecimiento y "se logra con estudio permanente y especialización", destacando que "muchas fracasan en el tiempo, pero si entiendes que la empresa se debe a sus trabajadores, partiendo por la familia que participa activamente, todo fluirá". Además, el profesional nos cuenta en esta entrevista con E-negocios acerca de los orígenes de esta empresa familiar, los servicios que ofrecen, los principales logros de la compañía en cuatro décadas y sus futuros proyectos.

Cristián Segovia

Arquitecto y Gerente Comercial de Tecmemad S.A.

“La profesionalización de las empresas familiares es fundamental y se logra con estudio permanente y especialización”

Por Lidia Mateluna C.



-¿Cómo surge Tecmemad?

Nuestra compañía viene de Dicsacom S.A., empresa primaria donde participaba junto a mis padres María Ángela Alvarado Passero y Oscar Segovia Cárdenas, ambos arquitectos, y que se enfocó en el diseño y construcción de salas de computación como data centers y plantas libres de oficinas. El año 2004 creamos la Sociedad Tecnológica Metal Madera, conocida como Tecmemad S.A., donde se incorporó mi hermano Ignacio, con quien trabajo codo a codo, y mi hermana menor Ángela, que estuvo en el proyecto tres años.

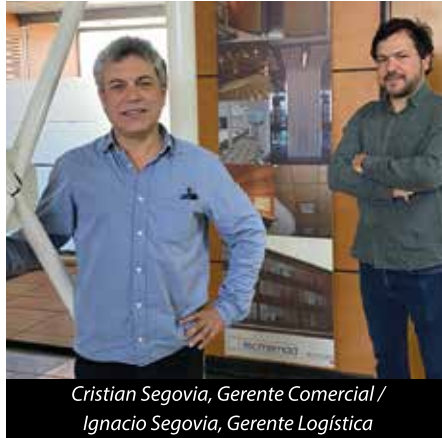
Posteriormente, el 2019 creamos Grupo S&H, con sede en Asunción, siendo nuestra primera gran obra el acceso de CasaCor Paraguay, que es una reconocida feria itinerante internacional de diseño. S&H tiene la misión de atender el mercado paraguayo a través de una empresa constituida en ese país, y actualmente contamos con seis proyectos en ejecución y varios en estudio. Y en el caso de Bolivia, otro país con el que tenemos negocios, exportamos nuestros productos hace 20 años, uno de los proyectos más destacados fue la Torre MSC en Santa Cruz, hace cinco años.

-¿Cuáles son sus principales servicios?

Tecmemad atiende dos áreas de negocios: la industrial, que sigue diseñando y fabricando pisos técnicos registrables, donde somos líderes en la región y únicos fabricantes en Chile; y los productos arquitectónicos con la prefabricación de revestimientos, cielos, celosías y quiebravistas en todo tipo de maderas y metales (aluminio, aluzinc, acero). Estos



productos son de alta tecnología, con componentes acústicos y de diseño, de rápida instalación y permanencia muy acotada en la obra.



Cristian Segovia, Gerente Comercial /
Ignacio Segovia, Gerente Logística

Vendemos un tangible, es decir, un producto final, con diseño y tecnología incorporada y un componente importante de ingeniería, lo que nos permite estar presentes en la mayoría de los grandes proyectos institucionales, corporativos y de infraestructura crítica en dos áreas: productos arquitectónicos y el brazo industrial, a través de los pisos técnicos registrables.

-Durante estos 40 años de experiencia en el mercado, ¿cuáles son los principales logros que han tenido como empresa?

Algunos de los proyectos en los que hemos participado a nivel nacional son principalmente obras de infraestructura en el Metro de Santiago, Empresa de Ferrocarriles del Estado, aeropuertos, terminales portuarios, autopistas, hospitales, ministerios, municipalidades, minería, educación, casinos, edificios corporativos, proyectos solares, eólicos, entre otros. La presencia internacional ha sido algo muy importante, dando confianza a nuestros clientes y a nosotros mismos.

