

EL EMPRESARIO MANTIENE PRESENCIA EN DIRECTORIOS, PERO SE CONCENTRA EN ÁREA TURÍSTICA:

Carlos Cardoen delega administración de negocios a sus hijos y se centra en Santa Cruz

Aunque las áreas de negocios de Empresas Cardoen siguen creciendo, el fundador del grupo dice que ya realizó lo que tenía intenciones de hacer y su esfuerzo será "generar en la región un referente turístico cultural".

Laura Iriarte

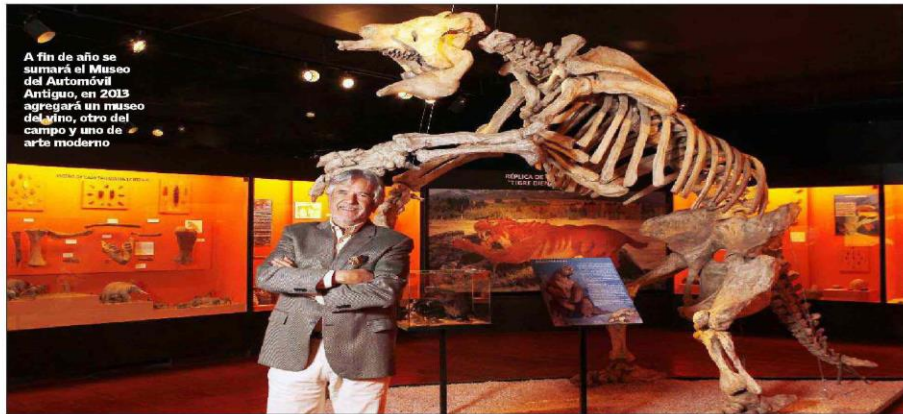
"Estoy listo para cambiar cuando ocurra", responde Carlos Cardoen sobre la etapa en la que se encuentra la delegación de las responsabilidades del grupo Empresas Cardoen a sus hijos, traspaso que se podría dar por concluido, por lo menos en lo administrativo, ya que el control está en manos de su hijo Andrés, director ejecutivo del grupo.

Para el empresario de 70 años, "todo esto es un proceso que se ha dado en una forma sumamente natural, y que tiende a generar una cierta continuidad en las actividades de la familia". Y que, en ese sentido, él ya ha hecho todo lo que tenía intenciones de hacer.

La estructura de la firma —que tiene proyectos de energía, minería, innovación, hotelería, agricultura, enología y cultura, por mencionar algunos— es tan dinámica como su fundador. Actualmente se encuentran fusionando la empresa que fabrica equipos para la minería New Tech Copper con Metran, centrada en la fundición de acero, ya que ambas abastecen a mercados similares, detalla.

Aunque sigue involucrado en los directorios, hay una actividad que le apasiona y en la que se involucra día a día: "Crear razones para que personas de dentro y fuera de Chile visiten Santa Cruz", su ciudad natal y donde la familia posee un hotel, una villa turística, un casino y un museo que no es cualquiera, es el museo privado más grande de Latinoamérica.

Y los planes no paran. A fin de año se sumará el Museo del Automóvil Antiguo, en 2013 agre-



A fin de año se sumará el Museo del Automóvil Antiguo, en 2013 agregará un museo del vino, otro del campo y uno de arte moderno

gará un museo del vino, otro del campo y posteriormente uno de arte moderno. "Hoy día visitan nuestros museos más gente que la que va al Museo de Historia de la Plaza de Armas o al Bellas Artes", cuenta con orgullo.

Con el hotel sucede algo similar, partieron con 50 habitaciones, van en 120 y sumarán otras 80 más. De hecho, Santa Cruz ya cuenta con unas 300 habitaciones y un crecimiento anual de 10% en oferta.

Por lo mismo, es crítico con el apoyo que el Estado ha entregado

a su proyecto, sobre todo en el Tren del Vino, que está parado desde el terremoto a la espera de que refaccionen la línea férrea fiscal. El problema, a su juicio, es que las autoridades, tanto de ferrocarriles como el intendente regional, no comprenden el aporte cultural que entrega esa iniciativa. "El tren del vino estaba y está en la mayoría de los sitios donde aparece el turismo en Chile, pero como hoy todo se mide en dinero directo, no se invierte en sueños", afirma, ya que monetariamente el tren no genera rentabilidad.

"CHILE TIENE QUE IR A LA ENERGÍA NUCLEAR"

Actualmente, el grupo Empresas Cardoen, a través de EnorChile, tiene proyectos de energía basados en petróleo y están concentrados en energía eólica y fotovoltaica. Pero, además, están desarrollando un nuevo sistema con el uso de las caldas de los productos de relave del cobre. Pero todo esto no es suficiente. A su juicio, Chile necesita de todas las alternativas de energía disponibles para seguir creciendo y una de ellas es, precisamente, la energía nuclear, opción en la que asegura que invertirá si se presentaran las condiciones apropiadas. El empresario acusa una falta de seriedad para

"Las encuestas hoy día rigen la conducta de los políticos. Creo que no se le tiene que olvidar al Presidente que los líderes hacen que las cosas pasen".

"Todo esto es un proceso que se ha dado en una forma sumamente natural, y que tiende a generar una cierta continuidad en las actividades de la familia".

