LITORALPRESS

Fecha: 05-03-2023
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Economía
Título: Ad portas del 8M, ocho mujeres narran sus historias de crecimiento profesional

Pág. : 12
Cm2: 1.292,2
VPE: $ 16.974.247

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

Fernanda Reitz, gerenta de Proyectos de Inversiones Mudau:

"Yo me imagino llevando el negocio familiar junto con mis hermanos, a la par. Es horizontal"

La historia de María Fernanda Reitz Lobo (30) se inserta en una familia empresaria de la Quinta Región. Su abuelo, Eduardo Reitz Santa María, emprendedor, fue el socio fundador de Rhona, una histórica firma del rubro de los transformadores —cuya sigla remite a las familias partícipes: Reitz, Hornauer, Neuweiler y Aspillaga—, además de Covisa, Emelta, y otras empresas en la región.

Eduardo tuvo seis hijos, el menor de los cuales es Fernando Reitz Aguirre (64), quien empezó a trabajar desde los 16 años y que en su trayectoria fue formando un grupo de empresas. Actualmente es socio fundador de Inversiones Mudau, Inversiones Alsacia, Constructora Inpromec, Inmobiliaria e Inversiones Dhelos, Centro de Innovación y Negocios, Inmobiliaria don Reinaldo, Kaufen Propiedades, Boderent Ltda., Corporación El Salto, Fundación Piensa e Inversiones Almería del Grupo Rhona.

Todas compañías cuyo sello, explica Fernanda, ha sido estar e invertir solo en la Quinta Región, para impulsar su desarrollo.

Dada la diversificación, esta rama familiar Reitz se organizó en un *holding* familiar, Inversiones Mudau, en el que participan tres de los cuatro hijos de Fernando Reitz: Nicolás y Felipe —ambos ingenieros comerciales—, y Fernanda Reitz, ingeniera civil industrial de la UAI con un MBA en Madrid, quien se sumó a Inversiones Mudau en 2017, tras haber trabajado en el estudio de arquitectura Alonso y Balaguer.

Al alero de Mudau, son múltiples las iniciativas que ha desarrollado y tienen el sello particular de Fernanda Reitz, contribuyendo a expandir los negocios familiares. Una de ellas es Villas Toscanas, un hotel ubicado en Limache, cuyo origen había sido un condominio de parcelas que había desarrollado Dhelos, pero que de la mano de Fernanda no solo creó más inmuebles —eran cuatro casas y llegaron a 11—, sino que lo transformó en un proyecto hotelero, que ha funcionado a *full* capacidad, muy ligado con el desarrollo de acciones de *influencers* y del apoyo del márketing digital. "Esta es mi guagua, llevamos cinco años de funcionamiento, sigo a cargo y ha sido súper exitoso", refiere Reitz.

Otra iniciativa es Cowork V21, al alero del Distrito de Innovación V21 que desarrollaron en el Barrio Industrial El Salto, un espacio para generar sinergias entre emprendedores, empresarios, universidades, la comunidad y entidades públicas para apoyar el *networking* regional.

Una tercera iniciativa es Ramek Interiorismo, dedicada la importación de muebles corporativos, que ya con un año y medio de existencia quiere expandirse a Santiago.

Actualmente la empresa familiar se encuentra abriendo caminos en España, también en el rubro inmobiliario.

Reitz explica que insertarse en los negocios familiares no fue fácil, y que sobre todo los dos primeros años fueron difíciles, con mucha exigencia y presión, sin tener un cargo específico, y recién partiendo en la vida laboral tuvo que estar al frente de negocios complejos, como un restaurante en el que incluso tuvo que llevar adelante una negociación sindical. Y, por cierto, el desafío de ganarse el respeto y el espacio por su propio mérito profesional, al margen de ser hija del dueño.

Hoy es directora en Inversiones Mudau y su cargo ejecutivo es gerenta de Proyectos. "Uno se va ganando su puesto. Yo me imagino llevando el negocio familiar junto con mis hermanos, a la par. Es horizontal", dice Reitz.

