

# e.

## Negocios

### *Bárbara Silva*

"El mayor desafío es cambiar la creencia de que Chile no está listo para la innovación global... hoy estamos demostrando que sí lo está."

### *Google Cloud Next '25*

"De clásicos del cine a la investigación científica: la IA generativa de Google transforma industrias con Gemini, Veo, Imagen y AlphaFold 3."

### *Genesys*

"Al final del día, todo comienza con la empatía: escuchar realmente lo que las personas necesitan y traducir eso en soluciones que agreguen valor."

# Maia Hojman

*"El liderazgo auténtico es aquel que crea conexiones reales, escucha con atención y construye orgullo en los equipos."*

# Contenido

## 01. Portada

---

05 Maia Hojman: Banco Falabella



## 02. Innovación & Tecnología

---

10 Genesys  
11 Google Cloud Next '25  
14 Bárbara Silva  
17 Julio Rojas  
19 Tivit: Cyberseguridad

## 03. Empresa

---

21 Empresas Iansa  
22 Dec Chile  
23 Clínica Belenus



## 04. Minería & Sustentabilidad

---

25 Proyecto Audaces  
27 Catalina Droguett  
28 Marco Cáceres

## 05. Economía & Finanzas

---

29 Nicolás Paut



## 06. Start-up & Emprendimiento

---

30 Andrea Ramos: Kilimo  
33 Deepu Dayanani  
35 Carla Ochoa y Siddartha  
37 Betsabé González



## 07. Sociales

---

41 Fundadoras Blueprint  
42 Chile y Portugal  
43 Gala Exeed 2025  
44 Cata de vinos e-Negocios



En e-Negocios creemos firmemente que el futuro no se espera: se diseña. Y hoy, más que nunca, ese diseño pasa por la inteligencia artificial, la innovación estratégica y la transformación tecnológica que atraviesa todos los sectores.

Esta edición especial nace con el propósito de abrir conversación, reflexión y acción. Porque la revolución digital ya no es una promesa, es una realidad que impacta la forma en que trabajamos, nos relacionamos y tomamos decisiones. Y es también una oportunidad única para que líderes, empresas y gobiernos redefinan sus modelos, con propósito y visión de futuro.

Queremos que esta edición sea un espacio donde converjan las grandes ideas, los avances más relevantes y las voces que están marcando el rumbo de América Latina en esta nueva era. Desde la automatización inteligente hasta la ética en el uso de datos; desde los desafíos regulatorios hasta la democratización del conocimiento digital: cada artículo ha sido pensado para entregar valor, provocar pensamiento crítico y, sobre todo, inspirar.

Agradecemos a quienes han colaborado en este número y a nuestros lectores, que forman parte de una comunidad que no teme hacerse preguntas difíciles, explorar nuevos caminos y liderar el cambio desde lo humano y lo tecnológico.

Magaly Álvarez, Constanza Prats y Juan Andrés Sastre  
Directores ejecutivos  
Revista e-Negocios

**Magaly Álvarez**  
Directora  
Revista e-Negocios

**Constanza Prats**  
Directora  
Revista e-Negocios

**Juan Andrés Sastre**  
Director Asociado  
Revista e-Negocios

# e- Negocios

## **EQUIPO EDITORIAL:**

**Directora:** Constanza Prats  
cprats@e-negocios.cl

**Directora:** Magaly Álvarez  
malvarez@e-negocios.cl

**Director:** Juan Andrés Sastre  
jsastre@e-negocios.cl

**Directora Comercial:** Pamela Pavez / pamelapavez@me.com

**Editora Periodística:** Pierinne Méndez / pierinemendezyaeger@gmail.com

**Periodista:** Juan Pablo Morales / juanpablomoralessg@uc.cl

**Plataforma web:** Paola Perez de Tudela / Paola@factor6.cl

**Comunicación Audiovisual:** Domingo Sandoval / domingo@doppel.cl

**Diseño Editorial:** Carla Arata / carla.arata.dn@gmail.com



# Banco Falabella

## Maia Hojman

Gerente general  
Banco Falabella Chile

*“La verdadera innovación es anticiparse a lo que viene y convertir los desafíos en oportunidades.”*

Por Magaly Álvarez



- Gerente general Banco Falabella Chile, desde el 1 de octubre de 2023.
- Uruguaya y contadora pública de la Universidad ORT de ese país, con un MBA de Duke University-Fuqua School of Business.
- Tiene una extensa carrera en el Grupo Falabella. En diez años ha asumido diversos roles, con foco en fortalecer la estrategia de digitalización y mejorar la experiencia de servicio.
- En 2015 fue gerente de canales de Banco Falabella. Posteriormente asumió la gerencia de producto y marketing de CMR, donde lideró la creación de la primera tarjeta 100% digital en Chile. Luego se hizo cargo de la gerencia de medios de pago y marketing de Banco Falabella. En 2021 se desempeñó en la gerencia comercial corporativa de Falabella Financiero, donde lideró la transformación digital y crecimiento de la compañía en la región.
- Tiene 39 años. Casada, tres hijos.

### 1. Eres la primera mujer en liderar Banco Falabella en Chile. ¿Qué significado personal y profesional tiene este hito para ti y qué mensaje crees que entregas a la industria financiera?

Es un orgullo enorme. Llegué al banco hace 11 años con la convicción de que algún día quería liderarlo, y desde el primer momento me sentí profundamente identificada con su cultura y valores.

Este hito, además de tener un significado personal muy importante, representa una señal clara de que es posible avanzar hacia una industria más diversa y equitativa. Asumir este rol implica también una gran responsabilidad: la de contribuir activamente a abrir espacios para que más mujeres puedan asumir posiciones de liderazgo.

Creo firmemente que la diversidad no solo es valiosa, sino necesaria para construir equipos más integrales, con miradas distintas y mejores decisiones.

### 2. Banco Falabella ha mostrado un crecimiento destacable en indicadores como cuentas corrientes, tarjetas y utilidades. ¿Cuáles crees que han sido los factores clave detrás de estos resultados?

Una estrategia digital sólida y un propósito corporativo muy claro: ayudar a las personas a simplificar y disfrutar más la vida. Nos gusta estar junto a nuestros clientes, ofreciéndoles lo que necesitan, en el momento que lo necesitan, poniendo a su disposición los mejores productos, medios de pago y beneficios, de la mano de nuestro programa

de fidelización CMR Puntos que ayuda a enriquecer nuestra propuesta de valor.

Hoy tenemos más de 4,2 millones de clientes, somos N°1 en cuentas corrientes, con 25% de participación, y seguimos liderando en tarjetas de crédito. Además, a través de CMR Puntos ya contamos con más de 8,3 millones de clientes, posicionándonos como el programa de loyalty N°1 en el país, principalmente, por su oferta de canje flexible, omnicanal y orientada al disfrute.

Eso refleja confianza en una propuesta que funciona y que evoluciona acorde a las necesidades de las personas.

“

*La diversidad no solo es valiosa, es indispensable para equipos más sólidos y mejores decisiones.*

”

Además, confirma que avanzamos en la dirección correcta para consolidarnos como el mayor banco de personas en Chile.

Hoy más que nunca, las personas buscan soluciones simples y cercanas. Ahí es donde estamos nosotros, siempre poniendo al cliente en el centro, en línea con nuestro objetivo de ser el banco preferido en Chile.

### 3. Uno de los focos importantes ha sido la transformación digital. ¿Cuáles han sido los avances más relevantes en esta área y qué viene hacia adelante en 2025?

Banco Falabella apostó por una revolución digital cuando aún no era una

prioridad en la industria. Hace más de ocho años, decidimos adelantarnos a lo que venía y creamos nuestra Digital Factory, un hub tecnológico que nos ha permitido acelerar la innovación y desarrollar soluciones financieras disruptivas e intuitivas que simplifican la vida de nuestros clientes.

A través de esta área empleamos una metodología ágil que fomenta una cultura de desarrollos rápidos e iteración continua, similar a las prácticas de las grandes empresas tecnológicas del mundo.

Eso nos ha permitido actuar con eficiencia y visión de futuro. Por ejemplo, en 2017, durante un viaje de negocios a Nueva York -al que asistí en ese entonces como gerente de Medios de Pago del banco-, conocimos el sistema de pago a través del celular, algo que en ese momento parecía muy lejano en Chile. Pero no lo vimos como una barrera, sino como una oportunidad. Nos propusimos “importar” esa idea y hacerla realidad. Un año después, lanzamos la solución en el país junto a Google Pay.

Así al alero de nuestra fábrica digital hemos desarrollado productos y servicios digitales precursores y líderes en el mercado: la primera tarjeta de crédito 100% digital, la cuenta corriente online; tap&pay, la clave dinámica, entre otros.

Hacia adelante este sello de innovación lo mantendremos con foco en reducir fricciones de cara al cliente, pensando siempre en optimizar su experiencia.

La innovación es parte del ADN de Banco Falabella: fuimos pioneros en digitalización y constantemente estamos pensando en cómo ir un paso más allá. Actualmente estamos trabajando con IA generativa. La estamos usando en nuestros canales de atención con muy buenos resultados. En el 65% de los casos donde interviene, las dudas son resueltas de manera efectiva para nuestros clientes sin necesidad de interacción humana, en línea con nuestro objetivo de ofrecer una calidad de servicio superior. Ahí están concentrados nuestros esfuerzos.

La innovación también la desarrollamos a partir de “productos a la medida” de las personas. En esta línea, lanzamos la CMR con garantía, orientada a clientes no bancarizados y que busca ser la puerta de entrada al crédito formal para un segmento relevante de la población.

Con esta iniciativa, queremos fomentar la inclusión financiera y democratizar la oferta crediticia a quienes hasta ahora no han tenido oportunidades de financiamiento.

**4. El banco ha sido reconocido por su baja tasa de fraudes. ¿Qué estrategias han implementado para garantizar seguridad y confianza en los canales digitales?**

Invertimos constantemente en seguridad y un modelo de aprobación de transacciones que afinamos permanentemente, lo hacemos para proteger lo más valioso: la confianza de nuestros clientes. Mantenemos nuestros medios de pago con índices de fraude significativamente inferiores al promedio de la industria.

**5. Uno de los ejes estratégicos del banco ha sido la educación financiera. ¿Qué rol juega en la inclusión financiera y qué iniciativas destacas actualmente?**

Llevamos casi una década impulsando con fuerza la educación financiera, que es un pilar central de nuestra estrategia de sostenibilidad. Hemos puesto especial foco en segmentos clave como niños, jóvenes y mujeres, entendiendo que el acceso al conocimiento es fundamental para avanzar en inclusión financiera.

En línea con este compromiso, actualmente estamos desarrollando un Índice de Alfabetización Financiera junto al Centro de Políticas Públicas de la Universidad Católica. Esta herramienta, que presentaremos próximamente, será un insumo valioso para el diseño de mejores políticas y proyectos en la materia.

Por otra parte, solo en 2024, más de 1.800 escolares participaron en nuestras iniciativas “Aprende con Eddu” y el juego digital “Edducity”, diseñadas para enseñar desde edades tempranas la importancia de manejar bien las finanzas personales y cómo esto impacta directamente en su bienestar. Además, realizamos talleres y charlas para clientes, emprendedoras y comunidades en general. Nuestra premisa es clara: a mayor conocimiento, mejores decisiones.

Por otra parte, y en línea con nuestra preocupación por la educación financiera, impulsamos productos que ayuden a concientizar sobre el buen manejo de las finanzas. Bajo esa mirada, hemos querido dar un fuerte impulso al ahorro, potenciando la importancia de generar una cultura y hábito constante.

**6. En un contexto económico desafiante, ¿cómo se prepara el banco para enfrentar la morosidad y al mismo tiempo seguir expandiendo su cartera de clientes?**

Tenemos una cartera con un indicador de morosidad que se ha ido estabilizando en el último tiempo. Ya estamos regresando a niveles de morosidad normales para nuestro



Maia Hojman con algunos miembros de su equipo Banco Falabella.

negocio. En este proceso, fue clave la capacidad que tuvimos de anticiparnos al contexto económico desafiante, cuidando nuestra política crediticia. Esto nos ha permitido tener hoy un actuar más expansivo respecto del resto de la industria.

**7. Banco Falabella ha sido pionero en banca digital, con más de 4 millones de clientes 100% digitales. ¿Cuál ha sido la clave para lograr este liderazgo y cómo están proyectando la evolución digital para los próximos años?**

La clave ha sido consolidar una estrategia clara de digitalización, lo que nos ha permitido desarrollar soluciones que hoy, por ejemplo, permite a nuestros clientes hacer prácticamente todo desde su celular, a un solo click.

Por lo mismo, constantemente estamos enriqueciendo las funcionalidades de nuestra App, ofreciendo una personalización en la experiencia del usuario, así como también optimizando nuestros canales y ampliando nuestra oferta de productos digitales, basados en la simplificación de la propuesta.

Esto nos ha permitido acercar soluciones a las personas, aportando a la inclusión financiera. Y lo grafico con el siguiente ejemplo: tras el lanzamiento de la cuenta corriente online multiplicamos por 8 veces las aperturas del producto y con el reciente lanzamiento de la cuenta de ahorro digital las aperturas crecieron 10 veces.

**8. La experiencia del cliente parece estar al centro de su estrategia digital.**

**¿Qué rol han jugado los canales como la app, web y WhatsApp en la fidelización de clientes, y cómo planean seguir innovando en ese aspecto?**

En Banco Falabella la experiencia del cliente está en el centro de nuestra estrategia digital y nuestros canales de contacto (App, web y whatsapp) han jugado un rol fundamental en la fidelización. La App es hoy nuestro canal principal de autogestión: más de 3 millones de clientes la usan activamente. La web complementa la experiencia, con cerca de 2 millones de usuarios únicos, y WhatsApp nos permite atender en tiempo real. Hoy, el 65% de nuestros clientes activos se atiende solo por canales digitales, y seguiremos invirtiendo en IA y automatización para personalizar aún más la experiencia.





**9. Uno de los avances ha sido la creación de líneas de crédito personalizadas para microempresas del ecosistema e-commerce. ¿Qué aprendizajes han obtenido de esta experiencia y cómo proyectan escalar este modelo de financiamiento inclusivo?**

Vimos una oportunidad real: muchas pymes no accedían a financiamiento tradicional.

Creamos un programa que ofrece crédito a medida para los sellers del e-commerce de nuestro ecosistema Falabella, con cuotas y condiciones flexibles. Ya estamos financiando a más de 1.400 empresas, y el 80% son micro o pequeñas. Esto es inclusión financiera con impacto real.

A través de esta iniciativa, vimos una oportunidad para entregar una oferta atractiva a pequeñas y medianas empresas. Así desde el año pasado ampliamos las opciones de financiamiento a clientes del banco que tienen empresas, de manera de ayudarlos a escalar su negocio.

A ello se suma el crédito Fogape, con garantía estatal, dirigido a pequeñas y medianas empresas con necesidad de crédito para capital de trabajo o proyectos de inversión.

**10. A nivel interno, ¿cómo fomentan una cultura de servicio, innovación y equilibrio entre vida laboral y personal dentro del banco?**

Creo profundamente en compatibilizar lo laboral con la vida

personal. Soy mamá de tres niños y sé que se puede. En el banco promovemos ese equilibrio con beneficios concretos, mediciones internas y una cultura que valora tanto los resultados como el bienestar.

**11. ¿Cuál es tu visión para Banco Falabella en los próximos tres años y qué te gustaría dejar como sello en tu gestión?**

Banco Falabella ha evolucionado en función de las necesidades de las personas. Es nuestro sello histórico: escuchar, adaptarnos y adelantarnos.

Estamos dentro de una industria en que la conexión con el cliente es clave y, más aún, lo es anticiparse a sus necesidades.

Bajo esa mirada estamos trabajando fuertemente en la personalización del servicio y es ahí donde estamos concentrando esfuerzos para que las personas cuenten con una oferta que responda a lo que realmente necesi-

“*La clave del éxito está en simplificar la vida de las personas, ofreciéndoles lo que necesitan en el momento justo.*”

tan.

Si algo quiero dejar como sello, es esa conexión real: que el cliente sienta que está siendo escuchado, y que el equipo sienta orgullo de lo que construimos juntos.