-Según su experiencia, ¿cuáles son los pros y contras de trabajar con la familia?

Siempre hemos sido una empresa familiar. Pienso que el que mis padres y yo coincidiéramos en nuestra profesión de arquitectos, fue la piedra angular de esta empresa. Todos tenemos gran pasión por la arquitectura y discutimos las soluciones de diseño e ingeniería proyecto a proyecto. Es muy lindo poder mirar hacia atrás y ver como un propósito común profesional está compuesto por integrantes de tu familia nuclear. Ver a tus padres y hermanos que participan a diario en el negocio, es algo que te permite tener la satisfacción de que tu familia se proyecta en algo más allá. Pudiese ser lógico pensar que lo más difícil de trabajar con ellos es poder separar la familia del trabajo, pero mi experiencia dice más bien que se debe entender que tus padres y hermanos pasan a ser socios y compañeros de trabajo. En este punto es donde las jerarquías se establecen por los aportes profesionales y los liderazgos, y no por ser "hijo de" o "padres de".

-¿Cuál es la receta para el éxito en una empresa familiar?

La profesionalización de las empresas familiares es fundamental y esto se logra con estudio permanente y especialización. Muchas compañías fracasan en el tiempo, cuando se incorporan las siguientes generaciones. Si tú entiendes que la empresa se debe a sus trabajadores, partiendo por la familia que participa activamente, todo fluirá.

-¿Cuáles son las proyecciones para este año?

Un desafío importante es la consolidación en el mercado paraguayo con nuestros productos. Si bien Tecmemad ha tenido como mercado objetivo a clientes corporativos e institucionales, los encargos particulares como conjuntos de casas y edificios, es el mercado que estamos cautivando más, debido a la incorporación de tecnología y calidad en las terminaciones e este tipo de obras en los últimos años.





e-

NEGOCIOS

Revista impresa y digital de negocios y emprendimiento en Chile. Actualidad, minería, retail, construcción, tecnología, innovación, sustentabilidad, pymes, motor, gourmet, bar y más.

Visítanos en www.e-negocios.cl
Si quieres avisar con nosotros escribemos a **contacto@e-negocios.cl**





Así se celebró el lanzamiento de Capital Coctelera, la ruta de coctelería en la RM

Este mes de febrero se lanzó la segunda versión de Capital Coctelera, diez días de actividades en distintas barras capitalinas que tienen como objetivo impulsar una nueva cultura en coctelería y consumo consciente. Un concepto que nace bajo el amparo de Festival Coctelera y que desde hace dos años busca acercar cada vez más a quienes viven en Chile al mundo de los cócteles y de la mocktelera.

El lanzamiento se vivió en las instalaciones del Hotel Renaissance, donde los asistentes pudieron disfrutar en la recepción de distintos cocktails elaborados en base a vermuta chilena. Por otro lado, las actividades protagonistas fueron clases de mocktelera de la mano de Manu Zona Libre de Alcohol (@zonalibredealcohol) y de coctelería de Easy Ways (@easywayschile); además de un taller de los clásicos de coctelería de Jacks Daniels (@jackdanielschile), liderado por la reconocida embajadora Maca Tugas. Tres actividades que disfrutaron periodistas e influencers amantes de las barras.



Para mayor información ingresar a www.lacoctelerafestival.cl, y en las redes sociales Instagram @capitalcoctelerachile @lacoctelerafestival

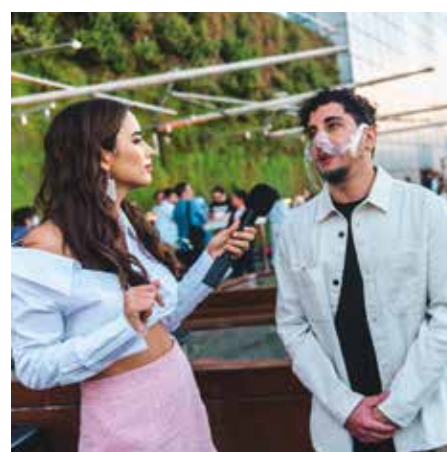


LG

lanzó su monitor Stan By Me, portátil, fácil de mover y que refleja toda la tecnología de los Smart en casa.