El próximo miércoles es el Día Internacional de la Mujer:

Ad portas del 8M, ocho mujeres narran sus historias de crecimiento profesional

Ejecutivas de empresas, empresarias, emprendedoras y líderes sociales en diversas fundaciones. Ocho mujeres repasan sus historias de éxito y los obstáculos que muchas debieron cruzar para avanzar. Falta de oportunidades, temas culturales, barreras que dificultan el ascenso en una carrera, son algunos de los aspectos identificados. Aquí, sus historias. • VICENTE BROWNE Y AZUCENA GONZÁLEZ

Anne Traub, fundadora de Fundación Familias Power:

"El pasaporte para la libertad está en la autonomía financiera"

Anne Traub (44), nacida y criada en Puerto Montt, llegó a Santiago a estudiar Derecho en la UC y luego hizo un MBA en esa misma casa de estudios, mientras en paralelo trabajaba en el estudio Morales y Besa por cuatro años, "pero siempre con el bichito: me gustaban los tema sociales, me faltaba más calle", cuenta la fundadora y directora ejecutiva de Fundación Familias Power.

Luego trabajó en el Ministerio de Hacienda, con Andrés Velasco, y más tarde —ya en el gobierno de Piñera—, en el MDSF. Cuando Felipe Kast dejó la cartera y quedó a cargo de la reconstrucción, Traub lo siguió, empapándose ahí de la experiencia del trabajo en terreno, de estar en los campamentos, "donde los papas queman", rememora. Y ya casada con Matías Claro (Grupo Prisma), partió a Harvard, cuando este se fue a hacer un máster en administración pública.

Al regreso, ambos querían iniciar un proyecto de corte social. "La vida te pone en una u otra vereda con más o menos oportunidades cuando naciste. Lo creo así. Uno tuvo suerte de haber nacido en el lado en que te tocó un techo, calor de hogar, comida, colegio asegurado", dice. Y viendo modelos en Estados Unidos, llegaron a un sistema de visitas domiciliarias personalizadas. Su marido apuntaba a un enfoque en la educación temprana, primera infancia, y Traub quería trabajar con las madres, porque se daba cuenta de que si esos niños no tenían una madre empoderada, "que sepa que la libertad pasa también por la autonomía económica", detalla, esa inversión social se la podía llevar el viento, al no haber un adulto empujando el carro.

Así fue como en mayo de 2016 debutaron con la Fundación Niños Primero, con un modelo de trabajo en que se enfocan en hacer un acompañamiento en la casas de los niños, dos veces por semana, con terapeutas y una metodología personalizada, en que ayudan al cuidador principal a involucrarse en la educación de los niños (modelación de mejores rutinas de juego —motricidad—, lectoría, etc.).

"El poder transformador que tiene una mujer en la vida de sus hijos es infinito. Los hijos vuelan lejos, porque tienen al menos un cuidador principal que le propicia ese colchón, esa base. Lo innovador es que no estamos esperando que en el colegio pasen las cosas, sino que antes, en la casa. Trabajamos con mucha monoparentalidad, con la madre", cuenta Traub.

En su origen, partieron con 25 niños, y en 2022 —ya redenominada como Fundación Familias Power— son más de 2 mil familias, en 58 comunas de nueve regiones de Chile, las que abarcan con sus planes de trabajo, con unas 80 tutoras que trabajan de marzo a diciembre. Y crearon, a su vez, el Círculo de Mujeres Power, que es un programa de líderes comunitarias para que ellas ejerzan a su vez el trabajo de desarrollo, clases de autonomía financiera y de cuidado de género, con otras mujeres, en su propio entorno. En una palabra, inyectar el capital cultural y humano en las familias, las herramientas parentales, para romper la "condena de cuna" que tienen los niños más pobres.

La fundación se financia básicamente con donaciones de grupos empresariales, *family offices* y personas de alto patrimonio. Entre los más permanentes, están Grupo Prisma, Fundación Mustakis, Fundación Colunga, Horacio Pavez, la fundación de Agustín Huneeus, Pedro Ibáñez y la familia Kaufmann.

Mientras en 2022 contaron con un presupuesto de unos $800 millones —sin recursos públicos—, para este 2023 su objetivo es llegar a unas 3.500 familias, con un presupuesto de unos $1.100 millones a $1.200 millones, apuntando a más programas de intervención. Este verano ya hicieron un programa estival —"Leer es Poderoso"—, dado el descenso en la lectoescritura en los escolares, con 200 niños de 14 comunas de Chile, tipo campamento de verano, financiando colación, traslado, materiales, tutoras, sedes, etc. "Tenemos un 40% de niños que no sabían leer nada o solo sabían leer sílabas. El grueso eran niños pasando a tercero básico (...) Hay niños de tres o cuatro años que no saben tomar una tijera, no se saben los colores, no conocen la témpera. Hay un rezago del aprendizaje súper profundo. Todo eso cambia las trayectorias educativas, genera abandono, deserción escolar", alerta Traub.