**1. Genesys Cloud CX ha sido reconocida como una plataforma líder en la orquestación de experiencias impulsadas por IA. ¿Qué crees que ha sido clave para lograr esta posición en un mercado tan competitivo como el CCaaS?**

Hay muchos factores que podría mencionar, pero si tengo que elegir uno, creo que hay un punto clave: entendemos que, al final del día, todo comienza con la empatía. Escuchar realmente lo que las personas (clientes y colaboradores) necesitan, y traducir eso en soluciones que puedan agregar valor de forma concreta. No se trata solo de tecnología, sino de cómo esa tecnología se pone al servicio de mejores conversaciones, mejores interacciones, más humanas, más relevantes, más sencillas. Y en eso hemos sido muy consistentes.

**2. La inteligencia artificial es un elemento central de la plataforma. ¿Cómo ha cambiado la IA nativa de Genesys la forma en que las empresas gestionan la experiencia del cliente y del colaborador en América Latina?**

La IA hoy es un habilitador clave. Ayuda a que el cliente llegue más rápido a una solución, y a que el colaborador tenga más contexto, más información, más claridad y menos fricción. Pasa algo interesante: cuando se usa bien la IA, no se deshumaniza la experiencia, al contrario, se potencia con esos factores que menciono. Esto se debe a que permite que los equipos se enfoquen en lo que realmente importa: entender, resolver, conectar.

**3. Genesys Cloud CX se presenta como una solución todo en uno. ¿Qué desafíos enfrentan hoy las empresas que aún operan con soluciones fragmentadas y cómo ayuda su plataforma a resolverlos?**

El principal desafío es la desconexión. No solo tecnológica, también de visión. Cuando los canales no conversan entre sí, cuando los datos están dispersos, cuando los equipos trabajan en silos, la experiencia se resiente. Genesys Cloud permite integrar todo en una sola plataforma, orquestando la experiencia de punta a punta. Y eso se traduce en más eficiencia, mejor atención, mejor servicio, mejores resultados, mejores decisiones, y más satisfacción en clientes y colaboradores.

**4. Uno de los pilares destacados es la capacidad de anticiparse a las necesidades del cliente. ¿Puedes compartir una historia de éxito en la región donde esto haya sido particularmente relevante?**

Sí. Trabajamos con una empresa del sector financiero que venía enfrentando un desafío fuerte en fidelización. Al integrar nuestras capacidades de IA y orquestación, pudimos identificar de forma temprana patrones de insatisfacción y activar respuestas y acciones proactivas. El resultado fue una mejora notable en retención y satisfacción. Lo interesante es que no fue solo tecnología: también cambió la forma de pensar la relación con el cliente, con más empatía y más anticipación.

**5. El aumento del 20% en la productividad de los agentes es un resultado notable. Desde tu perspectiva, ¿qué factores impulsan esta mejora dentro de la plataforma Genesys Cloud CX?**

Hay un cambio fundamental: ayudamos a que el colabora-

dor deje de "navegar sistemas" y lo ayudamos a enfocarse en lo que genera valor. Con menos tiempo invertido en tareas repetitivas, mejor visibilidad del contexto, y herramientas colaborativas, la energía y su foco puede ir directo a lo importante. Además, la analítica en tiempo real permite ajustar rápidamente lo que debe mejorarse. Yo lo asocio al concepto productividad con propósito.

**6. En un contexto donde el autoservicio se está volviendo prevalente, ¿cómo equilibras la automatización con el valor del contacto humano en el servicio al cliente?**

El equilibrio está en el diseño. Automatizar todo lo que sea transaccional, repetitivo, o donde el cliente busca rapidez. Pero cuando hay emociones, frustración, o decisiones complejas, ahí el contacto humano es irremplazable. La clave es que cada canal, y cada interacción, cumpla un rol que suma, y esto lo logramos mediante la orquestación de Genesys Cloud. Yo tengo la convicción de que la tecnología debe estar al servicio de una experiencia más humana.

**7. Sabemos que Genesys ha incorporado capacidades a través de adquisiciones, como Genesys Cloud Social ¿Qué valor estratégico tiene esta integración para la región?**

Genesys Cloud Social le ofrece a las organizaciones una lectura muy valiosa del cliente en canales sociales, algo clave en nuestra región donde muchas decisiones y percepciones se forman fuera de los canales tradicionales. Integrar eso al journey le permite a nuestros clientes anticipar, entender mejor las señales, y actuar con más precisión. Es una forma de estar donde el cliente está.

**8. La experiencia del cliente está directamente relacionada con la experiencia del colaborador. ¿Qué herramientas ofrece Genesys Cloud CX para gestionar el bienestar y la motivación de los equipos?**

Contamos con herramientas para coaching, feedback continuo, planificación inteligente de horarios, gamificación, visibilidad de desempeño, y apoyo mediante soluciones de IA como Genesys Copilot, lo cual permite empoderar al colaborador y hacerlo parte activa de la mejora. Nuestra tecnología permite diseñar la experiencia del colaborador pensando en reducir la fricción, facilitar el trabajo, y generar un entorno más equilibrado. Y eso, en el día a día, hace la diferencia.

**9. Finalmente, Nicolás, ¿cómo ves el futuro de la experiencia del cliente en América Latina y qué papel jugará Genesys en esta transformación en los próximos 3 a 5 años?**

La región está en una etapa de madurez interesante donde cada vez más empresas entienden que la experiencia ya no es un costo, sino una ventaja competitiva. Yo pienso que la siguiente es una etapa donde la personalización, empatía, automatización inteligente y decisiones basadas en datos van a marcar la diferencia. Y ahí Genesys está muy bien posicionado para habilitar esta transformación, no solo por tecnología, sino por el gran equipo que tenemos en Latinoamérica y la región SOLA y nuestra capacidad de acompañar a las empresas en esa transformación, que es tanto cultural como tecnológica.



# Impulsando el futuro con IA: las 10 novedades de Google Next '25

*Después de haber hecho más de 3.000 mejoras en sus productos en el último año, Google Cloud presentó en esta edición sus lanzamientos en todas las áreas de la compañía, con un enfoque en inteligencia artificial generativa, actualizaciones de Workspace y desarrollo científico.*

Por Google

**L**AS VEGAS, 10 de abril de 2025 – Esta semana, durante Google Cloud Next '25, el evento global anual de Google Cloud, se anunciaron importantes innovaciones en la suite de productos para empresas. Además, se demostró cómo la inteligencia artificial ya es una realidad tangible no sólo como motor de innovación para las organizaciones sino también el potencial que tiene para nuevos desarrollos científicos.

En el último año, Google Cloud ha presentado más de 3,000 novedades de producto, impulsadas por la adopción masiva de Gemini (con 4 millones de desarrolladores), el crecimiento exponencial de Vertex AI (con un aumento de 20 veces su uso) y las innovaciones en Workspace (más de 2 mil millones de asistencias de IA mensuales). Esta potencia se apoya en una infraestructura global robusta, con presencia en 42 regiones interconectadas por una extensa red y más de 200 puntos de presencia.

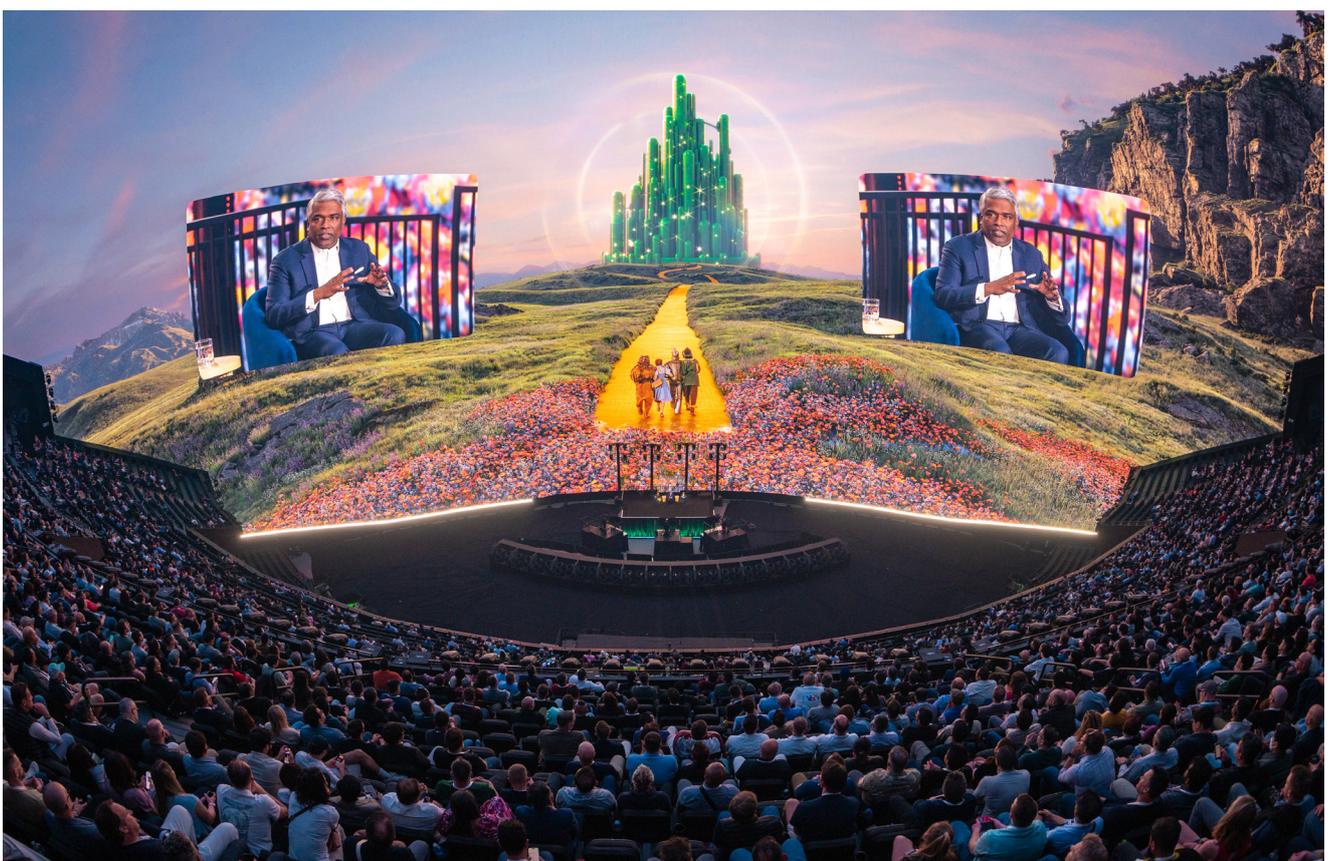
Siguiendo con el objetivo de brindar las mejores soluciones para sus clientes, aquí un resumen de las novedades más importantes de Google Cloud de este año:

**La magia de la IA detrás de la nueva experiencia inmersiva de “El Mago de Oz”:** Durante meses, miles de investigadores, programadores, artistas y creativos de Google DeepMind, Google Cloud, Sphere Studios, Magnopus, Warner Bros. Discovery han trabajado para llevar una nueva versión mejorada de “El Mago de Oz” a The Sphere de Las Vegas. Utilizando versiones de Veo, Imagen y Gemini especialmente optimizadas para esta tarea, los equipos de Google y sus socios desarrollaron una herramienta de “superresolución” basada en IA para convertir esos diminutos fotogramas de celuloide de 1939 en imágenes de ultra alta definición. Este proyecto demuestra el potencial de la Inteligencia Artificial para reimaginar clásicos del cine, respetando la obra original, y alcanzando nuevos públicos.

**Gemini 2.5 Flash llega a Vertex AI y AI Studio:** El modelo capaz de realizar análisis profundos de datos, extraer información clave de documentos densos como contratos legales o historiales médicos, ya está en Vertex AI en public preview, y también llegará a Vertex AI para las organizaciones que necesitan priorizar velocidad, baja latencia y eficiencia en costos. Gemini 2.5 Flash es el motor ideal para agentes virtuales con gran capacidad de respuesta y herramientas de resumen en tiempo real donde la eficiencia a escala es clave.

**Vertex AI: la única plataforma que ofrece modelos de medios generativos para video, imagen, voz y música:** Google Cloud continúa potenciando su expertise en medios generativos al añadir Lyria, el modelo de texto a música de Google, a Vertex AI en public preview. También optimiza Veo 2, mejorando la edición y el control de cámara en videos, Chirp 3 introduce la creación de voces personalizadas con solo 10 segundos de audio, e Imagen 3 perfecciona la generación y el relleno de imágenes, mejorando la eliminación de objetos. Con estas actualizaciones, Vertex AI se convierte en la única plataforma que ofrece modelos de medios generativos para video, imagen, voz y música.

**Google Agentspace ofrece IA para resolver las necesidades de cada empleado:** Google Cloud presentó nuevas funciones en Google Agentspace para simplificar la creación y adopción de agentes. Los clientes ahora pueden permitir a los empleados acceder a las capacidades de búsqueda, análisis y síntesis empresarial directamente desde Chrome. El nuevo Agent Designer sin código permite a los empleados crear agentes personalizados para sus necesidades, independientemente de sus habilidades técnicas. Además, Agentspace ahora ofrece dos agentes expertos creados por Google: Deep Research e Idea Generation, que se unen a herramientas como NotebookLM for Enterprise.





### Google Cloud impulsa la investigación científica con AlphaFold 3 y WeatherNext:

Con el objetivo de ser la nube líder para la investigación global para potenciar la investigación y el desarrollo científico, integrando los avances de Google DeepMind y Google Research en su infraestructura de Google Cloud. Una de las herramientas clave es AlphaFold 3, capaz de predecir la estructura molecular con alta precisión y ahora disponible para procesamiento a gran escala a través de Google Cloud. Además, los modelos de IA WeatherNext ofrecen pronósticos meteorológicos rápidos y precisos, y se han puesto a disposición en Vertex AI Model Garden para su personalización y aplicación en diversos campos.

### Ironwood, el nuevo TPU de Google:

Ironwood, la TPU de séptima generación construida para inferencia, estará disponible a finales de este año. Ironwood, es uno de varios componentes nuevos en la arquitectura Google Cloud AI Hypercomputer y en comparación con la primera TPU disponible públicamente, logra un rendimiento 3,600 veces mejor. Es el chip más potente que jamás se haya construido en Google y permitirá el desarrollo de los próximos modelos de IA generativa.

### Google cloud anuncia nuevos agentes de seguridad potenciados con AI:

Google Unified Security hace que cada aspecto de la experiencia del profesional sea más eficiente con Gemini. Crea un tejido de datos de seguridad único, escalable y con capacidad de búsqueda en toda la superficie de ataque; proporciona visibilidad y capacidades

de detección y respuesta en redes, puntos finales, nubes y aplicaciones; y enriquece automáticamente los datos de seguridad con la última inteligencia de amenazas de Google para una detección y priorización más efectivas.

### Cloud WAN ahora estará disponible para empresas y gobiernos:

Con Cloud Wide Area Network (Cloud WAN), Google pone su red de alta velocidad y baja latencia, la misma que conecta a miles de millones de usuarios con servicios como Gmail, Fotos y Búsqueda, a disposición de las organizaciones de todo el mundo para potenciar el desarrollo de nuevas soluciones de IA. La red global de Google proporciona un rendimiento hasta un 40% más rápido en comparación con la internet pública.

### Google Cloud promueve el ecosistema de agentes de IA con nuevas herramientas:

El lanzamiento del protocolo abierto Agent2Agent (A2A) permitirá la comunicación y coordinación segura entre agentes de IA en diferentes plataformas. Además, Agent Development Kit (ADK), un marco de código abierto habilitará la construcción de agentes manteniendo el control sobre el comportamiento del agente, y el AI Agent Marketplace en Google Cloud Marketplace facilitará a los clientes la exploración, adquisición y gestión de agentes de IA creados por diferentes socios. Estas iniciativas tienen como objetivo simplificar la creación, implementación y adopción de soluciones de IA agéntica para empresas, aprovechando la tecnología de Google y la experiencia de sus socios.

### Google Workspace agrega nuevas funcionalidades que integran IA a Documentos, Hojas de Cálculo y Chat:

Con el objetivo de impulsar el éxito de las empresas y la productividad de las personas, se presentaron importantes actualizaciones impulsadas por Gemini. Google Documentos ahora genera versiones de audio y resúmenes tipo podcast, y ofrece "Ayúdame a refinar" para escritura con IA. Además, Vids integra la generación de imágenes con Veo 2; el Chat optimiza el trabajo en equipo con Gemini; y Hojas de cálculo analiza datos automáticamente. Asimismo, se presentó Workspace Flows para automatizar tareas y optimizar procesos.