El lanzamiento estuvo animado por la modelo Carola de Moras y a la cita concurrieron periodistas, influencers y socialite.

El evento se realizó en roof tuff Luna Bar del Hotel AC del Costanera Center.



Todo un éxito fue la XIX versión del Seven de Pichilemu by Kowski, el torneo de rugby playa más importante del país



La mañana del 12 de febrero se vivió la XIX edición del Seven de Pichilemu By Kowski, la competencia de rugby playa más importantes del país, que congregó a cerca de 300 personas y que se llevó a cabo bajo estrictos protocolos sanitarios y de seguridad.

En un entretenido día, un total de 19 equipos se enfrentaron por llegar a los primeros lugares, donde los triunfadores en la categoría Varones que recibieron el oro fueron Toros de Antapacay, de Antofagasta, segundo lugar fue para Sam, de Viña del Mar, la medalla de plata fue los Old-Friends de Talca, San Fernando y el bronce se quedó con Los Lobos de Puerto Montt.

Mientras tanto, en categoría Damas, las ganadoras del oro fueron el equipo VARC de Villa Alemana Rugby Club, segundo lugar fue para Viña OG, de Viña del Mar y campeonas 2020 (cabe destacar que el Seven no se realizó el 2021 por la pandemia), la plata se quedó con Old Navy de Viña del Mar; y el bronce lo obtuvieron Lobos de Rencá.

Los organizadores del campeonato, Juan Pablo González y Sebastián Cohen, quienes cumplen 20 años con el Seven en 2023, se mostraron satisfechos con el torneo realizado y señalaron que el próximo año se vivirá una gran fiesta, ya que cumplirán dos décadas a cargo del certamen.

Cohen, director asociado del Seven y organizador, sostuvo que cada año es un desafío organizar el campeonato, pero "esta edición tuvo una cobertura increíble, con equipos de primera categoría y árbitros de excelencia, además de contar con el apoyo de la Municipalidad de Pichilemu y la Seremi de Salud. En general, cada año hemos subido el nivel del Seven para que nuestros 20 años sean en gloria y majestad, tiraremos la casa por la ventana", enfatizó.

Por su parte, González, también director del Seven, agradeció la convocatoria, el compromiso de los jugadores y de las marcas patrocinadoras, señalando que "estamos felices pese al susto que tuvimos ante la posibilidad de que pudieran retrocedernos de fase, el campeonato salió perfecto y pudimos contar con todos los equipos que siempre tuvimos en consideración, por lo que esperamos que a los 20 años se sumen más".

AUSPICIADORES:

Gold: KOWSKI.

Plata: e2xtrem, Mancera Paris, Inversiones Latam, Grupo Monolithic, Midmall.

Productos: La Preferida, Heineken y Heineken 0.0, Gatorade, Esbbio, Redbull, Gimnasio WM.

Otros sponsor: Raiz Nativo, Aumo Diseño, BKTi, Ironside, Inprov, High, La Ovalada Rugby Store, Seven Graphic.

Media Partners y difusión:

Rugby Chile, Xsport TV, Rugbiers, E-negocios, Pelle Magazine.



**VEN A
VIVIR**



MUSEO DEL VINO · OBSERVATORIO Y PLANETARIO · MUSEO DEL AUTOMÓVIL
TELEFÉRICO CERRO CHAMÁN · RESTAURANTE · CARRUAJE · DEGUSTACIÓN



VIÑA
SANTACRUZ
COLCHAGUA · CHILE



www.vinasantacruz.cl