Y para este año también apuntan al programa "Inspiradoras Power", 16 mujeres que se prepararon en temas como emprendimiento, salud financiera —qué es la tasa de interés, qué se requiere para emprender, alfabetización digital—, para que ellas lleven el aprendizaje a su comunidad, trabajando cada una con unas 15 mujeres, abarcando en total más de 200.

"Lo primero que hay que trabajar es empoderamiento. Porque en general son mujeres que están en la casa al cuidado de los niños, y como fueron madres jóvenes, creen que las oportunidades ya se les cerraron. Y al final, el pasaporte para la libertad está en la autonomía financiera. Eso es lo que más les transmitimos", dice Traub, añadiendo que para ello trabajan también en el ordenamiento, regularidad y rutina escolar, de modo que envíen a los niños al colegio, baje el ausentismo, y así ellas puedan trabajar.

"Tenemos que avanzar como país en flexibilidad laboral, modelos híbridos, jornadas laborales más cortas, teletrabajo, para que la mujer pueda tener la autonomía financiera, ser libre. Y necesitamos el compromiso de la mujer de mandar regularmente a los niños al colegio. Porque lo único que la eleva y le da esperanza a la mujer es tener autonomía financiera. Sin ello, estarán siempre atadas", dice.

María Ignacia Pattillo, directora ejecutiva de fundación DKMS Chile:

"Un paciente puede seguir adelante a través de un desconocido y un desconocido puede salvar una vida"

María Ignacia Pattillo (39) nació y fue criada hasta los 9 años en Tokio, Japón. Luego, se vino con su familia a Chile. Tiempo más tarde entró a estudiar Periodismo a la Universidad Católica. Su primer trabajo fueron 6 meses en CNN español en Atlanta. Después, a los 23 años, entró como socia a la agencia E-press, donde estuvo 10 años. Finalizó su camino en esa empresa luego del fallecimiento de su hijo por cáncer.

Desde ahí, María Ignacia empezó a aplicar su experiencia en proyectos que ayudaran a aumentar el acceso al trasplante de médula. Fue así como formó, junto a la fundación Casa Familia, el programa "Quiero Ser", que apuntaba a ayudar a pacientes a financiar su trasplante. Al mismo tiempo, se integró en la Corporación Oncomamás, donde trabajaron en una agenda concreta de necesidades no resueltas para niños con cáncer. La periodista cuenta que algunos de los resultados fueron la Ley Sanna y la cobertura total del trasplante de células madre sanguíneas. En ese contexto, se sumó a DKMS.

DKMS comenzó su historia en Alemania hace más de 30 años, cuando Mechtild Harf enfermó de leucemia. La única posibilidad que tenía la mujer de sobrevivir era recibiendo el trasplante de células madre sanguíneas. En ese entonces, solo había tres mil potenciales donantes de células madre sanguíneas en Alemania y ninguno era compatible con Mechtild. Al ver que su esposa enfrentaba dificultades para encontrar un donante compatible, el empresario Peter Harf, se propuso encontrar un donante para ella y todos los pacientes que estuvieran en la misma situación.

En su primer año de operaciones, DKMS logró expandir el registro de 3 mil donantes a 68 mil. Luego, se expandieron a Polonia, Reino Unido, Estados Unidos e India.

En el año 2016 fueron los primeros acercamientos de DKMS a Chile, quienes ya tenían una relación con el hospital clínico de la Universidad Católica. En ese momento no había un registro en Chile, entonces todos los donantes no emparentados provenían desde el extranjero y la gran mayoría desde DKMS, ya que en ese momento tenían el registro más

grande del mundo, comenta Pattillo.

En ese tiempo, el hijo de María Ignacia tenía un tumor cerebral. A través de DKMS logró obtener un trasplante de médula. Ella comenta que "una persona que yo no conocía trajo de vuelta a mi hijo". El trasplante resultó bien, volvió a ser un niño activo, pero lamentablemente recayó 4 meses después. "Luego de eso y en son de agradecimiento porque yo tuve una oportunidad muy única, entonces dije, si DKMS quiere venir a Chile, llámenme, porque yo voy hacer que esto se sepa y tratar de que haya un registro funcionando en Chile. Un paciente puede seguir adelante a través de un desconocido y un desconocido puede salvar una vida", cuenta.