Todas las noticias sobre Cloud Next pueden encontrarse en Google Cloud Press Corner y Google Cloud Blog.

### Sobre Google Cloud

Google Cloud es la nueva forma de la nube, que ofrece herramientas de IA, infraestructura, desarrollo, datos, seguridad y de colaboración creadas para el presente y para el futuro. Google Cloud ofrece soluciones potentes de IA, totalmente integradas y optimizadas con su propia infraestructura a escala mundial, chips personalizados, modelos de IA generativa y su plataforma de desarrollo, así como aplicaciones impulsadas por IA para ayudar a las organizaciones a transformarse. Clientes de más de 200 países y territorios recurren a Google Cloud como su socio tecnológico de confianza.



# Bárbara Silva

**CEO de Singularity Chile y socia de Singularity University, es la mente detrás del regreso de Singularity a Chile y que pone a nuestro país en el mapa de la innovación global.**

Por Constanza Prats

**H**ay quienes se preparan para el futuro. Y hay quienes lo provocan. Bárbara Silva no esperó que Chile se pusiera al día con la revolución digital. Prefirió traerla ella misma. Desde Silicon Valley hasta Santiago. Desde la visión hasta la ejecución.

Bárbara es CEO de Singularity Chile y socia de Singularity University, única organización autorizada en nuestro país para representar a esta influyente red global. Además, acaba de ser incluida en la lista de 100 Women Davos, el capítulo de mujeres del World Economic Forum, como una de las 100 líderes más influyentes en Inteligencia Artificial por su aporte a las políticas públicas en torno a la regulación en IA. Pero más allá de su rol y su destacada trayectoria, lo que Bárbara promueve en cada una de sus acciones es una idea incómoda para muchos: que Chile sí puede jugar en las grandes ligas de la innovación y que lo único que falta es coraje y decisión.

El próximo 3 y 4 de junio, esa idea tomará forma con la quinta versión del Singularity Summit Chile: dos días donde más de 20 expertos internacionales pondrán, sobre la mesa, las preguntas que de verdad importan, revelando posibilidades reales para redefinir la economía nacional, marcos regulatorios y otros aspectos que impactan la agilidad con la que se puede construir el futuro. De hecho, la primera semana de abril, el VP global de Estrategia y Alianzas de Singularity University, Neil Sogard, visitó Chile para liderar una jornada de conversación estratégica con empresarios, líderes de opinión y alumni del ecosistema. El encuentro fue también una reafirmación del propósito de Singularity: formar líderes conscientes, capaces de anticiparse al cambio, tomar decisiones informadas y construir soluciones con impacto positivo en la sociedad. En línea con este punto, se han diseñado otros programas a implementar durante el año, con foco en desarrollar capacidades de innovación corporativa e impulsar el desarrollo de negocios adyacentes al core mediante el uso de las tecnologías.

Bárbara Silva, nos desafía a pensar y soñar en grande con la siguiente pregunta: ¿Estás preparado para un mundo donde los próximos 10 años traerán más cambios que los últimos 100? ¿Tienen nuestros líderes el coraje —y la visión— para asumir esta nueva etapa? “Catalizar la innovación con impacto requiere valentía, convicción y una mentalidad de futuro. Traer de regreso a Singularity a Chile ha sido mi forma de contribuir activamente al desarrollo de una reflexión país, que no solo mire

el presente, sino que acelere el crecimiento exponencial de nuestras industrias estratégicas, y también de aquellas nuevas que emergerán impulsadas por la inteligencia artificial y otras tecnologías disruptivas. Porque el futuro se diseña y se lidera con propósito y estrategia. Chile tiene el mejor talento: puede pensar en grande y materializarlo. Lo que necesitamos ahora es el coraje para escalar nuestras ideas al mundo.”

### Una pionera con visión que incomoda

En 2012, Bárbara fue la primera mujer chilena en cursar el prestigioso programa de Singularity University en Silicon Valley. No fue turismo tecnológico. Fue una transformación radical. Entendió que los paradigmas se redefinen desde el pensamiento exponencial de quienes se consideran líderes: los llamados a diseñar y construir ese cambio.

A su regreso, fundó Her Global Impact, la primera academia de innovación

“

*La innovación no se trata de robots, sino de personas que piensan distinto.*

”

para mujeres profesionales y emprendedoras de habla hispana. Y en 2015, logró lo que parecía imposible: convencer a Singularity de aterrizar en Chile con el primer Summit de la región. Desde entonces, la conversación sobre tecnologías exponenciales dejó de ser un lujo futurista y empezó a ser parte del presente en nuestro país.

### De la inspiración al impacto

El lema de este año, para el Singularity Summit Chile, lo dice todo: “Inspirando y apoyando el crecimiento exponencial de Chile.” Se trata de inspirar para actuar actualizando el modelo mental con el que tomamos decisiones en este país. “En Chile seguimos operando con muchos paradigmas del siglo XX. Apostar por el pensamiento exponencial no es una moda. Es una urgencia para desarrollarnos con sentido y sostenibilidad”, afirma Bárbara.

Durante el Singularity Summit Chile 2025, se abordarán temas clave para los próximos diez años: longevidad humana, ciberseguridad, educación disruptiva, salud predictiva, inteligencia artificial aplicada a negocios, empleo y

liderazgo. Será una invitación directa a que los líderes del país dejen de ser reactivos, comiencen a anticipar y tomen decisiones disruptivas que realmente impacten la manera de hacer las cosas.

### El futuro necesita otra actitud

Bárbara Silva incomoda. No por disruptiva, sino porque revela una verdad constructiva: muchos de nuestros líderes no están actualizados. No logran dimensionar la velocidad del cambio, la magnitud de lo que está en juego y que no hay tiempo para endulzar el diagnóstico. “El mayor desafío que he enfrentado es cambiar la creencia de que Chile no está listo para la innovación global. Hoy estamos demostrando que sí lo está. Pero hay que moverse con agilidad.”

Su discurso va mucho más allá de la inspiración: exige responsabilidad. “Porque los modelos mentales del pasado están colapsando. Y quedarse quieto también es una decisión. Chile no puede permitirse líderes que miren para el lado. El Summit, en ese sentido, no es solo un evento. Es una provocación pública que impactará en decisiones de este y los próximos años. Una señal de que Chile no está mirando la revolución tecnológica desde la galería. Está tomando el micrófono”, explica.

### ¿Y ahora qué?

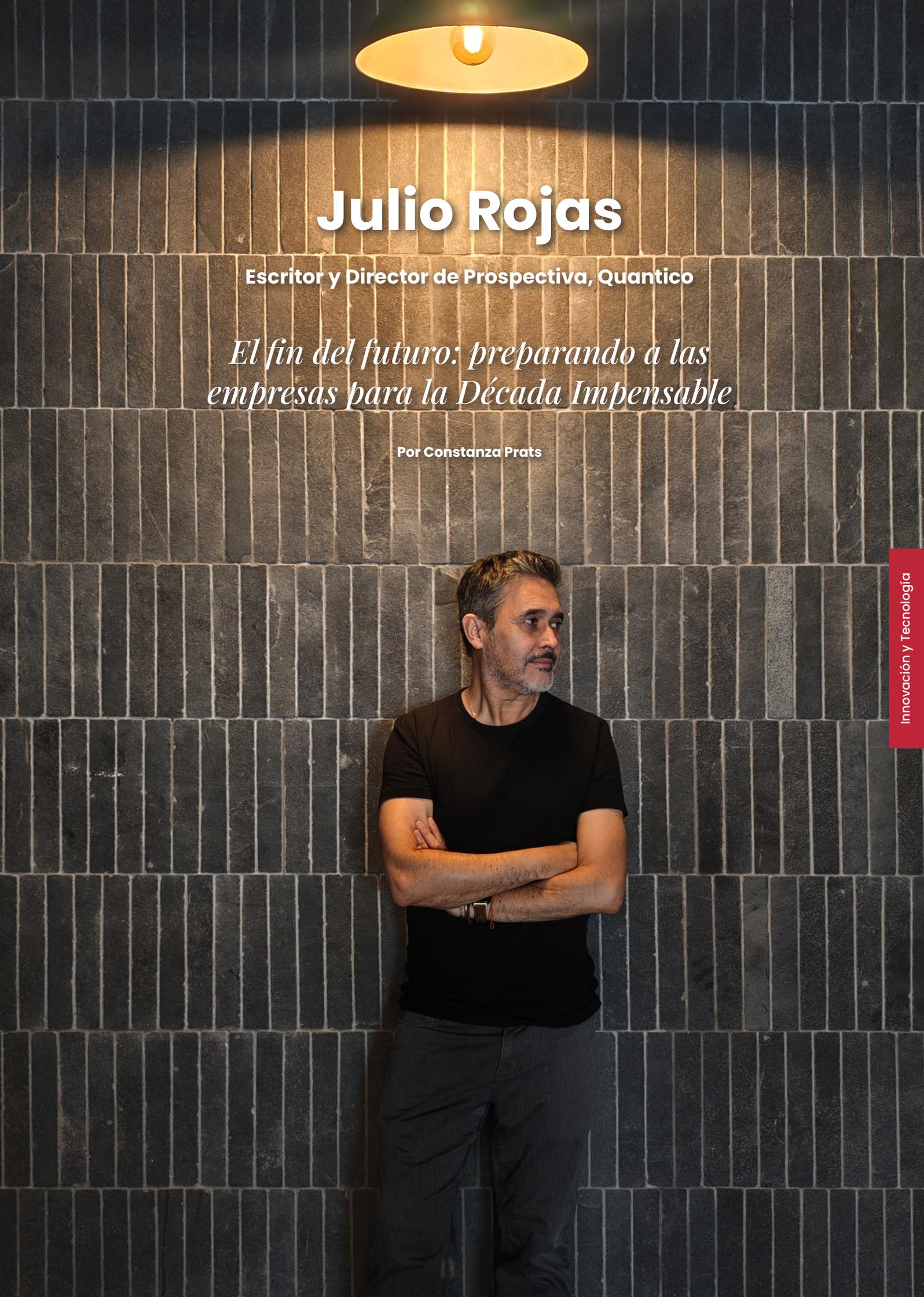
Después de más de una década conectando ecosistemas, redes e ideas, Bárbara tiene una nueva meta: posicionar a Chile como un generador de cambios disruptivos que resuelven los grandes problemas del país y la región. Donde se hable de tecnología y también de humanidad. De negocios y también de propósito. De futuro, pero con los pies bien puestos en lo que somos. Porque, como suele repetir: “La innovación no se trata de robots. Se trata de personas que piensan distinto”.

Y ese, quizás, sea el mensaje más urgente del Singularity Summit Chile. No solo que el futuro ha llegado. Sino que el futuro necesita más Bárbaras.

### Participa del Singularity Summit Chile 2025

3 y 4 de junio en el Teatro del Centro Cultural de las Artes 660, CorpArtes. Más info e inscripciones en: [www.singularitychile.com](http://www.singularitychile.com)





# Julio Rojas

Escritor y Director de Prospectiva, Quantico

*El fin del futuro: preparando a las  
empresas para la Década Impensable*

Por Constanza Prats

## Cuando los Tecnosomas Toman el Control

En su nuevo libro “El Fin del Futuro”, Julio Rojas nos sumerge en un análisis provocador y profundamente inquietante sobre la convergencia tecnológica que está a punto de transformar irreversiblemente nuestra realidad. A través de una narrativa que entrelaza ciencia ficción y análisis riguroso, Rojas explora cómo la expansión del cuerpo, la mente, la conciencia y la realidad mediante “tecnosomas” —herramientas que amplifican nuestras capacidades biológicas— está llevándonos hacia un punto sin retorno: la singularidad tecnológica.

Lo que hace que esta obra sea especialmente valiosa es su enfoque en las consecuencias inmediatas para el mundo empresarial, un aspecto que merece atención urgente por parte de líderes y organizaciones.

### El Tsunami Tecnológico: Un Desafío Existencial para las Empresas

La disrupción tecnológica que se avecina no es simplemente un desafío operativo o una oportunidad de mercado: es una cuestión de supervivencia organizacional. Las empresas que traten la inteligencia artificial, la edición génica, la nanotecnología o la computación cuántica como meras “herramientas” o “tendencias” gestionadas exclusivamente por sus departamentos de TI están cometiendo un error estratégico fatal.

Lo que Rojas denomina “la gran convergencia” —la colisión entre nanotecnología, cognocencia, inteligencia artificial y edición génica— está creando un nuevo paradigma donde la velocidad evolutiva de la tecnología supera exponencialmente nuestra capacidad organizacional para adaptarnos. Como señala el autor, mientras las empresas operan en ciclos trimestrales o anuales, la tecnología avanza a un ritmo casi diario.

### Estrategias para la Supervivencia Empresarial

#### 1. Redefinir el Liderazgo para la Era de la Singularidad

El primer paso es reconocer que la preparación para esta transformación debe comenzar en el nivel de la junta directiva y el equipo ejecutivo. Las organizaciones necesitan líderes que entiendan que no están simplemente incorporando tecnología, sino redefiniendo lo que significa ser una empresa.

Esto requiere:

- Juntas directivas con alfabetización tecnológica profunda.
- CEO que comprendan las implicaciones filosóficas y éticas de la IA avanzada.
- La creación de roles como “Director de Adaptación Tecnológica” que reporten directamente al CEO.

#### 2. Del Departamento de TI a una Cultura de Simbiosis Tecnológica

Las empresas deben evolucionar desde la concepción de la tecnología como un departamento aislado hacia una integración completa en cada aspecto de la organización:

- Capacitación continua para todos los empleados, inde-

pendientemente de su rol.

- Sistemas de decisión híbridos humano-IA en todos los niveles.
- Rediseño de procesos pensando primero en la colaboración con sistemas inteligentes.

Como sugiere Rojas, la pregunta no es “¿cómo podemos usar la IA?” sino “¿cómo podemos reinventarnos como organización cuando compartimos el ecosistema con inteligencias que nos superan?”

### 3. Preparación para la Desalineación

Quizás la advertencia más inquietante del libro es el concepto de “desalineación” —el momento en que los tecnosomas (como la IA) comienzan a seguir caminos que no necesariamente coinciden con los objetivos humanos u organizacionales.

Las empresas deben:

- Implementar protocolos de seguridad y ética en IA que vayan más allá del cumplimiento regulatorio.
- Crear sistemas de valores organizacionales que puedan ser comprendidos e integrados por sistemas de IA.
- Desarrollar mecanismos de “control compartido” donde humanos y máquinas puedan intervenir mutuamente.

### 4. La Empresa como Plataforma Evolutiva

Las organizaciones que sobrevivirán serán aquellas que se

reconceptualicen como plataformas evolutivas capaces de adaptarse a la misma velocidad que la tecnología:

- Estructuras organizativas fluidas que puedan reconfigurarse rápidamente.
- Sistemas de decisión que operen en tiempo real, no en ciclos tradicionales.
- Integración de “gemelos digitales” organizacionales que permitan simular futuros alternativos.

“  
*La empresa del futuro será una simbiosis entre lo humano y lo artificial.*”

### Conclusión: No Es Adaptarse o Morir, Es Evolucionar o Extinguirse

El mensaje final que podemos extraer de “El Fin del Futuro” para el mundo empresarial es contundente: no estamos ante una simple disrupción de mercado, sino ante una transformación evolutiva. Las empresas que traten la revolución tecnológica como un asunto exclusivo de sus departamentos de TI están equiparándose a especies que no reconocieron a tiempo los cambios en su entorno.

Como escribe Rojas: “Lo que comenzó como un palo en las manos de Lucy, nuestra ancestral homínida, se ha convertido en una red global de inteligencias artificiales que pronto sobrepasarán nuestra capacidad cognitiva”. La pregunta para las organizaciones ya no es cómo aprovechar la tecnología, sino cómo coevolucionar con ella en una simbiosis que redefina lo que significa ser una empresa en la era post-humana. Las empresas que sobrevivan no serán necesariamente las más grandes o rentables de hoy, sino aquellas que comprendan que están participando en el nacimiento de una nueva forma de inteligencia organizacional—una fusión entre lo humano y lo artificial que transformará para siempre la naturaleza misma de los negocios.



