

## Jacqueline Rodríguez, Gerente General de Achiga 20 años de exitosa gestión

*Se podría decir que fue el destino que llevó a esta emprendedora profesional del área periodística a involucrarse activamente en el área de la gastronomía, una feliz conexión que ha significado en estas dos décadas como gerente de Achiga, un fuerte impulso y posicionamiento de la institución gremial, con importantes logros a nivel nacional e internacional*

**N**o cabe duda que el nombre de Jacqueline Rodríguez en el mundo de la gastronomía es sinónimo de Achiga, Asociación Chilena de Gastronomía. Y a poco de cumplir 20 años a cargo de la gerencia de esta institución, se puede apreciar el sello que ha caracterizado su exitosa gestión. Una asociación gremial consolidada tanto en su estructura y finanzas, como sus actividades desarrolladas en pro del sector, entre las que se encuentra el concurso anual Maestros de Cocina.

Jacqueline se autodefine, entre otras cosas, como una mujer dinámica y positiva, y es cuando nos relata parte de su vida que uno se da cuenta que estas características de su personalidad las ha tenido siempre, aún antes de liderar Achiga.

Cuando cursaba segundo año de la carrera de periodismo en la Universidad de Chile, Jacqueline se casó – tenía 19 años – y siguió a su marido Patricio Seelenberger, a Estados Unidos, quien había obtenido una beca de la FAO que contemplaba un postgrado. Así llegaron a California donde nació su primera hija, en una estadía que se prolongó dos años antes de regresar nuevamente a Chile, y terminar así su carrera de periodismo.



No pasó mucho tiempo cuando nuevamente debía viajar junto a su marido, esta vez con destino a Colombia, país donde Seelenberger había sido contratado por una empresa multinacional para estar a cargo del área veterinaria. *Fueron momentos muy intensos, recuerda la gerente: debía terminar su tesis universitaria, hacer los preparativos para el cambio total de casa, y dejar a su pequeña hija al cuidado de su madre vecindada en Viña del Mar.* Así, ya recibida, viajó a Colombia. *“En ese país, durante los cinco años de permanencia – recuerda Jacqueline –, fuera de tener a mi segunda hija y encargarme de la crianza, no hice nada laboral”.* Su destino siguiente fue viajar a Costa Rica, debido a que su marido debía hacerse cargo en la empresa de todo el mercado centroamericano. En ese país, donde permanecieron cerca de tres años, nació su tercer hijo. *“Tuve uno de cada América: norte, sur y en el centro del continente”*, cuenta a modo de anécdota.

Tras desestimar su marido un traslado a Estados Unidos, volvieron a Colombia donde Seelenberger se asoció en una participación minoritaria, con su ex jefe en un negocio particular de PVC encargándose de la distribución y fabricación. *“Aunque yo quería regresar a Chile – explica Jacqueline –, entendí que era una buena oportunidad. En ese tiempo se generó una estrecha relación de amistad entre la familias, lo que ayudó a que un día tuviésemos la idea con la esposa del socio, de comprar tela plástica para comenzar a fabricar un protector de colchones, producto que se comercializaba en Estados Unidos pero era desconocido en Colombia”.* Poco a poco el negocio fue creciendo hasta tener cien empleados, y mientras su amiga se dedicaba a la producción, Jacqueline se ocupaba de las ventas, trabajo que tuvo que aprender en terreno. Así las cosas, llegó un momento en que había que tomar una decisión: quedarse en Colombia – donde habían permanecido por diez años – o regresar a Chile. Finalmente optaron por lo último. *“La recesión del ‘82 nos pilló recién llegados a Chile y sin posibilidad de retorno, ya que habíamos liquidado todo en Colombia. Fue una época muy dura – recuerda Jacqueline –, yo tenía mi título de periodista pero no tenía experiencia, y Patricio tuvo que empezar a buscar trabajo nuevamente. Un día recordé que me había traído de Colombia una maquineta para hacer galletas obleas, muy populares en ese país, por lo que solicité a una*