En 2017, DKMS avisó a María Ignacia que llegarían a Chile y le ofrecieron ser parte del equipo. Ella dijo que sí. "No me cabían dudas de que en Chile iban a recibir de muy buena forma la fundación". En 2018, DKMS comenzó a operar. "En 2019 me pidieron tomar la dirección ejecutiva como el rostro local de DKMS en Chile", dice.

Hoy tienen un equipo de unas 35 personas, quienes trabajan para conectar a pacientes y donantes. También, ya son más de 170 mil personas registradas en Chile, de las cuales casi 120 mil son mujeres. Además, ya van 220 donaciones a personas de distintas partes del mundo. En Chile, gracias a DKMS, ya aumentó la posibilidad de encontrar donantes de un 30% a un 50%. "El impacto está siendo grande y la gente está muy comprometida", comenta. Este año esperan llegar a 250 mil registros y hacer durante el año alrededor de 150 donaciones.

Respecto al financiamiento de DKMS en Chile, se compone de tres fuentes: Aportes de DKMS de Polonia (principal), los ingresos que recibe la fundación por reembolsos de recolecciones de los centros de trasplante, y las donaciones. María Ignacia explica que "nuestra expectativa futura es el autofinanciamiento, para que así podamos liberar a los otros países y así estos puedan financiar países nuevos. Lo que más nos sirve es tener más lugares y más registros".

Respecto a la presencia de mujeres en posiciones de liderazgo en instituciones u organizaciones, responde que "yo creo que en la sociedad civil las mujeres estamos muy presentes en posiciones de liderazgo, y sin ser autorreferente, creo que lo hacemos muy bien. En este ámbito de la sociedad civil, creo que comparto con muchas mujeres con las que he conversado una ambición que tiene que ver con lograr el objetivo, en este caso la fundación, más allá de qué posición voy a tomar. Esto realmente me importa y como realmente me importa, me doy la oportunidad de dedicarme a esto. Creo que eso es algo que puede ser muy propio de las mujeres, que probablemente tiene que ver con algo cultural, pero que nos permite liderar bien y sentirnos muy plenas liderando causas como estas".

"En el mundo empresarial, yo creo que obviamente hay un camino por recorrer, pero mi opinión es que no tiene que ver con la falta de voluntad de oportunidades, tiene que ver con que tenemos que seguir buscando maneras en que para las mujeres sea posible tener cargos de alta demanda y liderazgo, porque creo que ya el entender que las mujeres son iguales de capaces tengo la impresión de que eso ya está validado. El punto es que a veces es difícil, por los roles que cumplimos y por las exigencias que tenemos", agrega.

LITORALPRESS

Fecha: 05-03-2023
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Economía
Título: Ad portas del 8M, ocho mujeres narran sus historias de crecimiento profesional

Pág. : 13
Cm2: 545,9
VPE: $ 7.170.524

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

Andrea Lanas, fundadora de juguetería Caramba:

"Chile tenía un mundo empresarial muy masculino. Y sigue siéndolo"

La historia de Andrea Lanas (51) como empresaria, fundadora de la juguetería Caramba, arranca por un tema familiar. Su cuarta hija tenía una discapacidad y buscando las terapias requeridas, se encontró con que en Chile no había materiales necesarios, sino que tenían que importarlo todo.

"Encontré que era un nicho no explotado en el país. Los negocios parten de una necesidad propia o de otro", dice, y en su caso cristalizó en la juguetería Caramba, fundada en 2007, como un proyecto "muy puro", dice, es decir, enfocándose en juguetes tradicionales y clásicos de la infancia de antaño, sin licencias y sin baterías. Fue un modelo de negocios que no solo les funcionó desde el principio, sino que tuvo una expansión meteórica. El mismo año de debutar con tienda en Chile, hicieron lo propio en Perú —no como franquicia, sino 100% de Lanas—, al constatar en un viaje que allá existía la misma necesidad detectada en Chile. Y además casi inmediatamente la llamaron de *retailers* para que pusiera *corners* en sus respectivas tiendas, en ambos países (Paris, Falabella, Jumbo, Tottus).