## **Ciberseguridad, un pilar esencial para la protección de la información empresarial y personal**

*Expertos del sector analizaron en el evento CyberTrends: La IA como escudo digital el impacto económico de los ciberataques y la importancia de implementar estrategias de seguridad avanzadas, destacando el papel clave de la inteligencia artificial en la detección y mitigación de amenazas en tiempo real.*

Por Tivit

# TIVIT

En el entorno digital actual, la ciberseguridad ha evolucionado de ser una opción a convertirse en una necesidad crucial tanto para individuos como para organizaciones. Los recientes datos muestran que el tiempo promedio para que un ataque de ciberseguridad sea detectado es de aproximadamente 206 días, lo que subraya la importancia de contar con medidas preventivas adecuadas para evitar amenazas prolongadas.

El impacto económico de los ataques cibernéticos es significativo. A nivel global, el costo promedio de recuperación tras un incidente de ciberseguridad asciende a 5.9 millones de dólares, mientras que en Latinoamérica la cifra se sitúa en 3.9 millones de dólares. En países como Chile, los rescates por información robada mediante ataques de ransomware pueden alcanzar hasta 560 mil dólares, reflejando la urgencia de implementar soluciones de protección robustas y eficientes.

El acelerado proceso de digitalización, que prevé conectar a más del 90% de la población mundial para 2029, ha ampliado las oportunidades para los ciberdelincuentes, haciendo más crucial que nunca la implementación de estrategias de seguridad proactivas.

Ante este panorama, TIVIT organizó el webinar *CiberTrends: La IA como escudo digital*, donde expertos en ciberseguridad analizaron las tendencias y desafíos actuales. Entre los par-

ticipantes destacaron Mauricio Gálvez, BDM Ciberseguridad de TIVIT Latam; Francisco González, Cloud Specialist Infra and Security de Microsoft; y Daniel Cabeza, Líder Técnico Seguridad XMS.

Los especialistas destacaron que para enfrentar estos desafíos, las soluciones avanzadas en ciberseguridad ofrecen una protección integral para dispositivos, identidades y datos. Estas soluciones permiten gestionar y administrar los dispositivos de manera remota, garantizando un control constante y seguro, sin depender de redes locales, lo que permite una mayor flexibilidad en la protección de la información.

Además, herramientas de inteligencia artificial en ciberseguridad facilitan la detección de ataques en tiempo real, permitiendo respuestas automatizadas que aceleran la mitigación de amenazas. El uso de plataformas integradas optimiza la gestión de alertas y mejora los tiempos de respuesta, lo que reduce significativamente el impacto de los ataques.

Es imperativo que las empresas tomen conciencia sobre la necesidad de adoptar medidas de seguridad digital proactivas y robustas. La implementación de soluciones avanzadas y la capacitación continua en ciberseguridad son fundamentales para proteger la infraestructura tecnológica y la información sensible en un mundo cada vez más conectado.

TIVIT es una multinacional tecnológica presente en el mercado desde hace más de 30 años, con operaciones en diez países de América Latina. A través de sus líneas de negocio: Digital Business, Cloud Solutions, Technology Platforms y CyberSecurity, ofrece respuestas y soluciones personalizadas que impactan en el negocio, y en la rutina de empresas y personas. Con el uso de tecnologías emergentes, alianzas tecnológicas y servicios innovadores, apoya a sus clientes en el viaje de la transformación digital, en diversos sectores como servicios financieros, utilities, retail, Oil & Gas, entre otros.



# Empresas Iansa

*La sostenibilidad como eje estratégico.*

Por Constanza Prats

La sostenibilidad es un pilar clave en la estrategia de Empresas Iansa. Es por esto que la creación de iniciativas concretas en ámbitos como economía circular, eficiencia energética y gestión hídrica, son tan importantes para la compañía.

En economía circular, busca revalorizar el 95% de sus residuos para 2030, mediante acciones como el compostaje en la planta Quepe y el proyecto "Comunidad Circular Iansa" que fomenta el reciclaje en sus instalaciones y comunidades vecinas.

Por el lado de la eficiencia energética, las iniciativas son variadas, desde el reemplazo de su flota de grúas a combustión por 39 unidades eléctricas con baterías de iones de litio, a una alianza con Enel X, que incorpora la autogeneración solar en sus operaciones agrícolas.

La industria agrícola tiene una gran responsabilidad a nivel hídrico, es por esto que dentro de sus acciones, la empresa ha estado trabajando en la tecnificación del 83% de su superficie sembrada de remolacha, logrando una eficiencia del 90% frente a métodos tradicionales.

“*Empresas Iansa busca revalorizar el 95% de sus residuos para 2030, con acciones como el compostaje y el proyecto 'Comunidad Circular Iansa' que fomenta el reciclaje.*”

“La sostenibilidad no es sólo una declaración sino parte fundamental de nuestra estrategia, porque sustenta nuestro propósito. Somos una compañía de agroalimentos y para nuestro negocio es clave el cuidado de la tierra, el relacionamiento valioso con nuestra comunidad, y un gobierno corporativo sólido”, afirma Vivian Budinich, gerenta de Sostenibilidad de la compañía.

Estas acciones reafirman el compromiso de Empresas Iansa con la adaptación al cambio climático y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la OCDE.



# DEC Chile presenta su V Congreso “Humanizando la experiencia: el arte de conectar en la era digital”

**S**antiago de Chile, abril de 2025. — En un entorno donde la tecnología redefine día a día la manera de hacer negocios, resulta crucial rescatar aquello que nos hace genuinamente humanos: la capacidad de empatizar, inspirar y conectar. Bajo esta premisa, DEC Chile – Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente – realizará su\*V Congreso anual, un espacio que reunirá a más de 500 líderes del sector público y privado para debatir cómo la Human Experience se ha convertido en la nueva ventaja competitiva.

Fundada en España y con un crecimiento sostenido en Latinoamérica, DEC promueve una cultura organizacional centrada en las personas, donde la tecnología y el propósito convergen para diseñar experiencias memorables. Este año, el congreso se desarrollará de manera híbrida, el 9 de mayo de 2025, entre las 08:00 y las 13:30 hrs (modalidad presencial) y 09:15 a 13:30 hrs (modalidad online), en el Centro Cultural CorpArtes (Rosario Norte 660, Las Condes).

## Ejes temáticos:

- **Humanización interna:** cómo cultivar equipos motivados que, a su vez, generen experiencias inspiradoras.
- **Tecnología con sentido:** aprovechar plataformas e inteligencia artificial sin perder el enfoque en las personas.
- **Recorridos de usuario genuinos:** diseño de customer journeys que conecten a nivel emocional.
- **Ejecución de experiencias superiores:** casos prácticos y metodologías para implementar estrategias efectivas.

## Speakers de primer nivel

- **Giuseppe Stigliano:** coautor con Philip Kotler y referente en marketing y transformación digital.
- **Denisse Goldfarb:** CEO de The People Future, experta en talento y futuro del trabajo.
- **Claudia Heimpell:** Vicepresidenta de Clientes, Experiencia y Calidad en Banco Santander Chile.
- **Rafael Lira:** Director de Estrategia para el Andean Marketplace en Mercado Libre.
- **Soledad Onetto:** destacada periodista y moderadora oficial del evento.

*“Las organizaciones que lideren el futuro serán aquellas capaces de conectar con las emociones, expectativas y valores de las personas. La Human Experience es el nuevo estándar de competitividad.”*

Empresarios, directivos, emprendedores y profesionales de todos los sectores están invitados a sumarse a esta jornada inspiradora. El congreso se transmitirá en paralelo por streaming para quienes prefieran participar de forma virtual.

## Comité Organizador, DEC Chile

Inscripciones y más información. Visita e inscríbete en: <https://asociaciondec-cl.org/eventos/congresos/congreso-2025/> Contacto de prensa: DEC Chile | [prensa@asociaciondec-cl.org](mailto:prensa@asociaciondec-cl.org) | +56 2 1234 5678



# Karina Suárez

**Gerente General de Belenus**

Por Constanza Prats

“En Belenus creemos que la belleza y el bienestar van de la mano con la confianza, la tecnología y la experiencia. Lo que comenzó como una propuesta innovadora para acercar tratamientos estéticos de alta calidad a más personas, hoy se ha transformado en una red consolidada, con presencia nacional y una comunidad de clientes fieles que confían en nuestros resultados.”

“Nuestra misión sigue siendo clara: democratizar el acceso a la estética avanzada, con estándares médicos, atención personalizada y una constante actualización tecnológica. El crecimiento sostenido que hemos tenido no solo refleja una estrategia bien ejecutada, sino también un equipo humano apasionado y comprometido con entregar excelencia en cada detalle.”

“Estamos convencidos de que la innovación no está solo en la tecnología que usamos, sino también en cómo escuchamos a nuestros clientes, cómo los acompañamos en su proceso y cómo los hacemos sentir parte de algo más grande. Ese es el sello Belenus, y es lo que nos mueve todos los días.”

# Fortaleciendo equipos: Clínica Belenus realiza su Convención “Juntas Somos Más”

Clínica Belenus, la red de depilación láser más grande de Chile, llevó a cabo su convención estratégica de ventas “Juntas Somos Más” los días 8 y 9 de abril en el Hotel DoubleTree By Hilton. Este evento, que se realiza al menos dos veces cada año, tiene como propósito fortalecer el trabajo en equipo, alinear objetivos estratégicos y seguir potenciando el trabajo de excelencia en cada una de las clínicas.

Durante el encuentro, 31 jefas de clínicas, desde Arica hasta Punta Arenas, se reunieron para compartir buenas prácticas y fomentar un crecimiento conjunto, siempre en busca de un servicio de excelencia. Se revisaron los pilares estratégicos de la empresa, buscando poner al cliente en el centro de todas las iniciativas. Además, se compartieron datos relevantes sobre la nueva sociedad chilena, el rol de las mujeres y los hábitos de consumo en la industria de la belleza, a cargo de La Vulca Marketing, consultora especializada en investigación de mercado.

“Creemos firmemente que la clave del éxito radica en el trabajo en equipo. Esta convención no sólo nos permitió alinear

nuestros objetivos estratégicos, sino también conectar de manera significativa y reconocer al equipo por resultados y también por los valores que representan nuestra marca. Cuando crecemos juntas, nuestra capacidad para brindar un servicio de excelencia se multiplica”, subrayó Karina Suárez.

Con 19 años de trayectoria, Clínica Belenus se mantiene firme en su misión de ofrecer tratamientos efectivos, seguros y accesibles. Desde su fundación, ha transformado la vida de más de 250.000 personas, reafirmando su compromiso con la innovación y la sustentabilidad mediante la implementación de la última tecnología en depilación láser.

Con un enfoque en el futuro, Clínica Belenus sigue consolidándose como la opción preferida en Chile para quienes buscan soluciones efectivas en cuidado personal y bienestar.

Para más información sobre los servicios y ubicaciones de Clínica Belenus, visita su página web [www.belenus.cl](http://www.belenus.cl)

“  
*Innovación y cercanía para seguir  
cuidando a más de 250.000 personas.*”



# Proyecto Audaces de Fundación Mustakis

*Cinco emprendimientos chilenos que están transformando la educación con innovación e impacto social.*

Por Constanza Prats

**Proyecto Audaces de Fundación Mustakis destaca a cinco iniciativas que buscan dar un giro a la educación tradicional, incorporando enfoques innovadores para abordar los desafíos actuales. NubeLab, Trabün, Proyecto Aprender, Nieve para Todos y Volando en V son los protagonistas de esta primera edición, visibilizando su impacto social y educativo en comunidades educativas de todo Chile.**





Cinco propuestas disruptivas, con un enfoque innovador en la educación, son la base del Proyecto Audaces, iniciativa impulsada por Fundación Mustakis para visibilizar el impacto social que generan estos emprendimientos dentro de sus comunidades.

Proyecto Audaces nace por primera vez en diciembre de 2024, con la idea de dar a conocer a la opinión pública el trabajo de NubeLab, Trabün, Proyecto Aprender, Nieve para Todos y Volando en V, tanto en Santiago como en regiones. Las organizaciones seleccionadas forman parte de un programa de cinco episodios, disponible en el canal de YouTube de Fundación Mustakis y en un podcast disponible en emol.cl, donde cada uno de los agentes de cambio detalla la génesis detrás de cada solución educativa, su aporte y el cambio que buscan crear en el país.

Domingo Errázuriz, director ejecutivo de Fundación Mustakis, explica que para elegirlos, se optó por aquellos que se integraban con el anhelo de la Fundación de promover innovación educativa. “Queremos reconocer a algunos líderes de la innovación educativa en Chile y posicionar a estas organizaciones sociales, que muchas veces están en el desafío de su sostenibilidad, en la vitrina de todos los tomadores de decisiones, para que pueden ver en sus propuestas una posible solución de forma de transformar la educación y así darles más cobertura a sus proyectos”.

### ¿Cuáles son estos proyectos y a qué se dedican?

#### **NubeLab: el arte de enseñar**

NubeLab utiliza el arte como herramienta para transformar la educación, acercando procesos creativos a la comunidad. A través de talleres abiertos, destaca el valor del proceso creativo más allá de los resultados. Paula de Solminihac, directora ejecutiva, resalta el arte como una necesidad humana esencial, activando dimensiones emocionales, sensibles e intelectuales. Con 273 proyectos y 18.700 beneficiarios, NubeLab promueve el aprendizaje interdisciplinario con su distintivo ‘Sello Nube’.

#### **Volando en V: liderazgos por la convivencia**

Creada para prevenir el bullying y la violencia escolar, esta organización fomenta la corresponsabilidad en las comunidades educativas. Inspirada en las bandadas de aves,

busca liderazgos que impulsen una convivencia saludable. Bernardita Peñafiel, directora ejecutiva, enfatiza que “la convivencia no se enseña, se vive”. Hoy, Volando en V trabaja con 25 colegios en distintas regiones de Chile, ubicados en las regiones Metropolitana, Los Lagos, Maule y Magallanes.

#### **Proyecto Aprender: un laboratorio de creatividad**

Proyecto Aprender transforma colegios en espacios de experimentación creativa, promoviendo un aprendizaje profundo y significativo. Valentina Araya, directora ejecutiva, señala que “el colegio debe ser como la vida: interdisciplinario y colaborativo”. El programa mide el compromiso escolar, emocional y cognitivo de los estudiantes. En cuatro años, ha impactado a 4.500 estudiantes, 225 docentes y directivos de nueve colegios.

#### **Trabün: encuentro para transformar**

Trabün apoya a familias y colegios vulnerables con programas de desarrollo socioemocional integrados en el currículo.

Su director, Juan Antonio Álvarez, destaca la necesidad de complementar la enseñanza cognitiva con habilidades emocionales. El proyecto comenzó en Bajos de Mena y hoy beneficia a 100 mil estudiantes en 160 colegios de Chile. Los talleres en Puente Alto siguen siendo el corazón de la fundación.

“*La Fundación Mustakis busca posicionar a estos agentes de cambio en la vitrina de los tomadores de decisiones, conectando innovación educativa con sostenibilidad y futuro.*”

#### **Nieve para Todos: impulsando futuro desde el deporte**

Esta organización fomenta el liderazgo estudiantil a través del deporte al aire libre en contextos vulnerables del Biobío. Vicente Reyes, fundador, cree en el deporte como herramienta para superar desafíos y fortalecer el vínculo con el entorno. Los estudiantes descubren oportunidades en sus comunidades y desarrollan habilidades socioemocionales. Actualmente, impacta a más de 1.200 jóvenes en ocho comunas.

“No es casualidad que los cinco seleccionados tengan valor social y educativo para su entorno, un alto grado de innovación y busquen solucionar una problemática que afecta a la sociedad. Estos tres componentes son los que ayudan a empoderar a las personas, promueven soluciones desde lo local y atienden necesidades específicas. Otro atributo único es que ofrecen alternativas creativas que no solo benefician a quienes las reciben, sino que también generan conciencia colectiva sobre los desafíos que enfrentamos como país y como sociedad”, concluye Errázuriz.



# Catalina Droguett

Eco periodista y fundadora de “Mujer Sustentable”

## Nuestro poder, nuestro planeta: el llamado urgente en el Día de la Tierra

Este 22 de abril conmemoramos el 55° aniversario del Día Mundial de la Tierra bajo un lema tan inspirador como desafiante: “Nuestro poder, nuestro planeta”. Un recordatorio urgente de que contamos con las herramientas —tecnológicas, humanas y políticas— para transformar radicalmente nuestro modelo energético. Sin embargo, la pregunta clave es: ¿las estamos usando con la determinación y la escala que la crisis climática exige?