"Hoy día visitan nuestros museos más gente que la que va al Museo de Historia de la Plaza de Armas o al Bellas Artes".

abordar este tema por parte de todos los gobiernos, incluido el de Sebastián Piñera. Para él, el Mandatario mostró su capacidad de liderazgo al rescatar a los 33 mineros, y dice que le gustaría ver esa misma capacidad de decisión en la energía nuclear. "Lamentablemente, las encuestas hoy día rigen la conducta de los políticos. Creo que no se le tiene que olvidar al Presidente que los líderes hacen que las cosas pasen"; sostiene que la necesidad de energía nuclear es tal, lo que se está haciendo es "hipotecar el crecimiento de Chile de manera irresponsable".

HISTORIA DE EMPRESAS Y EMPRENDEDORES:

Araucanía Yarns lanza marca de accesorios en lana y entra a América Latina

Los hilados naturales de alta calidad teñidos de manera artesanal por Michelle Boisier son productos de valor agregado muy apreciados en el extranjero y distribuidos de manera industrial en 14 países del mundo.

Daniela Pales

Hace diez años, en plena crisis textil en Chile, Michelle Boisier inició su propio negocio de teñido de lana de primera calidad con las técnicas de antaño, es decir, trabajando el material de manera artesanal y al mismo tiempo, industrialmente.

Desde ese tiempo a esta parte, ha pasado, literalmente de todo, desde estar al borde de la quiebra (por un crecimiento mal manejado) hasta haber conquistado los mercados más exigentes de Estados Unidos, el gusto de los habitantes del Upper East Side, el lado más cosmopolita y exigente de Nueva York.

Y ése ha sido el eje de la estrategia de la arquitecta e impulsora de Araucanía Yarns, Michelle Boisier, para darle forma a su compañía: establecer la marca en el extranjero primero, para que sea exitosa en Chile.

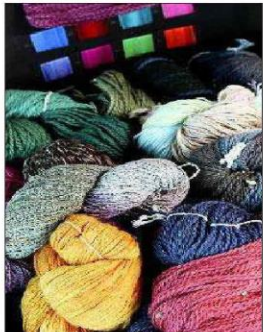
"Nosotros estamos insertos en un nicho que es muy de lujo y pequeño que no existe en Sudamérica. Es la lana teñi-

CUENTAPUNTOS EN ALONSO DE CORDOVA

Hace algunos años, la madre de Michelle Boisier decidió abrir una tienda en Chile, Cuentapuntos, en la calle Alonso de Córdova en Santiago.

"Con ella logramos un sensor de lo que está pasando con el mercado chileno", indica la emprendedora.

A través de la tienda canalizan la distribución de algunos productos a Puerto Varas, La Serena y Viña del Mar.



Las lanas se exportan a 14 países; entre ellos, Japón, Rusia y EE.UU.



INSPIRACIÓN.— La arquitecta Michelle Boisier comenzó su proyecto personal en 2002, a raíz de un viaje a Vancouver, Canadá, tras impregnarse de la mentalidad sustentable.

quieran seguir escalando, esta vez, de la mano de productos terminados. "Estamos finalizando el trabajo de nuestra primera marca de accesorios, que será lanzada en noviembre en Bélgica. Se trata sólo de productos tejidos a mano por comunidades indígenas chilenas",

Un viaje a Vancouver

Michelle Boisier se graduó a fines de la década de 1990 de la carrera de Arquitectura y decidió, como varios, irse a

LA RUTA DE LA LANA

Al principio encontrar proveedores chilenos de lanas fue complejo, porque la competencia asiática se llevó todos los clientes y, además, porque la cultura de "lo propio" (como dice Michelle Boisier) no estaba inserta en el país. Fue por eso que la arquitecta y empresaria comenzó un viaje por el mundo buscando lanas e hilados en países como Argentina, Italia, Uruguay, Perú, Turquía, Rumanía, algunos de los cuales aún trabajan con Araucanía Yarns.

"Para tener un producto de primera línea y de valor agregado, compramos materia prima de primera calidad. Muchas veces mezclamos materiales, como lana de alpaca, seda, bambú, caña de azúcar o alga marina, siempre tratando de que sean fibras que sean innovadoras", comenta.

A ellas les aplican el color con técnicas artesanales, las que han ido modernizando e innovando para poder teñir en volumen, sin perder la técnica original. Con esto, han logrado seguir elaborando un producto boutique, pero en grandes cantidades.

Este año, Boisier comenzó a contactar a proveedores chilenos, ya que han visto un boom en relación con los productos nacionales. El desafío este año es sacar un producto que sea 100% chileno, evitando el proceso de importación de materia prima.

trabajar al extranjero.

"Todo lo que aprendí en ese año (1998) sobre el reciclaje me abrió los ojos. Se generó un cambio en mí por el impacto cultural que tuve al estar afuera. Empecé a valorar otras cosas y hasta el día de hoy no he perdido esa inspiración", dice.

A su vuelta, en 2002, decidió aplicar de alguna forma lo que había visto en el exterior y combinar gustos adquiridos en la niñez, con la idea de formar una familia y ser una empresaria exitosa.

Por la crisis interna de ese momento en Chile y un tema de desinterés en productos nacionales, Michelle buscó afuera sus primeros clientes, lo que gatilló un crecimiento explosivo. "En 2006 tuvimos la primera dificultad grande. No teníamos capital de trabajo para planificar la evolución de las ventas y nos dimos cuenta de que necesitábamos un inversionista que nos aportara como capital de trabajo necesario para absorber e implementar el crecimiento y nos asociamos con un empresario irlandés textilero, que aporta valor en dos áreas, finanzas y con su experiencia internacional en nuestro rubro", dice la empresaria.