Hoy la juguetería —una empresa en que el 90% son mujeres—, cuenta con tres tiendas en Chile y dos en el vecino país, pero además Caramba funciona como un negocio de distribución de juguetes de marcas internacionales, como la alemana Ravensburger, la estadounidense Melissa & Doug, y la canadiense Battat. Lanas cuenta que hoy el foco es crecer, profundizar e invertir en el negocio a nivel digital, tras la última apertura física que hicieron el año pasado.

"Yo tenía 35 años y tuve que demostrar que sí lo podía hacer", cuenta, relevando que hoy para las mujeres es más natural dedicarse a los negocios, distinto a cuando ella partió. "Antiguamente era poco común, raro. Chile tenía un mundo empresarial muy masculino, ibas a un curso financiero y el 5% eran mujeres. Y sigue siéndolo. Igual. A mí me dicen 'que lindo tu emprendimiento'. Y yo digo no, es una empresa. Y en esa liga hay muy pocas mujeres", opina, aunque sí ve una evolución en que hay menos cuestionamiento que antes.

Relata que la mayor barrera fue la conciliación familia trabajo, porque en los años en que ella levantó la empresa era mal visto dejar los niños y viajar mucho por el negocio y no cumplir con el rol tradicional de ser ella la que iba a dejar a los niños al colegio, o a la reunión de apoderados, etc. "Mis contemporáneas cocinan, bordan, tejen, y yo gozo con la empresa", cuenta.

Es que Lanas fue criada en una familia y ambiente empresarial, involucrada en los negocios, pues su padre (Luis Felipe Lanas) ha sido el gestor de Automotora Bilbao, un grupo automotor de 50 años, que se dedica a la venta de automóviles, servicio técnico, desabolladura y pintura y repuestos. En este negocio familiar, cuenta la propia empresaria, desde hace dos años comenzaron una transición para incorporar a la siguiente generación, ella y sus tres hermanas —Catalina, María Paz y María José—, asumieron como directoras de la compañía, que es gerenciada por su cuñado Rodrigo Escárate.

Este proceso, revela Lanas, fue acompañado profesionalmente en 2022, pues estructuraron un protocolo familiar asesorado por Gonzalo Jiménez, de la consultora Proteus Management, especialista en empresas familiares.

Andrea Castro, gerenta general de Copec Voltex:

"Me parece que lo que falta son oportunidades para que las mujeres podamos demostrarlo"

Luego de titularse como ingeniero civil con mención en minería en la Universidad Católica, Andrea Castro (33) comienza su camino en Copec, lugar en el que estuvo más de cuatro años. Ahí empezó a involucrarse en temas de electromovilidad y cómo esta área se inserta en el negocio tradicional del combustible. Comenta que en ese momento, junto a un equipo, comenzó "a visualizar la Copec del futuro".

En ese contexto nace Copec Voltex, como filial de la firma Copec.

Andrea asumió el puesto de gerente general de Copec Voltex a fines de 2022, pero antes se desempeñó como subgerente y líder del área comercial de la misma empresa. En esa etapa, "desarrollé modelos de negocios para cada tipo de cliente, siempre buscando las mejores soluciones y formatos, basados en experiencias nacionales e internacionales", dice.

La alta ejecutiva explica que "en Copec Voltex buscamos acelerar el proceso de transición energética y para ello estamos avanzando en la masificación de la electromovilidad. Hoy existen distintas barreras para que la electromovilidad crezca rápidamente, y frente a eso, nuestro principal aporte es el robustecimiento de la infraestructura de carga a lo largo de Chile, ese es uno de nuestros principales objetivos, así, encontrar un punto de carga no será un problema. En paralelo, debemos ser capaces de entregar un proceso de carga mucho más simple para los usuarios y soluciones eficientes a los diversos segmentos: residenciales, industriales o el transporte público, por mencionar algunos".

Hoy, Copec Voltex tiene 400 puntos de carga y este año pretenden incorporar 40 más a sus estaciones de servicio. Desde la empresa comentan también que están reforzando los puntos de carga pública, donde las personas tienen la oportunidad de acceder a este servicio en lugares como centros comerciales, plazas, etc.

Agregan también que están desarrollando alianzas con empresas que venden vehículos eléctricos, ya sea con distribuidores o marcas oficiales, para que, al momento de adquirir su automóvil, los usuarios puedan acceder de forma fácil y segura a un cargador residencial.