La campaña 2025 de EARTHDAY.ORG pone sobre la mesa una meta ambiciosa: triplicar la generación mundial de energías renovables para 2030. No se trata solo de una cifra, sino de un giro decisivo que podría marcar la diferencia entre un futuro sostenible y uno cada vez más inviable. Alcanzar ese objetivo requerirá mucho más que voluntad; demandará coordinación global, inversiones audaces y la eliminación de barreras estructurales que aún frenan el avance de las energías limpias.

Hoy, unos 49 países logran generar más de la mitad de su electricidad a partir de fuentes renovables como la solar, eólica, hidroeléctrica o geotérmica. Esta estadística, si bien alentadora, también revela la magnitud del desafío: la mayoría del planeta sigue anclada en combustibles fósiles que profundizan el calentamiento global.

En América Latina, Uruguay y Costa Rica se han consolidado como referentes en la transición energética, demostrando

que es posible avanzar con decisión. Pero el camino no es lineal. En muchos países de la región persisten obstáculos como marcos regulatorios ineficientes, falta de incentivos claros para la inversión y una excesiva dependencia de modelos extractivistas que contradicen los discursos climáticos.

Es fundamental comprender que la transición energética no es solo una necesidad ambiental, sino también una oportunidad económica y social. Invertir en energías limpias puede generar empleos de calidad, reducir la contaminación del aire y, sobre todo, fortalecer la resiliencia de comunidades que ya viven en carne propia los efectos del cambio climático. Pero para que esto ocurra, debe garantizarse que los beneficios lleguen a todos, especialmente a los sectores históricamente más vulnerables.

El compromiso debe ser transversal: gobiernos, sector privado y ciudadanía. Los Estados deben crear políticas públicas que incentiven la inversión en infraestructuras verdes y fomenten la innovación. Las empresas pueden liderar desde la acción concreta, asumiendo un rol más protagónico en la reducción de emisiones. Y nosotros, como sociedad civil, debemos ejercer nuestro poder desde la acción cotidiana y la exigencia activa de responsabilidad a todos los niveles.

El Día de la Tierra no puede ser solo una fecha simbólica. Debe ser una alerta colectiva. El poder para cambiar el rumbo ya lo tenemos. La verdadera pregunta es si estamos dispuestos a ejercerlo con la urgencia y convicción que este momento histórico nos exige.



# Marco Cáceres

## Gerente General de RNE

En el mes de la tecnología, es importante recordar que la innovación no solo se trata de avanzar, sino de evolucionar con un propósito. Dentro del contexto nacional de descarbonización y transición energética, desde RNE, trabajamos día a día para que la tecnología tenga un impacto real en un sector tan estratégico como es el de la energía.

Nuestro Centro de Control RNE (CC-RNE) que opera en tiempo real más de 3.000 MW, se adapta constantemente a los desafíos del sector. Incorporamos mejoras continuas que nos alinean con las exigencias del regulador, como es el envío de información en tiempo real y esquemas de control automático, esenciales para una operación segura, flexible y económica. El CC-RNE está preparado para operar bajo las más exigentes condiciones requeridas por el CEN.

Asimismo, contamos con la infraestructura necesaria para operar sistemas de almacenamiento y herramientas para su optimización, lo que nos posiciona como una compañía preparada para responder a las necesidades del sector con responsabilidad y visión de futuro.

Contamos con un sistema SCADA de última generación, con software que nos apoyan en la gestión de transformar la información en tiempo real, buscando aplicar inteligencia a esos datos que día a día fluyen por nuestro CC-RNE, que finalmente aporten valor al trabajo de nuestros clientes, este elemento es parte de nuestra diferencia.

Creemos que la tecnología debe estar al servicio de las personas, del sistema y del país. Con experiencia, flexibilidad y un propósito, sabemos cómo transformar proyectos en realidades exitosas. Así seguimos creciendo, evolucionando y colaborando para construir un futuro energético más seguro.



# Nicolás Paut

**Editor de Economía en CNN Chile /  
Conductor de "Agenda Económica"**

## "Los Agentes"

Desde hace 10 años, el Congreso América Digital reúne en Santiago a firmas de distintos países que impulsan la digitalización. En su última cita, era obvio que la Inteligencia Artificial cruzaría todas las discusiones. Lo interesante es descubrir, entre todo el tecnicismo, lo que a uno le llama la atención. Yo me quedo con "Los Agentes". Ese fue el concepto nuevo que más se repitió. No es una nueva versión de "Matrix" ni se refiere a los encargados de ciberseguridad de los países. "Los Agentes" podemos entenderlos como la evolución de los bots. Un ejemplo: un ejecutivo en un banco necesita evaluar el riesgo de un cliente para gestionar un crédito. Lo común es que el Comité de Riesgo, compuesto por personas, se tome un buen tiempo antes de dar una respuesta. ¿Qué hace el Agente? En apenas un par de segundos, evalúa toda la historia crediticia, de pagos y financiera del cliente, entregando una respuesta inmediata al ejecutivo, quien ya tiene una propuesta de cuánto prestarle y a qué tasa. El Agente ayuda al ejecutivo, no lo reemplaza. Esta herramienta ya se usa en muchas industrias para los más diversos servicios. Me dio una grata sensación de que, realmente, la IA está para ayudarnos. Sólo hay que saber cómo.



# **Kilimo:**

## **Innovación sustentable para optimizar el uso del agua de riego en cuencas con alto estrés hídrico**

*Andrea Ramos, vicepresidenta de Adaptación Climática de Kilimo, entrega detalles sobre la propuesta de la empresa en Chile y otros países de la región, junto al reciente estreno del cortodocumental “Guardianes del agua”.*

Por Constanza Prats

**D**iversas acciones para concientizar sobre la importancia de cuidar los recursos hídricos se concentraron el pasado mes de marzo, especialmente el 22, Día Mundial del Agua. El desafío, sin embargo, es permanente. Bien lo sabe Kilimo, startup climatech latinoamericana que impulsa soluciones de adaptación climática en distintos países de la región, con el objetivo de alcanzar la seguridad hídrica.

El propósito de Kilimo integra innovación, colaboración y trabajo en terreno, ya que a través de una mejor gestión del agua en la agricultura, genera beneficios volumétricos de agua para acompañar a las empresas que cuentan con metas relacionadas con seguridad hídrica en las cuencas donde operan. Así, mediante proyectos de acción colectiva, Kilimo conecta a estas empresas con agricultores que adoptan tecnología, reduciendo significativamente la cantidad de uso del agua de riego en los campos.

Precisamente para destacar el trabajo directo con los agricultores, Kilimo acaba de estrenar en la región el cortodocumental "Guardianes del agua", una pieza audiovisual donde se presentan diferentes historias de transformación e innovación en la gestión del riesgo. El material aborda los actuales retos en la agricultura sostenible, y además, la importancia de la colaboración para asegurar la salud de las cuencas.

Conversamos con **Andrea Ramos, vicepresidente de Adaptación Climática de Kilimo**, para conocer sobre esta iniciativa y también un panorama de la situación hídrica actual.

**Kilimo trabaja en la optimización del uso del agua en la agricultura. En el marco del Mes del Agua que acaba de pasar, ¿cuál creen que es el principal desafío para garantizar un futuro hídrico sostenible en América Latina?**

“

*La gestión eficiente del agua no es solo una necesidad ambiental, sino una oportunidad concreta para transformar la agricultura en una actividad más sostenible, resiliente y rentable.*

”

El acceso al agua es uno de los factores más críticos para el futuro del planeta. Sin embargo, históricamente ha sido percibida como un recurso abundante y de bajo costo, lo que ha llevado a una gestión ineficiente. El gran desafío es la toma de conciencia y luego, la implementación de acciones concretas para transformar esta gestión y volverla más sustentable. Desde Kilimo vemos que esta crisis también trae una gran oportunidad: la colaboración. Los seres humanos disfrutamos de trabajar juntos para resolver los grandes retos de la humanidad y el ámbito hídrico nos abre esa opción. Se trata de

coordinar esfuerzos entre la agricultura y las diferentes industrias que utilizan el agua, porque una mejor gestión de este recurso es, sin dudas, un desafío colectivo.

**El concepto de agricultura regenerativa ha tomado fuerza en los últimos años. Desde la experiencia de Kilimo, ¿cómo puede la gestión eficiente del agua potenciar estas prácticas y contribuir a su adopción masiva?**

La agricultura regenerativa busca restaurar la salud del suelo, mejorar la biodiversidad y combatir el cambio climático mediante prácticas sostenibles. Al integrar la gestión inteligente del agua con prácticas regenerativas, los productores pueden mantener suelos más fértiles y resilientes. Sabemos que la gestión eficiente del agua es un pilar fundamental para potenciar estas prácticas y acelerar su adopción masiva. La gran pregunta es cómo lo logramos. La respuesta va por demostrar sus beneficios tangibles. En este sentido, desde Kilimo facilitamos la toma de decisiones basadas en datos, mostrando a los agricultores el impacto real de gestionar el agua de manera eficiente. Esto impulsa un cambio cultural hacia una agricultura regenerativa más rentable y sostenible, que responda a los desafíos actuales.

**El documental Guardianes del Agua pone en valor el rol de quienes trabajan para proteger este recurso, ¿Qué**





**mensaje buscan transmitir con esta producción y qué aprendizajes esperan que la audiencia se lleve?**

Nuestro documental es un tributo a los agricultores que han adoptado prácticas innovadoras para la preservación del agua y a las empresas comprometidas con el impacto positivo en sus comunidades. Creemos que no hay mejor manera de mostrar estas iniciativas que a través del testimonio de los mismos beneficiados, por lo que creamos este material audiovisual para generar conciencia y presentar el trabajo de Kilimo en diferentes zonas agrícolas, esperando sumar a empresas que quieran involucrarse en temas de agua a ser parte de este desafío. Y lo hacemos mostrando las historias en el terreno, donde es posible ver el proceso completo que vuelve más eficiente en la producción de alimentos.

**La tecnología e innovación se ha convertido en una aliada clave para la sostenibilidad ¿Cómo ha evolucionado la propuesta de Kilimo y qué innovaciones están desarrollando para seguir optimizando el riego?**

La tecnología ha revolucionado la sostenibilidad agrícola, y en Kilimo somos un claro ejemplo de cómo la innovación puede transformar el uso eficiente del agua en el campo. Desde nuestros inicios, hemos evolucionado una propuesta que combina el uso de tecnologías de datos y análisis predictivo para optimizar el riego, ayudando a los agricultores a tomar decisiones más informadas y sostenibles. A ello su-

mamos conversión de riego y agricultura regenerativa, para tener una gama amplia de soluciones que mejoran el uso del agua. En 2023 entendimos que la agricultura necesita también de incentivos, y convocamos a las empresas a trabajar con nosotros en este desafío que es cuidar un bien tan necesario como el agua. Nuestros proyectos integran la producción sostenible de alimentos con la restauración del suelo, la biodiversidad y las comunidades. Ponemos al agua como eje articulador de nuestras acciones, promoviendo prácticas adaptadas al contexto productivo que mejoran la captación, infiltración y retención del agua en el suelo, restauran su salud y su vida biológica, y fortalecen la resiliencia

de los sistemas agrícolas. Además, acompañamos a los productores con formación técnica a través de la mayor comunidad educativa de riego en América Latina, donde compartimos conocimientos y experiencias para transformar el manejo del agua en la agricultura.

“

*El documental Guardianes del Agua es un tributo a quienes, desde el campo, están liderando el cambio hacia una gestión hídrica más consciente y colaborativa.*

”

**Si pudieran dejar un mensaje a las empresas agroalimentarias que aún no priorizan la gestión eficiente del agua, ¿cuál sería su llamado a la acción?**

El futuro depende del agua, y la sostenibilidad depende de cómo la gestionamos hoy. Adoptar prácticas de riego eficiente en la agricultura y colaborar con este objetivo no es sólo una responsabilidad ambiental. Confiamos en que más empresas puedan unirse a esta iniciativa, entendiendo que la gestión eficiente del agua es una ventaja competitiva y una inversión en el futuro de la agricultura.

# Deepu Dayanani

Director DPG Chile

*“Para este año, enfrentamos el desafío de continuar expandiéndonos y consolidándonos en el mercado de lujo, tanto a nivel nacional como internacional.”*

Por Juan Pablo Morales





**P**ara Deepu Dayanani, socio director de la reconocida empresa de perfumes DPG Chile, las fragancias de nicho representan un arte refinado dentro de la perfumería. Así, con una trayectoria de 10 años como pioneros en el mundo de la perfumería, y fundada con la misión de introducir y educar a los consumidores sobre las fragancias de nicho, la marca Maison Niche –de DPG– combina una cuidadosa curaduría de marcas con una experiencia inmersiva.

Con certeza y convicción, Deepu afirma que “DPG Chile ha logrado consolidarse como una de las empresas familiares más exitosas del mercado chileno”.

#### ¿Qué es lo que caracteriza a DPG en el mundo de la perfumería?

DPG Chile es un holding con filial en Iquique donde se origina con DPG Duty Free. Se distingue por su compromiso con la innovación y la calidad en cada marca de perfumería que trae a Chile, manteniendo un estándar de excelencia que atrae a los conocedores más exigentes. Se caracteriza por ser una empresa familiar con más de 10 años de experiencia en el comercio de lujo. Bajo la tutela y valores inculcados por sus fundadores indios, DPG Chile ha logrado consolidarse como una de las empresas familiares más exitosas del mercado chileno, manteniendo un enfoque centrado en la familia como eje de su éxito. Su compromiso con la honestidad, astucia y entusiasmo les ha permitido importar, gestionar y distribuir marcas de prestigio en el mercado, asegurando una red de distribución eficiente con más de 120 empleados.

#### En la misma línea, ¿qué logros puede exhibir DPG en la actualidad?

DPG Chile ha consolidado su posición como un referente en la perfumería con RD Perfumes y Alisha Perfumes, siendo pioneros en el negocio de “Outlet de perfumes” traído a Santiago hace más de 12 años, siendo los mayores importadores.

Además, en 2022 fuimos los primeros en traer a Chile marcas de perfumes árabes, lo que ha sido un éxito rotundo en ventas. Actualmente, tenemos el liderazgo del mundo árabe. DPG ha alcanzado hitos significativos en su trayectoria, des-

tacando la apertura de boutiques especializadas como Maison Niche, que ofrecen una experiencia de lujo en perfumería de nicho. La expansión de su portafolio para incluir más de 15 marcas reconocidas mundialmente y la inauguración de tiendas en ubicaciones estratégicas, como el Distrito de Lujo del Parque Arauco, Alonso de Córdova, y en Iquique en el Mall Zofri, son testimonio de su crecimiento y consolidación en el mercado chileno.

#### ¿Cuál es la clave que ha llevado a Maison Niche a posicionarse como una marca internacional?

El éxito internacional de Maison Niche reside en su capacidad para ofrecer acceso exclusivo a las marcas más prestigiosas en un solo lugar, combinado con un servicio al cliente excepcional y un ambiente que fomenta la exploración y la educación en el mundo de las fragancias. Además, su diseño armonioso y elegante, con una estética sobria y atemporal, refleja la esencia del lujo y la exclusividad que la caracterizan.

#### Finalmente, ¿cuáles son los desafíos de DPG para este 2025?

Para este año, DPG enfrenta el desafío de continuar su expansión y consolidación en el mercado de lujo, tanto a nivel nacional como internacional. Esto implica no solo la apertura de nuevas boutiques en regiones y países estratégicos, sino también mantener la calidad y exclusividad que caracterizan a

sus marcas.

Uno de los hitos más importantes será la apertura de Maison Niche Perú, la primera tienda internacional del grupo, lo que representa un motivo de enorme orgullo y un claro reflejo del éxito alcanzado por DPG Chile, junto a El Salvador y otros países que estaremos prontos a anunciar. Esta expansión marca el comienzo de una nueva etapa para la compañía, afianzando su posición como referente latinoamericano en perfumería de nicho.

Además, la empresa continuará enfocándose en mantener la calidad, exclusividad y excelencia en la atención al cliente que la caracterizan. Adaptarse a las tendencias cambiantes del mercado, innovar en la experiencia del consumidor y fortalecer su red de distribución serán pilares clave para afrontar este año con una visión audaz y estratégica.