*amiga me mandara más máquinas. Y me puse a hacer galletas. El pequeño negocio sirvió para “parar la olla”, mientras Patricio se organizaba. Mi suegro me prestó un local donde preparaba las mezclas muy temprano y salía a vender al Parque Arauco, al Apumanque o a la Feria del Hogar; la cuestión era vender y vender; ya que teníamos tres hijos en el colegio”.*

En ese tiempo, también comenzó a hacer algunos trabajos de periodismo en el área comunicaciones del Santiago College, donde fue alumna además de presidenta de la agrupación de ex alumnos. Fue en 1991 – cuando ya llevaba 10 años en Chile – que contestó un aviso publicado en el diario El Mercurio de un grupo de empresarios que buscaba a una persona para ocupar un cargo ejecutivo. *“Resultó ser Achiga, en ese entonces una agrupación que ocupaba un pequeño local ubicado entre Luis Thayer Ojeda y Holanda, donde habían dos escritorios, uno para la secretaria, otro destinado a la persona seleccionada, un estante y una silla para el junior. La idea de Gabriel Délano, entonces presidente de Achiga, era hacer crecer la asociación y profesionalizar el área. Creo que me seleccionaron porque en mi curriculum figuraba que había sido empresaria en Colombia, que seguía teniendo mi empresa en Chile y que mi background era periodista, aunque más empresaria que periodista – agrega. Recuerdo que Gabriel me comentó que tenía muchos curriculums, que vio el mío, me entrevistó y no vio ningún otro más”.*

**¿Qué fue lo primero que hizo ya instalada en Achiga?**

Lo principal era buscar nuevos socios. El ámbito gastronómico en esa época era bastante pequeño, con una mentalidad completamente distinta a la de hoy, donde ha habido un gran cambio no sólo en la parte gastronómica, sino también en la gente que está detrás de esto, de los dueños de restaurantes que hoy son más empresarios. ¡Es un cambio impresionante!. Antes no todos eran chefs, no todos eran profesionales de la cocina. Hay que recordar que Achiga nace como una asociación de amigos de la buena mesa que tenían restaurantes, el Praga, L’ermitage o el Bali Hai, quienes se juntaban a comer y a departir. Aunque nació como asociación gremial no hacían actividades, salvo hacer un concurso de gastronomía. A partir de ahí se pensó en crecer. Por ello salí a captar socios, algo difícil porque

era vender un intangible. Ahora es diferente porque se venden beneficios, una imagen, luchas gremiales, contactos con el gobierno, pero en esa época no había nada. Pero así se creció y fueron aumentando los socios.

**Según su opinión, ¿existe algo que se podría haber hecho mejor?**

Soy una persona terriblemente positiva y siempre entrego lo mejor de mí, por cómo eran en mi casa, por el colegio y por mi formación. Soy muy responsable y me tomo muy a pecho el trabajo, entonces siento que a todo lo que he hecho acá en Achiga le he puesto el alma. Las cosas pueden haber resultado mejor muchas veces, pero tú sabes y tienes la conciencia tranquila que hiciste lo mejor que podías en ese momento.

**¿Y cuál sería el logro más importante en estos 20 años en Achiga?**

El más grande fue el Congreso WACS.

**¿Cómo ve el futuro de la institución?**

El 2011 le planteé al directorio que había que analizar la situación e ir hacia nuevos rumbos porque el mercado ha cambiado. Entonces formamos un comité de reposicionamiento que ha estado trabajando con asesoría externa. No para hacer una nueva Achiga, pero sí para dar un paso adelante, modernizar muchas cosas, ubicarse en el contexto gastronómico en que estamos ahora. Llenos de escuelas de gastronomía, con muchos chefs profesionales, un boom gastronómico de empresarios que quieren abrir y que se asocian a chefs, es decir, todo un cambio económico y socioeconómico en este aspecto. Entonces Achiga tiene que adecuarse al momento, a las necesidades, y a lo que los socios de hoy necesitan o quieren para ser miembros de la institución. A los nuevos hay que encantarlos más, no se puede desconocer que hoy es necesario pertenecer a una asociación gremial.