"En la misma línea, estamos trabajando fuertemente en el segmento industrial a través de proyectos de transporte público en la Región Metropolitana. Actualmente, estamos construyendo 10 nuevos electroterminales que se incorporarán este año a la red, lo que nos permitirá suministrar de energía a más de 1.000 buses eléctricos del Gran Santiago", sostiene Castro.

Andrea, quien maneja hoy un cargo de gerencia, tiene una mirada crítica respecto al número de mujeres que se desempeñan en puestos gerenciales en Chile. "Es un hecho, históricamente ha habido una ausencia de las mujeres en las empresas y, en general, en espacios de toma de decisión. Las mujeres aportamos nuevas miradas, nuevas formas de trabajo, liderazgos con atributos distintos a los que las organizaciones están acostumbradas, y esos aspectos son los que han ido permeando en la cultura de las empresas, paulatinamente".

"Me parece que lo que falta son oportunidades para que las mujeres podamos demostrarlo, por eso agradezco la oportunidad que me dio Copec; confiaron no solo en una mujer, sino en una mujer muy joven".

LITORALPRESS

Fecha: 05-03-2023
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Economía
Título: Ad portas del 8M, ocho mujeres narran sus historias de crecimiento profesional

Pág. : 14
Cm2: 1.000,7
VPE: $ 13.145.453

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

Ad portas del 8M, ocho mujeres...

VIENE DE B 12

Fernanda Vicente, presidenta ejecutiva y cofundadora de Mujeres del Pacífico y CEO de Adah:

"Hoy día emprender, más que una alternativa laboral, es una manera de subsistencia de muchas mujeres"

Fernanda Vicente (50) estudió Periodismo y en sus primeros años ejerció en distintas áreas. Eso hasta que, como dice, "me encontré con el emprendimiento en algún momento de mi vida".

En aquel momento vio como un ejemplo a seguir a su suegra, una conocida empresaria en esa época. Es más, en su primer emprendimiento contó con la colaboración de ella y de una cuñada. También, su abuela se hizo cargo de una empresa inmobiliaria hasta los 94 años. "Tuve referentes muy potentes en temas de emprendimiento, entonces eso fue lo que me marcó", dice.

"En un principio hice un camino más tradicional en términos de tener un trabajo en una empresa, y me encontré con este espíritu emprendedor y me conecté totalmente con eso, y me maravilló la idea de poder crear, de crear algo que a mí me motivara hacer y por otro lado soluciones reales para personas que tenían ciertas necesidades o problemas y yo podía crear soluciones a esos problemas en base a mis conocimientos, contactos y relaciones", sostiene.

Desde ese momento, Fernanda no dejó de emprender. Hoy, lleva unos 30 años haciéndolo. Comenzó con un negocio de ropa, luego de arte, y también una editorial. Comenta que unos perduraron y otros fracasaron. En ese camino, a Fernanda y a otras mujeres se les ocurrió la idea de crear un espacio donde las mujeres pudieran emprender. Ahí nace Mujeres del Pacífico, que lleva 10 años funcionando y que consiste en una institución que impulsa el emprendimiento y el liderazgo empresarial en mujeres de América Latina, a través de formación educativa. "Tuvimos el interés de ayudar a otras mujeres", cuenta. Agrega que esta creación fue de la mano con una declaración de principios, que sería una empresa B. "Elegimos tomar un camino difícil, pero creo que tomamos la mejor decisión". Mujeres del Pacífico ha sido elegida en 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020 como dentro de las empresas "Best For The World" por B Lab Internacional y como empresa "Changemaker".

"Nosotras estamos muy enfocadas en la formación, porque sabemos que tener conocimiento es tener poder", afirma Fernanda.

La empresaria explica que "hoy día emprender, más que una alternativa laboral, es una manera de subsistencia de muchas mujeres. El emprendimiento femenino en general, cuando uno lo ve a nivel global, están en la base, en microempresas y muchas veces en la precariedad de ese tipo de empresas. En las empresas pequeñas, en las empresas que no están formalizadas, en las empresas que contratan a muchos y las condiciones laborales no son las mejores. Cuando les cuesta crecer, les cuesta llegar a mercados, les cuesta ingresar en cadenas de valor".

La cofundadora cuenta que han llegado a 50 mil mujeres y que tienen la ambición de llegar a 1 millón. Hoy se encuentran en Chile, Perú, Colombia, México y Costa Rica y el objetivo es seguir potenciando en esos países, más que llegar a otros.