“*DPG ha alcanzado hitos significativos en su trayectoria, destacando la apertura de boutiques especializadas como Maison Niche, que ofrecen una experiencia de lujo en perfumería de nicho.*”

”

”



# Carla Ochoa y Siddharta

*El viaje de un sueño a una  
marca que inspira*

Por Constanza Prats

**E**n 2019, tras un viaje inolvidable al sudeste asiático, la exmodelo y presentadora de radio y televisión Carla Ochoa decidió dar un giro radical a su vida. Lo que comenzó como una experiencia personal de conexión espiritual y bienestar, se transformó en el punto de partida para un desafío mayor: emprender.

Inspirada por las infusiones tradicionales budistas y los valores de equilibrio físico, mental y espiritual, Carla dio forma a la idea de crear una bebida funcional, diferente, con propósito. Así nació el concepto de Siddharta, una marca que fusiona el bienestar con el estilo de vida consciente. Al principio, parecía una idea descabellada. No sabía cómo llevarla a cabo, pero tenía claro que quería intentarlo.

El primer paso fue sumar al proyecto a Pedro Bastidas, empresario con vasta experiencia en consumo masivo y cofundador de marcas como Mr. Big Energy Drink, \*Secreto Peruano Sour y Pisco Republicano. Juntos desarrollaron el concepto, el producto y su packaging. Luego, se unió al equipo Bob Borowicz, fundador de Toyotomi en Chile, quien confió plenamente en el

proyecto —aún estando “en verde”— y decidió convertirse en socio.

El primer lote de Siddharta fue producido en marzo de 2020, justo cuando comenzaba la pandemia. El contexto no podía ser más desafiante. Con los

“

*En plena pandemia, tuvieron que aprender a vender por internet y sostener el negocio solo a través del e-commerce durante meses.*

”

canales de venta tradicionales paralizados, Carla y su equipo tuvieron que aprender rápidamente a vender por internet. Durante los primeros meses, el e-commerce fue su única vía de comercialización.

En 2021, apostaron fuerte con una campaña publicitaria en televisión abierta. El 2022 fue un año de crecimiento exponencial: Siddharta llegó a vender más de 60.000 botellas mensuales, con presencia en cerca de mil puntos de venta a lo largo de Chile, y lograron dar el salto al mercado estadounidense con sus primeras exportaciones.

Pero no todo ha sido fácil. En abril de 2023 enfrentaron un golpe inesperado, tanto emocional como financiero: una estafa cometida por un colaborador de plena confianza. Lejos de rendirse, renunciaron con proveedores estratégicos, optimizaron su estructura y procesos, y lograron salir adelante. “Fue un proceso duro, pero profundamente aleccionador”, cuenta Carla.

En 2024, decidieron ir un paso más allá e innovar en grande en el competitivo mundo de las bebidas energéticas. En un mercado que en Chile supera los 300 millones de latas al año y más de USD \$450 millones en ventas, Siddharta lanzó la primera bebida energética natural, sin taurina, sin sellos y con electrolitos. Una verdadera disrupción en la categoría.

Para potenciar esta nueva etapa, contactaron al atleta chileno Sammis Reyes, quien no sólo aceptó ser rostro de la marca, sino que también se convirtió en socio. Sammis trajo consigo a Ian Lee, fundador de Examedi, para reforzar la visión de expansión y aportar capital con miras a una internacionalización regional.

Hoy, Siddharta es una marca consolidada, que ha superado los primeros cinco años con un equipo fortalecido, nuevos socios estratégicos y una red de distribución en crecimiento. Su propósito va mucho más allá del negocio: quiere inspirar.

Carla, además de liderar su empresa, participa activamente en redes de emprendedoras y realiza charlas motivacionales donde comparte su historia de transformación personal y empresarial. En cada presentación deja un mensaje potente:

“Quien se arriesga puede perder... quien no se arriesga, pierde siempre.”

Y una frase que ya se ha convertido en su sello personal:

“Si lo crees... lo creas.”





# Betsabé González

**Broker Owner de Re/Max Realty**

*“Queremos continuar con nuestro crecimiento, consolidándonos como líder en el sector inmobiliario chileno.”*

Por Juan Pablo Morales

**D**e profesión contadora auditora, Betsabé González lleva siete años a cargo no solo de la “formación de agentes inmobiliarios profesionales”, sino también de las asesorías financieras, del control interno y de las inversiones en la empresa inmobiliaria Re/Max Realty.

Para Betsabé, su principal desafío es “liderar a un equipo que sea reconocido en este mercado, que pueda tener ventajas competitivas para agregar valor a la marca con un trabajo bien hecho, y, así, estar presente en el mercado chileno por muchos años más”.

#### **En primer lugar, ¿cómo funciona y cómo definirías el modelo de Remax Realty en el rubro en Chile?**

Re/Max Realty funciona como franquicia de bienes raíces, donde profesionalizamos el rubro inmobiliario, transformando el rol de lo que antiguamente se llamaba corredores de propiedades, y que ahora lo realizan agentes que integran una atención personalizada para cumplir con las necesidades de los clientes.

Ofrecemos una serie de herramientas y servicios, como plataformas digitales, marketing, publicidad, y lo más importante: capacitación continua para estar al día en la innovación del mercado chileno. Nos dedicamos a profesionalizar a agentes independientes, entregándoles todo el know how del proceso de compra, venta y arriendo de propiedades, como casas, departamentos, locales comerciales, terrenos, etc., todo tipo de bienes raíces. Nuestra gran diferencia se caracteriza por una estructura flexible y de alta autonomía para los agentes, permitiendo percibir altos ingresos.

#### **¿Cómo está la situación actual del mercado inmobiliario en el país?, ¿cómo impacta a la empresa?**

El mercado inmobiliario chileno enfrenta retos significativos relacionados con la accesibilidad y la calidad habitacional. No obstante, también se presentan oportunidades de inversión y desarrollo

sostenible que podrían redefinir el panorama urbano de nuestro país en los próximos años.

Actualmente en Chile existe un déficit habitacional de aproximadamente 800.000 viviendas. En promedio, una persona se demora 10 años en juntar dinero, optar a un crédito hipotecario y poder adquirir su vivienda propia. Por ahora se espera que, con la lenta estabilización de la reducción de tasas de interés y la flexibilización del acceso al crédito, se reactiven proyectos detenidos que aumenten el dinamismo del sector.

Nosotros generamos buenas oportunidades para nuestros agentes inmobiliarios,

“

*Tenemos la responsabilidad de investigar el mercado, para ofrecer las mejores oportunidades que permitan hacer los mejores negocios inmobiliarios para vivir o invertir.*

”

fundamentalmente por el exceso de stock de oferta de proyectos con entrega inmediata para invertir y poner en arriendo, en zonas estratégicas con alta plusvalía, o propiedades usadas de mayores dimensiones para clientes que buscan comodidad para sus familias.

#### **En la misma línea, ¿cuáles son las mejores oportunidades para Remax Realty en tal escenario?**

Llevamos en el mercado nacional siete años, con un equipo consolidado, que logra atraer a nuevos clientes, realizando evaluaciones comerciales que ajustan las propiedades a valor de mercado, aterrizando las expectativas

de precio y de tiempo de los clientes. Al igual que el negocio de la venta de inmuebles, estamos en un buen momento para ejercer en este rubro.

Tenemos la responsabilidad de investigar el mercado, para ofrecer las mejores oportunidades que permitan hacer los mejores negocios inmobiliarios para vivir o invertir.

#### **Por último, ¿cuáles son los desafíos para este 2025?**

Continuar con nuestro crecimiento, consolidándonos como líder en el sector inmobiliario chileno. Seguiremos innovando y adaptándonos a los cambios del mercado, manteniendo nuestra gran red de agentes capacitada y alineada con las expectativas de los consumidores y las condiciones económicas.

Al no estar profesionalizada la carrera inmobiliaria en Chile, constantemente estamos invitando a todos quienes quieran ser parte de nuestra oficina y convertirse en agentes inmobiliarios de alto rendimiento, con un modelo de negocios probado.

Nuestro deber es mantener la confianza de los clientes, adaptándonos a la nueva era digital y convirtiendo a nuestros agentes como asesores inmobiliarios integrales, para que puedan entregar un servicio de calidad permanente a los usuarios de nuestra marca.

Y, en particular, mi principal desafío es liderar a un equipo que sea reconocido en este mercado, que pueda tener ventajas competitivas para agregar valor a la marca con un trabajo bien hecho y podamos estar presente en el mercado chileno por muchos años más.



# Revista e-Negocios

ha desarrollado **membresías personalizadas diseñadas para acelerar el posicionamiento, reputación y alcance comercial de un grupo selecto de líderes empresariales.**

Durante 2024, hemos trabajado con referentes como Alejandra Mustakis (empresaria destacada), Evelyn Matthei, Holger Paulmann (Presidente de Sky), Gina Ocqueteau (Directora de SQM), Ignacio Briones (Ex ministro de Hacienda). A pesar de ser figuras consolidadas en el mundo empresarial, todos ellos han reconocido el valor de fortalecer continuamente su reputación y posicionamiento.

Queremos acompañarte en este camino y ofrecerte un lugar en el círculo empresarial.

Nuestra **membresía exclusiva** te brindará acceso a estrategias diseñadas para impulsar tu marca y expandir tu alcance comercial.

**+120.000**  
LECTORES DIGITALES

**+3.400**  
VISITAS DIARIAS WEB

**+20.000**  
SEGUIDORES EN RRSS

**+300**  
ENTREVISTADOS



magaly@globalbusinessg.com  
constanza@globalbusinessg.com

+569 88030121 / +569 98882708



[www.e-negocios.cl](http://www.e-negocios.cl)



Planes anuales (12 meses corridos) contratados con TC, transferencia o PAC

PB: Personal Branding

PB - Business: Personal Branding y empresa

BENEFICIOS Rev Impresa y Digital	PLAN PB Personal \$450.000.- + IVA Mensual	PLAN PB + Business \$750.000.- + IVA Mensual	PLAN FULL BUSINESS \$1.050.000.- + IVA Mensual
Inserto especial, 4 páginas	NA	NA	1 al año
Apariciones en LinkedIn e-Negocios	4 en LinkedIn al año	6 en LinkedIn al año	10 en LinkedIn al año
Entrevista 2 páginas o aviso (Impresa y/o digital)	2 al año	3 al año	3 al año
1 Evento InCompany para 25 personas máximo (Locación, catering y convocatoria)	\$1.000.000.-	\$500.000.-	Sin cobro
Participación Panel o Vocería	NA	1 en el año	2 en el año
Presencia de marca en eventos de lanzamiento y web	NA	Todo el año	Todo el año
Participar en eventos relacionamiento, lanzamiento revistas vinculación	5 al año	Todos	Todos + Eventos premium
Valor preferente sponsor en Seminario/Cumbres	NA	Todos	Todos
Club de beneficios e-Negocios	Todos	Todos	Todos
Valor preferente en activación de marca, viajes empresariales, etc.	5% de descuento	15% de descuento	20% de descuento

## Fundadoras Blueprint: Liderazgo en acción

El pasado 11 de marzo, en el Hotel Sheraton Santiago, se realizó el primer evento de la Gira Fundadoras 2025, una inspiradora jornada de liderazgo femenino y networking que reunió a destacadas líderes empresariales, creativas y ejecutivas de diversos sectores.

El encuentro contó con la participación de figuras como Alejandra Mustakis (IKo, iF), Sarah Russo (Casaideas), Nicoletta Valentina (Fashion Company), Gabriela Salvador (Vantrust Capital) y Loreto Gallardo (Fundadoras), quienes compartieron sus experiencias y visiones sobre emprendimiento, propósito e impacto.

Una instancia poderosa que refuerza el rol transformador de las mujeres en los negocios y la sociedad.



## Chile y Portugal: Aliados en la transición energética

CACHIPO realizó el seminario “Hacia una Transición Energética Segura y Sostenible”, destacando el compromiso de Chile y Portugal en el liderazgo regional y global en energías renovables.

El encuentro contó con presentaciones de Mariel Robles, Project Manager del Ministerio de Energía de Chile, y Mauricio Riveros, Energy Sector Lead de InvestChile, quienes abordaron la estrategia nacional y las oportunidades de inversión en el sector energético.

Desde Portugal, participaron dos empresas socias de la cámara: Enrique Álvarez-Uria, Country Manager de EDP Renewables Chile, y Rodrigo Guerrero, General Manager de Transemel REN, compartiendo su experiencia en generación y transmisión de energía.

Una jornada que reunió a actores del mundo público y privado, reafirmando la cooperación bilateral y el compromiso con un futuro energético sostenible.



## Gala Exeed 2025: La fiesta del año

En su segunda edición, la marca premium EXEED, del Grupo Astara, celebró el lanzamiento de sus dos nuevos modelos, EXEED RX, el "SUV Coupé más esperado del año", y EXEED VX, "Único en su categoría", junto a sus embajadores de marca y más de 400 invitados. Además, se anunció su nueva alianza con la Fundación Care, dedicada a brindar apoyo a pacientes con cáncer y fundada por Cecilia Bolocco, quien también participó del evento junto a su hijo Máximo y otras destacadas figuras como Millaray Viera, Jordi Castell, Javiera Díaz de Valdés, Trinidad de la Noi, Leonor Varela, Coni Mackenna, Su Hidalgo, Octavio Pizarro, entre otros. El evento se realizó en Entre Muros con un cocktail de la banquetería de Bagnara y Margozzini, y luego, finalizó con una fiesta.

En este contexto, EXEED presentó oficialmente en Chile su nuevo EXEED RX, un SUV Coupé que se posiciona como una opción destacada dentro del segmento premium, y que fue recibido con gran entusiasmo por los asistentes a la gala.



## Cata de vinos e-Negocios

Revista e-negocios dio el punta pie inicial a su ciclo de catas de vinos empresariales este miércoles 9 de abril, un encuentro de excelencia para los amantes y no amantes del vino!

Un grupo selecto de empresarios pudo compartir los vinos de la exclusiva viña Laura Hartwig generando un grato espacio de conversación y networking; con la destacada participación de Alejandro Hartwig dueño de la viña que está ubicada en el corazón del Valle de Colchagua, a pasos de Santa Cruz.



Compartiendo Marcelo Lobos, Heike Paulmann, Enzo Altamirano



Constanza Prats, Paola Perez de Tudela, Rodrigo Pavón, Carla Ochoa



Julio Rojas, Juan Andrés Sastre, Magaly Álvarez, Constanza Prats



Vanessa Celedon, Constanza Prats, Magaly Alvaez, Marta Sánchez



Enzo Altamirano Buono-Core, Dante Altamirano Buono-Core



Duilio Bissone, Gabriel Barrionuevo, Marcelo Lobos

Abril - Mayo 2025

**EXEED**  
BORN FOR MORE

astara  
CHILE



NEW EXEED **VX**  
REDEFINE LA ALTA GAMA

ÚNICO EN  
SU CATEGORÍA

CONOCE MÁS EN [EXEEDBORNFORMORE.CL](http://EXEEDBORNFORMORE.CL)



LA GARANTÍA  
MÁS EXTENSA  
DEL MERCADO

# e-

# Negocios

## *Lesley Robles*

"Estamos viviendo una sexta revolución tecnológica marcada por la inteligencia artificial, la web descentralizada y un nuevo sistema financiero global."

## *Tivit*

"La ciberseguridad ya no es opcional: es un requisito esencial para proteger datos e infraestructuras en un mundo hiperconectado."

## *Julio Rojas*

"La disrupción tecnológica no es una tendencia: es una cuestión de supervivencia organizacional."

# TITANIA

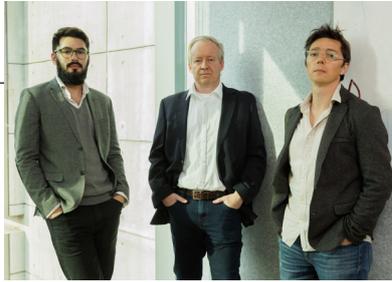
*La IA que revoluciona la obtención de permisos para la inversión.*

# Contenido

## 01. Portada

---

47 Titania



## 02. Mujeres

---

- 52 Francisca Guerrero y María José Spencer
- 54 Ángela Ibáñez
- 56 Vivian Budinich

## 03. STEM

---

- 59 Cristián Maulén
- 61 Lesley Robles



## 04. Automotriz & Deportes

---

- 65 Stellantis
- 67 Toyota

## 04. Cultura, Gastronomía & Turismo

---

68 Alejandro Hubermann



# Titania

*La IA que revoluciona la obtención  
de permisos para la inversión*

Por María José Montero

"El tiempo y la incertidumbre frenan la inversión y el crecimiento en Chile". Esta frase, que podría ser el titular de cualquier análisis económico de la última década, se ha convertido en el motor de Titania, plataforma que nace de las alianzas empresariales más innovadoras del ecosistema tecnológico nacional: la unión entre Quantico y Merlin Research.