**En la actualidad, ¿tienen peso las asociaciones gremiales?**

Hoy las asociaciones gremiales tienen bastante que decir a los gobiernos, a las autoridades; a nosotros nos reciben en el Ministerio del Trabajo, de Salud, las cámaras de comercio, etc. Somos alguien. Somos una voz que es escuchada, entonces yo creo que la gente se da cuenta que hoy tiene que pertenecer a una asociación gremial, por eso estamos tratando de demostrarles en este nuevo plan de comunicación porqué es tan importante esto.



*L'espressione nera del piacere...*

CAFE ESPRESSO ITALIANO  
MAQUINAS PARA CAFE  
ACCESORIOS PARA CAFETERIAS  
REPUESTOS MULTIMARCA

Pruebe nuestros nuevos productos...



MOUSSE DE CAFE CHOCOLATE CALIENTE CAFE AL GINSENG



SORBETTO AL LIMONE MOJITO FROZEN SABORIZANTES

DISTRIBUIDOR OFICIAL MAQUINAS DE CAFE ORIMAC



MAQUINA OFICIAL DE LA 1era COMPETENCIA CHILENA DE BARISTAS

*Academia del Cafe*  
CURSO DE BARISTA CERTIFICADO SCAE  
(Speciality Coffee Association of Europe)



Encuétranos en EXPOCAFE  
Santiago 2012, 20, 21 y 22 de Enero

MARCHANT PEREIRA 3266, ÑUÑO A, SANTIAGO  
Teléfono: 2698286 - email: chile@mocafeitalia.com  
www.mocafeitalia.com



**¿Cómo se ha insertado Achiga en la realidad turística del país?**

Achiga acaba de ingresar a Fedetur, y creo que ahora el turismo va a tomar más en serio a la gastronomía. Hemos tenido respuesta de las autoridades en nuestra lucha por el tema de las verduras crudas, de los pescados crudos o de la ley del tabaco en dos oportunidades, ahora vamos a la tercera. Hemos tenido diferencias con el S.I.I., por lo que estamos dando otra lucha. Antes se cobraba a mano, pero ahora todo es computarizado, entonces los restaurantes cobran lo que llaman comanda u orden de pedido para luego emitir la boleta. Achiga jamás va a ir contra la ley ni va a defender casos particulares que estén contrayendo la ley, pero si hoy dan la factura o boleta para cobrar, el sistema computacional borra la mesa. En un restaurante pasa 20 veces al día que un señor reclama porque dice que no se tomó el pisco sour por ejemplo, u otro que alega que tiene descuento de tarjeta club, entonces la cuenta hay que volver a hacerla. Si esa cuenta queda borrada en el computador se puede hacer de nuevo, pero es un trabajo "de chinos". El S.I.I. está consciente de eso, y estamos trabajando juntos para llegar a alguna solución. También estamos participando en una mesa laboral, con problemáticas como el turno cortado.

**¿Qué pasa con los asociados en regiones?**

Los asociados de Achiga están más concentrados en Santiago, y es que mientras

existió Hotelga, sus regionales se encargaban de los asociados. Como Hotelga desapareció como entidad federativa, se decidió que los hoteleros afiliaran a sus socios de hoteles y Achiga a los de restaurantes. Esa es una tarea que hay que empezar a hacer, que comienza por ir personalmente a las regiones y fichar nuevos socios.

**¿Qué otras novedades están contempladas en el corto y mediano plazo?**

Aparte del trabajo de obtener más socios y el reposicionamiento de Achiga, también postulamos a un programa de ProChile. Para ello trabajamos todo el año pasado en un proyecto, que consiste en la realización de una feria del sector con matices bastante internacionales que esperamos se materialice a principios del 2013. Lo otro es que vamos a continuar con el trabajo iniciado en México, para poder terminar en forma redonda. Nos fue muy bien en la promoción que hicimos de Chile en la parte gastronómica, de productos, como por ejemplo 'Chile a la carta', con concursos, catas y una serie de eventos como la premiación de restaurantes mexicanos que más usaban productos chilenos. Por ello queremos cerrar el tema México este 2012. Vamos a partir en ese país y culminar con la feria internacional que se realizaría en abril del 2013. Son dos proyectos bastante grandes y ambiciosos, dos grandes desafíos que tenemos a futuro, y queda mucho por hacer. ■