El propósito de Fernanda no se acota solamente a las Mujeres del Pacífico. También cofundó y es CEO de Adah, una plataforma de bienestar financiero para mujeres.

Fernanda recalca que "el emprendimiento femenino en Chile hoy está muy en el microemprendimiento, en la necesidad y precariedad. El desafío que tenemos es crear una masa de mujeres que vayan liderando empresas más grandes. Hoy día hay más mujeres en empresas pequeñas, pero en empresas medianas y grandes hay cada vez menos. El desafío es cómo llevamos a más mujeres a liderar empresas grandes y también empresas que tengan un potencial de crecimiento grande".

Josefa Cortés, fundadora de Palpa:

"Dudaron un poco de mí por ser mujer y joven para hacer crecer la empresa y expandirse fuera de Chile"

La empresa de Josefa Cortés (26) nació a través de su proyecto de título de la carrera de diseño en la Universidad Católica. Cuenta que la idea surgió luego de que le diagnosticaron cáncer de mama a una persona cercana suya, y "cuando empecé a meterme en este tema, llegué a la conclusión de que hay muchas mujeres sub 40 que están teniendo cáncer de mama y que no se hacen mamografías. Estaba además la posibilidad de que yo sea una de ellas", dice la fundadora de Palpa.

Ahí fue cuando Cortés vio que podía hacer algo para acercar el autoexamen a las mujeres jóvenes, ya que sería "la única forma disponible" para detectar una anomalía a tiempo. Y así fue como esta emprendedora diseñó un producto que hoy se encuentra patentado a nivel global. Palpa, creada en 2020, ofrece un dispositivo que enseña y entrena la técnica del autoexamen de mamas en la ducha. Consiste en un contenedor de jabón líquido con forma de mama y con un bulto inserto en su interior que busca simular la sensación de palpar un tumor maligno en una mama. Al utilizar el producto, el jabón es liberado a través de un masajeador con el fin de suavizar la piel para un mejor autoexamen.

Cortés relata que al salir de la universidad estuvo involucrada en otros proyectos, además de Palpa, pero que luego, a medida de que fue ganando fondos —dos fondos de Startup Chile, un semilla de Corfo, un programa de ChileMass en Boston y en la bienal de diseño de Madrid—, decidió dedicarle tiempo completo a su empresa.

"Hoy Palpa tiene una comunidad digital en la que unas 15 mil mujeres interactúan con nuestro contenido, porque estamos educando de cierta manera y cambiando la cultura frente al cáncer de mama en las mujeres jóvenes", dice. La joven comenta que han vendido alrededor de 75 mil unidades en Chile y con un modelo de negocios enfocado en las empresas, ya que muchas de estas han hecho campañas de concientización a sus clientes y colaboradores.

"Hoy queremos pasar a un modelo con el que lleguemos directamente a la mujer, que cualquiera pueda comprar, conocer y educarse con el producto", dice. El dispositivo se vende en su mayoría a través de la página web de la empresa. Si bien la operación de Palpa se lleva a cabo solo en Chile, han realizado envíos a empresas de otros dos países en Latinoamérica, y ahora "se está constituyendo la sociedad en Estados Unidos", anticipa.

Josefa Cortés explica que "en nuestros planes, queremos pasar a ser un producto de consumo directo al consumidor, con alianzas estratégicas para posicionar la marca acá", dice. Este año esperan llegar a 150 mil mujeres, o sea 75 mil más que en 2022 en Chile, y también empezar a llevar el producto para afuera.

"Se está rediseñando, se está haciendo un producto que va a poder competir incluso contra productos de baño, o sea lo vas a poder encontrar en las góndolas y vas a entender qué es, va a ser un producto mucho más accesible al consumidor", dice. Agrega que de la mano de esa idea, pretenden potenciarse en el seguimiento, cuando sus clientes detecten una anomalía a través de Palpa, ya que en la mayoría de los casos no saben qué hacer o a dónde recurrir. Para esto crearían una plataforma digital.

Más allá de los planes de Palpa, Josefa relata algunos sinsabores que enfrentó al hacer empresa. "Una vez una persona me planteó si yo estaría dispuesta a dejar de ser la cara de la empresa porque me faltaba experiencia. Siento que dudaron un poco de mí por el hecho de ser mujer y joven para hacer crecer la empresa y expandirse fuera de Chile. Ahí me cayó la teja, y me pregunté por qué si yo creé este producto desde cero, habría una barrera, por qué un hombre debería manejar esto. Hoy día el hecho de ser mujer es un plus, sobre todo si me muevo en un rubro y mercado que es liderado por mujeres", dice.