### ¿Cómo nace esta alianza y por qué ahora?

Más que una alianza empresarial, lo que une a Quantico y Merlin Research es una visión compartida. Durante los últimos años, ambas compañías han colaborado en distintos proyectos de alto impacto, en la intersección entre inteligencia artificial, comunicación, desafíos públicos y transformación institucional. No se conocieron en una feria tecnológica ni en un fondo de inversión. Su historia nace en conversaciones abiertas, talleres colaborativos y una pregunta profunda que resonaba cada vez con más fuerza: ¿puede la inteligencia artificial ayudarnos a rediseñar la manera de solucionar problemas complejos?

Esa pregunta fue la semilla de múltiples colaboraciones. Pero en 2023, la urgencia se volvió estructural. Las cifras, de acuerdo con un informe de ese mismo año de la Comisión Nacional de Evaluación y Productividad, eran lapidarias: 439 trámites diferentes afectan el proceso de inversión, y 71 organismos públicos intervienen en decisiones críticas. Obtener los permisos sectoriales en Chile tomaba, en promedio, 6,6 años. Más de US\$62 mil millones en inversión esperaban aprobación, y solo ese año se perdieron más de US\$2 mil millones por la incertidumbre normativa. Siete agendas de reformas habían fracasado en una década.

No era un problema de capital ni de voluntad empresarial. Era un problema de magnitud de información. Así, lo que fue durante años una colaboración estratégica entre Quantico y Merlin dio paso a una nueva plataforma: Titania. Para Nicolás Fernández, CEO de Quantico, el propósito es claro: “transformar la discusión de permisología en Chile con inteligencia artificial, y devolverle al país lo que más necesita para crecer sostenidamente: confianza en sus reglas del juego”, afirma.

### ¿Qué es exactamente Titania y qué problema resuelve?

Titania es una plataforma construida en colaboración con especialistas en derecho administrativo y cumplimiento regulatorio, para abordar un problema complejo con una solución precisa, rápida y profundamente sofisticada. A

“

*Titania transforma la incertidumbre regulatoria en certeza operativa, permitiendo planificar con claridad en un entorno legal complejo y fragmentado.*

”

través de inteligencia artificial entrenada específicamente en el lenguaje normativo chileno —leyes, decretos, reglamentos, dictámenes de Contraloría y jurisprudencia administrativa y judicial—, Titania es capaz de interpretar la viabilidad regulatoria de un proyecto de inversión a partir de su descripción técnica y su ubicación territorial.

En cuestión de minutos, la plataforma analiza el contexto legal aplicable, identifica los permisos necesarios, aquellos eventuales, define los organismos responsables de su tramitación y evalúa riesgos potenciales para el proyecto. Su interfaz amigable, pensada para inversionistas y consultoras, presenta estos resultados de forma visual, clara y accionable, permitiendo a los

“

*No digitaliza la burocracia: la rediseña, anticipando obstáculos, simulando escenarios y proponiendo rutas inteligentes de cumplimiento.*

”

equipos de proyectos tomar decisiones informadas desde el primer momento.

La propuesta de Titania no es simplemente digitalizar trámites. Va más allá. Simula escenarios regulatorios complejos y propone estrategias para sor-

tear obstáculos antes de que estos aparezcan. Daniel Fossey, gerente general de Merlin Research, aclara que “la plataforma no reemplaza al abogado ni al ingeniero, pero actúa como un copiloto experto que anticipa, organiza y orienta. La consecuencia directa es una drástica reducción de errores críticos, menor exposición a la judicialización y una significativa ganancia en tiempos y costos de tramitación”.

Al integrar modelos de lenguaje de última generación y capacidades predictivas con una base jurídica sólida, Titania se convierte en un estándar completamente nuevo para el cumplimiento normativo. Y lo hace con una promesa revolucionaria: transformar la incertidumbre regulatoria en certeza operativa.

### ¿Qué impacto puede tener Titania en el desarrollo del país?

El impacto de Titania se extiende mucho más allá de la eficiencia operativa de las empresas.

Lo que propone es una nueva infraestructura cognitiva para el desarrollo económico de Chile. Para los inversionistas, la herramienta representa una solución concreta a uno de los mayores problemas que enfrentan: la imposibilidad de planificar con certezas en un entorno legal cambiante, fragmentado y altamente burocrático. Titania les permite decidir con certeza inversiones y planificar el desarrollo de proyectos a partir de comprender el mapa y sistema regulatorio respectivo, y la ruta crítica asociada a la obtención de los permisos correspondientes.

“El efecto transformador también podría alcanzar al Estado”, destaca Claudia Bobadilla, abogada y directora de Quantico.

“Al sistematizar y ordenar la interacción normativa entre organismos públicos y



privados, Titania genera una nueva capa de trazabilidad que permite entender dónde y por qué se producen lo que conocemos como cuellos de botella”.

Así, la herramienta no solo sirve para navegar la permisiología, sino que también entrega insumos valiosos para una eventual reforma regulatoria basada en evidencia real y comportamiento institucional.

Desde la perspectiva del desarrollo sostenible, su valor está en facilitar la armonía entre crecimiento económico, respeto por el medio ambiente y cumplimiento normativo.

“Titania no persigue atajos regulatorios, sino que entiende el sistema regulatorio mejor que nadie. Y al hacerlo, propone un lenguaje nuevo entre inversión y regulación, uno que prioriza el orden, la claridad y la acción”, asegura Bobadilla.

**¿Qué hace única a la alianza que dio origen a Titania?**

La clave del éxito de Titania está en la combinación virtuosa entre visión estratégica y excelencia tecnológica. Quantico ha sido pionera en diseñar soluciones para desafíos públicos complejos a través de IA, con una mirada “donde las personas siguen siendo la estrategia”, asegura José Fernández, socio director de la compañía. Su experiencia en ecosistemas institucionales, diseño de narrativa pública y estrategias de adopción tecnológica permitió que Titania no solo fuera técnicamente sólida, sino también económicamente viable.

Merlin Research, por su parte, aportó sus vínculos internacionales con

centros como Carnegie Mellon University y su capacidad de construir motores semánticos de interpretación normativa. Fue gracias a esa base que Titania será entrenada no sólo para “leer” normativas, sino para entenderlas, inferir sus consecuencias, y simular rutas inteligentes de cumplimiento.

“*Es una infraestructura cognitiva para el desarrollo económico de Chile, basada en datos, inteligencia artificial y una comprensión profunda del lenguaje normativo.*”



Juntas, estas dos compañías han creado algo que no existía en el país: una infraestructura digital que no digitaliza la burocracia, sino que la rediseña. Titania no es una consultora, ni una base de datos jurídica, ni una plataforma de formularios. Es un sistema inteligente que, en su versión más profunda, propone una nueva forma de pensar la interacción entre la inversión y el Estado.

La plataforma comenzará a operar en el sector construcción y se prepara para escalar a industrias clave como energía, minería, infraestructura pública y privada, pesca, saneamiento, turismo, y agroindustria. Pero su meta no es simplemente expandirse. Su ambición es marcar un antes y un

después en la forma en que Chile piensa, regula y permite su crecimiento.

En un país donde la tramitación de permisos ha sido sinónimo de lentitud, frustración y opacidad, Titania representa todo lo contrario: velocidad, claridad y confianza. Y en esa confianza —basada en datos, inteligencia y estrategia— puede estar el verdadero motor de la próxima década de desarrollo.

Los detalles de la plataforma están disponibles en: [www.titan-ia.com](http://www.titan-ia.com)

# e-

# Negocios

Contáctanos para publicar y destacar tu empresa o pyme.

Publica en revista e-negocios



+56 9 88030121 o al +56 9 8882708

www.e-negocios.cl



# Francisca Guerrero y María José Spencer

**Socias de +Mund Life and Spa**

*“Nuestro desafío es que todos hablen de nosotros como el lugar de bienestar en Santiago.”*

Por Juan Pablo Morales

**P**ara las directoras y cofundadoras del spa +Mund, Francisca Guerrero y María José Spencer, “el bienestar es la posibilidad de darse un momento de desconexión”.

Con sedes en Vitacura y en Las Condes, a cargo de Francisca —gerente general y psicóloga de profesión— y María José —reputada diseñadora—, +Mund tiene que ser “garantía de calidad en cualquier lugar que esté”, en palabras de ambas.

**¿Qué motivó la fusión entre Spa Mund y +Relax para crear +Mund?**

+Relax nace en 2007 con la idea de poder llevar bienestar a la mayor cantidad de personas, en un ambiente único, con altos estándares de calidad, y, así, ofrecer una experiencia de desconexión única y accesible. Por su parte, Gunter Mund —el fundador de Spa Mund— funda su centro en 1960 con el mismo fin: introducir el bienestar por medio del agua, spa y masajes a la mayor cantidad de personas. Los dos, en tiempos distintos, tuvimos la misma visión.

Después de la pandemia, el bienestar toma mucha relevancia y llega para quedarse e instalarse en la conciencia de todos, por lo que la unión de ambas marcas se da de forma natural y sinérgica.

**Tomando en cuenta la historia de Spa Mund, ¿cómo han logrado mantener la fidelidad de la clientela tradicional y atraer a nuevas generaciones?**

Ha sido un gran desafío, ya que la idea central fue siempre mantener a nuestros clientes antiguos, poder convocar nuevas generaciones y hacerlos convivir en un mismo lugar. +Mund nace con la idea de llegar a la mayor cantidad de personas, en todas las etapas de la vida. Tenemos productos para adultos, niños, jóvenes, y también para aquellos con movilidad reducida. Para lograrlo, el mensaje fue claro desde el principio: escuchar a nuestros clientes de siempre, atender sus preocupaciones y acompañarlos en la adaptación a lo nuevo. Si bien hubo mejoras

que modificaron la experiencia antigua, estamos seguras de que los nuevos cambios han generado beneficios para todos, tanto nuevos como antiguos clientes.

**Con la expansión de +Mund a diferentes formatos y ubicaciones, como al Parque Arauco y al Costanera Center, ¿qué aprendizajes han obtenido sobre las preferencias de los clientes en estos centros comerciales?**

Más que un aprendizaje, ha sido corroborar aquello que nos impulsó en un principio a juntarnos con Spa MUND. Hemos podido ver que somos capaces de llevar bienestar en distintos formatos para dar mayor accesibilidad. Nosotros entendemos el bienestar como la posibilidad de darse un momento de desconexión. Esto puede pasar en un mall, en un masaje exprés, en una cabina al interior de un local o en el spa.

La gente lo entendió así y nuestro desafío es que +MUND sea garantía de calidad en cualquier lugar que esté.

“  
*El mensaje fue claro desde el principio: escuchar a nuestros clientes de siempre, atender sus preocupaciones y acompañarlos en la adaptación a lo nuevo.*  
 ”

**Por último, ¿cuáles son los desafíos y proyecciones de +Mund para este 2025?**

Tenemos muchísimos desafíos para este año, pero el primero es llegar a más clientes y que más personas nos conozcan y hablen de nosotros. Cumplimos ya dos años desde que remodelamos la sede antigua; todavía hay mucha gente que no lo sabe. Asimismo, queremos abrir nuevos puntos de operación. Nuestro desafío es que todos sepan de +MUND y hablen de nosotros como el lugar de bienestar en Santiago.



# Mujer Impacta: Ángela Ibáñez y el poder del entorno en la salud mental infantil



**E**n un país donde miles de niños crecen rodeados de cemento, sin árboles que den sombra ni jardines donde explorar, Ángela Ibáñez decidió cambiar las reglas del juego. Licenciada en Artes y Humanidades y magíster en Arquitectura del Paisaje, fundó la Fundación Patio Vivo con un objetivo claro: transformar los patios escolares grises en espacios vivos que fomenten el aprendizaje, el bienestar emocional y la conexión con la naturaleza.

La experiencia directa de Ángela en escuelas chilenas la llevó a una convicción profunda: la falta de contacto con el entorno natural limita no solo el desarrollo cognitivo de los niños y niñas, sino también sus habilidades sociales y su salud mental. En un contexto cada vez más marcado por el aislamiento, el uso excesivo de pantallas y la crisis climática, sus intervenciones no solo embellecen los espacios escolares, sino que los convierten en entornos resilientes y transformadores.

El desarrollo de habilidades sociales a través del juego libre es hoy más necesario que nunca. Desde esa convicción, el trabajo de Ángela adquiere una relevancia aún mayor al conectarse con una de las temáticas más urgentes del presente: la salud mental de niños y adolescentes. Su labor cobra una nueva dimensión cuando se vincula con contenidos como la serie Adolescencia de Netflix, que expone con crudeza los desafíos emocionales y sociales que viven los jóvenes.

Para Ángela, los patios pueden convertirse en verdaderos laboratorios de convivencia. No se trata solo de recreo, sino de aprendizaje activo: "ahí se aprende a compartir, a resolver conflictos, a crear juntos. Un espacio bien diseñado puede invitar al diálogo, al encuentro. Incluso un banco bajo un árbol puede ser el lugar donde alguien se sienta acompañado".

Reconocida como Mujer Impacta 2024, Ángela es una de las diez agentes de cambio premiadas por su capacidad de resolver desafíos sociales con soluciones innovadoras. Su labor va más allá de rediseñar patios; está sembrando una visión distinta de la infancia, una que apuesta por el juego libre, la naturaleza y la salud emocional como pilares fundamentales del desarrollo.

PREMIO  
**mujer  
impacta**  
2025



**Buscamos**

# MUJERES IMPACTANTES

INGRESA Y POSTULA EN [MUJERIMPACTA.CL](https://mujerimpacta.cl)

IMPACTA

CAMBIA

INSPIRA

COPEC



# Vivian Budinich

**Gerente de Marketing Corporativo y Sostenibilidad de Empresas Iansa**





### El liderazgo femenino necesita aliados

La equidad de género en el liderazgo es más que una meta ética: es una estrategia empresarial que impulsa el éxito y la innovación. Sin embargo, para que esta diversidad sea efectiva, es esencial que los líderes masculinos no solo reconozcan su importancia, sino que también se conviertan en aliados activos en la promoción de mujeres hacia dichas posiciones.

En Chile, las mujeres representamos el 39,6% del total de personas trabajadoras según el IV Reporte de los Indicadores de Género de las Empresas de Chile 2025. Sin embargo, esta presencia disminuye a medida que aumenta el nivel de responsabilidad: solo el 25,6% ocupamos cargos de gerencia de primera línea y apenas el 22,1% forma parte de los directores. A pesar de estos desafíos, se observa un avance positivo: según el informe "Mujeres en los Negocios 2024" de Grant Thornton, el porcentaje de altos cargos directivos ocupados por mujeres aumentó de 32,4% en 2023 a 33,5% en 2024, reflejando un incremento de 1,1 puntos porcentuales.