Y añade: "Las mismas mujeres que están emprendiendo se apoyan mucho. Una gran base es rodearte de gente que tiene proyectos. Eso aplica para los inversionistas y buscar que ellos crean en ti y en tu proyecto, y no solo que busquen retorno a corto plazo. Toda la cultura de Palpa va alineada con eso de rodearse de gente que cree en el propósito de la empresa, que es convertir el autoexamen en un hábito", dice.

Lorena Gallardo, creadora de Fundadoras:

"En el emprendimiento femenino las mujeres facturan, pero facturan poco"

Lorena Gallardo (36) estudió psicología en la Universidad de La Frontera, psicología organizacional en la Universidad Empresarial Siglo XXI (Córdoba, Argentina) y es Business Coach del Instituto de Negocios Digitales. Antes de crear Fundadoras, tuvo otros emprendimientos, una plataforma de conferencias internacionales dirigidas a mujeres y, además, realizó durante varios años eventos masivos de motivación femenina en Chile, Argentina y Perú.

Lorena relata que cuando le tocó el camino de emprendedora, vio que era un trayecto muy solitario y que si quería instruirse en el mundo de los negocios, solo tenía como opción las escuelas de las universidades. En 2017, nace la idea de la empresa social Fundadoras.

"Quería hacer algo distinto, algo innovador, algo que pueda conectar con la persona detrás del negocio. Yo soy psicóloga y mi interés por el comportamiento humano siempre ha estado presente y ha hecho que quiera entender la lógica o cómo se trabaja el espíritu emprendedor o cómo se crea el espíritu emprendedor", dice.

Fundadoras es una empresa social, que básicamente consiste en una escuela *online*. "Creé fundadoras con el objetivo de que las mujeres generen más ingresos y sus emprendimientos sean rentables", comenta.

Lorena explica que las escuelas de negocio trabajan con las personas desde un punto de vista más transaccional enseñando parte técnica, liderazgo, pero desde lo técnico y no desde lo humano. "Y Fundadoras es una escuela que enseña negocios desde lo humano, destacando el poder de las personas y eso nos ha hecho conectar con las mujeres de una forma distinta y ayudarlas a facturar más".

En la escuela de Fundadoras, las mujeres se inscriben una vez al año en una de las 4 etapas. La primera fase es de "ideas", donde hay "coaches" que acompañan y guían. Luego, pasas a la clase "inicial", en la que se ven las primeras ventas de la emprendedora. Después, la etapa de "crecimiento", que es cuando empiezan a aumentar las ventas y al final está el nivel "avanzada", donde el negocio está listo para escalar.

Estas 4 fases tienen sus respectivos tramos de facturación. La primera para ingresos de 0 a US$ 10 mil anuales, segundo tramo de US$ 10 mil a US$ 40 mil anuales, el tercero de US$ 40 mil a US$ 100 mil anuales y el último sobre US$ 100 mil anuales.

Lorena cuenta que en Fundadoras las mujeres se crean su propio lugar de poder. Sin embargo, considera que al inicio las cosas no son fáciles. Lo que he visto en las mujeres es que lo que más cuesta al emprender es empezar. "Lo más difícil es ese bache de dejar un trabajo corporativo o en relación de dependencia, para tomar la decisión de empezar a hacer algo por tu cuenta. Levantar un negocio es un trabajo muy arduo, que se necesita mucha entereza y mucha valentía".

Agrega que en la mayoría de las ocasiones, cuando una mujer emprende, lo hace con objetivos de empresas b. Hasta la fecha, Fundadoras ha capacitado a más de 10 mil emprendedoras en desarrollo personal y en herramientas técnicas que empoderan su crecimiento económico. Dice que "en el emprendimiento femenino las mujeres facturan, pero facturan poco".

"El hecho de que las mujeres podamos tener nuestro propio negocio nos genera muchísima libertad. Hoy en día algunas empresas siguen no siendo buenas en el punto de vista de la conciliación trabajo familia para las mujeres. No son tan abiertas para respetar nuestros momentos, nuestros tiempos y la forma que tenemos de hacer las cosas, por lo tanto, emprender te da la libertad de hacer con tu tiempo lo que tu quieras. Libertad en el tiempo para tus hijos y libertad económica", dice.