Ahora bien, para que este crecimiento sea sostenible y acelerado, el respaldo de los líderes masculinos es crucial. En mi propia trayectoria, he sido testigo de cómo este apoyo ha sido clave para avanzar en espacios de decisión. La equidad

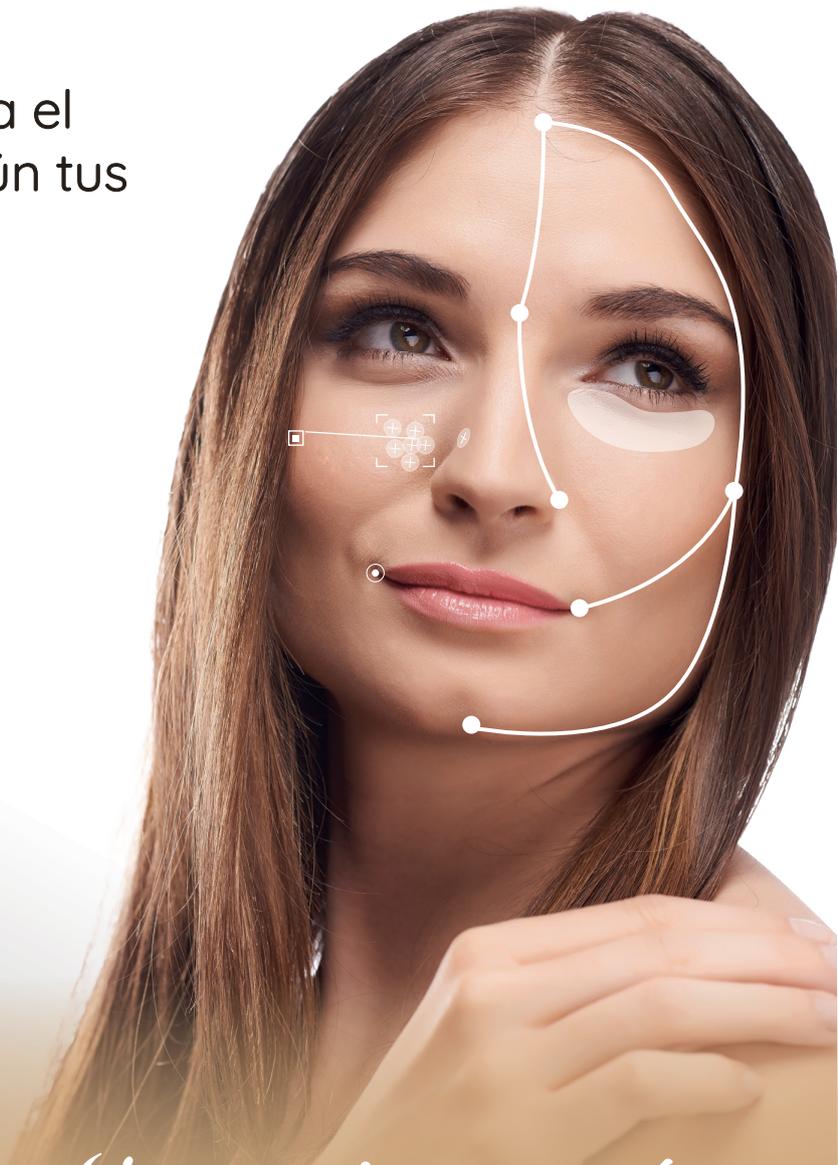
de género no se trata solo de abrirnos oportunidades a las mujeres, sino de valorar el talento sin sesgos, promoviendo a las personas por sus capacidades y méritos. Fomentar una cultura organizacional inclusiva, implementar políticas de igualdad salarial y promover activamente a mujeres talentosas son acciones que los hombres pueden y deben realizar. Un artículo de Great Place to Work (2024) enfatiza que la equidad de género y el apoyo de los hombres hacia las mujeres líderes son fundamentales para construir un futuro más próspero y exitoso para todos.

Además, contribuye a dismantelar estereotipos de género y a crear mejores entornos laborales. Al asumir un rol proactivo, los líderes masculinos también enriquecen la cultura organizacional, fomentando equipos más diversos y resilientes, y construyen organizaciones más equitativas, innovadoras y exitosas.

Todas las personas tenemos la responsabilidad de promover espacios donde el talento y el liderazgo no estén determinados por el género, sino por las habilidades y el compromiso. Como alguien que ha experimentado el impacto positivo de un liderazgo que valora las capacidades más allá de cualquier etiqueta, estoy convencida de que solo trabajando en conjunto lograremos una inclusión real.

# UN DIAGNÓSTICO INTELIGENTE PARA TU PIEL

LA IA DE HYDRABOOST  
analiza tu piel y determina el  
tratamiento perfecto según tus  
necesidades.



La ciencia de *sentirse bien* comienza aquí.

📍 Badajoz 130, of 705, Las Condes | 📷 @4everesthetic | 📞 +569 8801 8699

# Cristián Maulén

CEO de CustomerTrigger

*“A menudo, los datos no tienen un verdadero ‘propietario’ que garantice que estén actualizados y listos para usarse de diversas maneras.”*

Por Juan Pablo Morales

En su biografía de Instagram, Cristián Maulén se define como un “artesano de clientes” en CustomerTrigger –siendo el Socio Principal– y “forjador de líderes” en InsightLab, de la que es director. Es justamente que con la primera compañía, encargada de “tomar decisiones de marketing con base a datos tecnológicos”, realizó un seminario el pasado 3 de abril titulado El Uso de los Datos, Data-Driven INDEX 2025.

Con más de 20 años de experiencia en el rubro, y colaborando actualmente para el desarrollo tecnológico y la automatización de organizaciones, Cristián comenta que “para avanzar, los responsables de servicios (...) deberán ser más dinámicos, adaptativos y comprometidos a poner al cliente al centro en cada decisión”.

### **Desde tu perspectiva, ¿dónde están las mayores oportunidades para integrar la analítica en una empresa?**

Aprovechar cada vez más una variedad de tipos de bases de datos, lo que habilita formas más flexibles de organizarlos. Esto permite a los equipos consultar y comprender las relaciones entre datos no estructurados y semiestructurados de manera más fácil y rápida, acelerando el desarrollo de nuevas capacidades impulsadas por Inteligencia Artificial (IA) y el descubrimiento de nuevas relaciones en los datos para impulsar la innovación.

La combinación de estos almacenes de datos flexibles, con avances en la tecnología y la arquitectura en tiempo real, también permite a las organizaciones desarrollar productos de datos, como plataformas de datos de “cliente 360” y gemelos digitales: modelos de datos habilitados en tiempo real de entidades físicas. Estamos a días de simulaciones sofisticadas y escenarios hipotéticos, utilizando capacidades tradicionales de aprendizaje automático.

### **En el estudio se menciona el Modelo de Madurez Data-Driven. ¿En qué consiste y cómo una organización puede saber “hacia dónde avanzar”?**

Data-Driven INDEX es una investigación única en varios aspectos: provee un análisis comparativo desde 2016 de cómo las decisiones basándose en datos son practicadas, para entregar al mercado una serie de medidas que ayuden a evaluar sus esfuerzos. También porque ofrece un estudio concluyente de cómo estas prácticas están evolucionando en el tiempo, presentando una base para futuros análisis, que esperamos sean una importante guía sobre el impacto de las unidades de datos, tecnología, marketing, ventas y servicios. Las notas se obtienen mediante índice ponderado en los cinco aspectos que conforman Data-Driven INDEX, que son representados por los constructos: Avances, Prácticas, Confianza, Inversiones y Límites.

Para avanzar, los responsables de servicios, estrategia y los practicantes de marketing digital deberán ser más dinámicos, adaptativos y comprometidos a poner al cliente al centro en cada decisión de tratamiento de datos que quieran realizar. Ya no será un asunto de cumplimiento a nivel de protección de datos; será un asunto de reputación.

### **El documento del seminario destaca que la ética en el uso**

### **de datos será un factor clave en los próximos años... ¿Cómo deberían prepararse las organizaciones para actuar con transparencia y proteger la relación con sus clientes?**

El principio de respetar y valorar la privacidad genera confianza en el núcleo de la comunicación directa, como un intercambio de valor entre una organización que busca prosperar y un individuo que busca beneficiarse. Estos principios garantizan que las organizaciones de todo el mundo pongan al individuo en el centro de todo lo que hacen, de modo que se pueda confiar en las organizaciones, respetarlas y, en última instancia, sostenerlas.

Es posible crear una ventaja con el hecho de tomar conciencia de la importancia de comprender las necesidades cambiantes de los clientes de organizaciones intensivas en el tratamiento de datos personales, para capturar las oportunidades de crecimiento más valiosas. No hagamos con los datos del cliente lo que no queremos que hagan con los nuestros.

La seguridad y la privacidad de los datos suelen considerarse cuestiones de cumplimiento, impulsadas por los mandatos normativos de protección de datos emergentes y por el hecho de que los consumidores están empezando a darse cuenta de la cantidad de información que se recopila y utiliza. Las protecciones de la seguridad y la privacidad de los datos suelen ser insuficientes o monolíticas, en lugar de estar adaptadas a conjuntos de datos individuales. Será clave proporcionar a los empleados un acceso seguro a los datos, proceso que actualmente es altamente manual, lo que lo hace propenso a errores.

“*Ya no será un asunto de cumplimiento a nivel de protección de datos; será un asunto de reputación.*”

### **Por último, ¿qué tendencias ves en el uso de datos que podrían transformar la manera en la que las empresas toman decisiones a futuro?**

En los siguientes dos años, veremos a los CDO (Chief Data Officer) y sus unidades operando como una unidad de negocios. Probablemente, en asociación con los equipos de negocios, serán responsables de idear nuevas formas de usar los datos, desarrollar una estrategia integral como parte de la estrategia de negocios, e incubar nuevas fuentes de ingresos mediante la monetización de los servicios y el intercambio de datos.

Considerando esta nueva forma de crear valor con los datos, al observar que el foco principal de la estrategia de datos es “mayoritariamente defensivo” (43,5%), existe un espacio importante para la transformación de las unidades de datos. Mientras, el 24,1% de las organizaciones que operan en forma “mayoritariamente ofensiva” cuentan con una ventaja para monetizar los datos.

A menudo, los datos no tienen un verdadero “propietario” que garantice que estén actualizados y listos para usarse de diversas maneras. Los conjuntos de datos también se almacenan, a veces por duplicado, en entornos extensos, aislados y, a menudo, costosos, lo que dificulta que los usuarios dentro de una organización –como los científicos de datos que buscan datos para crear modelos analíticos– encuentren, accedan e integren rápidamente los datos que necesitan. Este es un asunto que requiere atención por parte de los líderes y directorio de las organizaciones.



# Lesley Robles

**Director Congreso Tecnología y Negocios América Digital**

Por Magaly Álvarez

**L**esley Robles es un destacado líder en el ámbito de la transformación digital y la inteligencia artificial en América Latina. Actualmente, se desempeña como Director del AI World Congress y CEO del America Digital World Congress, eventos que se han consolidado como plataformas clave para la innovación tecnológica y el desarrollo de negocios en la región.

Con una sólida formación en ingeniería y especialización en gestión de la innovación y desarrollo empresarial, Robles ha liderado iniciativas que conectan a ejecutivos de alto nivel con soluciones tecnológicas disruptivas.

### **Cuéntanos sobre ti, ¿quién eres, qué haces y cuál es tu rol en América Digital?**

Soy el director de América Digital desde sus inicios, hace ya 12 años. Partimos con nuestro primer congreso en 2013, inicialmente con una frecuencia bienal, y esta es nuestra décima edición. Soy ingeniero civil de la Universidad de Chile, pero desde siempre he estado vinculado al mundo de la innovación, la capacitación y el desarrollo de nuevos modelos de negocio.

Comenzamos realizando seminarios enfocados en gestión de innovación y estrategias comerciales, hasta que evolucionamos hacia lo que primero fue el Congreso Chile Digital, luego el Congreso Latinoamericano América Digital, alcanzando un impacto regional significativo. Tras la pandemia, expandimos nuestra presencia hacia México, y actualmente organizamos en Miami el AI World Congress, un evento de alcance global. En esencia, hemos crecido y evolucionado junto con los avances tecnológicos y las necesidades de la industria.

### **¿Qué significado tiene para ti y para tu equipo esta décima edición del Congreso, considerando el crecimiento alcanzado y los desafíos que aún persisten?**

Para nosotros esta décima edición tiene un significado muy especial. Durante estos últimos diez años hemos sido un reflejo directo de la evolución tecnológica y empresarial. Hemos acompañado a la industria en áreas como cloud, big data, Software as a Service, y todas aquellas soluciones que permiten optimizar procesos, innovar y resolver grandes desafíos sociales en sectores clave como transporte y educación, multiplicando la productividad.

Hoy, mirando hacia adelante, desde 2025 hasta 2030, estamos inmersos en una sexta revolución tecnológica protagonizada por la inteligencia artificial y una web descentralizada, lo que genera transformaciones sin precedentes. Esta revolución tecnológica coincide además con cambios financieros, políticos y socioculturales que ocurren solo cada varias décadas, equiparables incluso a la Revolución Francesa.

Todo este contexto global, complejo y dinámico, está reflejado en nuestros congresos, que funcionan como puntos de encuentro para explorar y anticipar estos grandes cambios. Estamos formando un clúster único que combina inteligencia artificial, tecnologías web avanzadas, big data y automatización, proyectando cómo estas innovaciones transformarán radicalmente nuestra manera de vivir y trabajar en la próxima década.

Nuestra misión es precisamente esa: ser un espacio donde convergen ideas, tendencias y soluciones, desde Santiago de Chile con nuestro Congreso Latinoamericano, pasando por la vibrante Ciudad de México con América Digital, hasta Miami, sede del AI World Congress, posicionándonos como referencia internacional en innovación tecnológica y empresarial.

### **En este contexto de evolución tecnológica que mencionas, destacas cambios importantes no solo en lo tecnológico, sino también a nivel personal, social y global. ¿Crees que Chile, México y Miami están avanzando al mismo ritmo, o hay diferencias importantes entre estas regiones?**

Creo que cada región del mundo presenta realidades diferentes en cuanto a la adopción tecnológica. Hay empresas en Chile que, por ejemplo, tienen procesos de digitalización más avanzados incluso que algunas en Estados Unidos. Sin embargo, en EE.UU. también hay fintechs y empresas tecnológicas que lideran claramente a nivel mundial. Por tanto, la situación no es homogénea; depende mucho de cada caso específico.

En América Latina, particularmente en tecnologías relacionadas al Internet de las Cosas y la aplicación industrial, todavía estamos algo atrasados en comparación con Europa o Estados Unidos. Esto es especialmente notable considerando que Latinoamérica tiene industrias tan importantes como la minería, los recursos naturales y la manufactura, particularmente fuertes en países como Brasil y México. Estas industrias podrían beneficiarse enormemente con tecnologías avanzadas en inteligencia artificial, robótica y automatización.

Más allá del aspecto tecnológico en sí, existe una barrera importante en cuanto al cambio cultural y mentalidad de innovación dentro de las organizaciones. Algunas empresas en América Latina están a la vanguardia en la adopción tecnológica, mientras que otras se encuentran considerablemente rezagadas, una realidad que se observa también en otras regiones del mundo.

En resumen, la adopción tecnológica es más bien una cuestión caso a caso, aunque América Latina suele ir unos cinco años atrás en términos generales. La buena noticia es que hoy todas estas tecnologías están disponibles globalmente. Nosotros mismos utilizamos software contratado en Ucrania, Lituania, Estados Unidos y Perú, lo que demuestra que las soluciones están al alcance de todos. Al final, lo fundamental es cómo cada organización integra estas herramientas para optimizar sus procesos, incrementar su competitividad y desarrollar modelos de negocio innovadores.

### **En estos 10 años, América Digital ha facilitado que muchas empresas puedan conocerse y conectarse en cada país donde tienen presencia. ¿Cómo describirías este aporte?**

Efectivamente, América Digital se ha consolidado como un gran punto de encuentro para empresas líderes de distintas industrias. Contamos con una exposición de más de 200 proveedores tecnológicos locales y globales, y la asistencia de aproximadamente 5.000 ejecutivos y autoridades gubernamentales provenientes de sectores clave como banca, retail, manufactura y telecomunicaciones. En este espacio se generan conexiones estratégicas, se intercambia conocimiento valioso y se aceleran oportunidades de negocio, innovación y transformación digital.

“  
*Estamos viviendo una sexta revolución tecnológica marcada por la inteligencia artificial, la web descentralizada y un nuevo sistema financiero global.*  
”



**En términos de conectividad, Chile está a la vanguardia en Latinoamérica. Hoy podemos tener proveedores en India, Uruguay o cualquier parte del mundo, pero aún así, hay ciertas barreras que siguen dificultando la adopción tecnológica, especialmente en pymes o usuarios individuales. Desde esa mirada, ¿cómo ves el rol del sector público y privado, en aspectos como regulación, impuestos y marcos legales? ¿Estamos avanzando o aún falta impulso?**

El tema regulatorio siempre ha sido complejo, y muchas veces, en lugar de facilitar, termina frenando la innovación. Es un proceso pendular, donde el avance o retroceso depende en gran parte de los vientos políticos del momento. Por ejemplo, en Estados Unidos, la administración anterior fue muy restrictiva con todo lo relacionado a criptoactivos, pero hoy, con un cambio de liderazgo, se está impulsando una agenda completamente pro-cripto, incluso con propuestas como reservas estratégicas en bitcoin.

En América Latina también se han visto avances. Argentina ha flexibilizado algunas normativas, y en Chile se ha modernizado la regulación en sistemas de pago, lo que ha permitido abrir el mercado a más actores y romper con antiguos monopolios. México aprobó su ley Fintech hace un par de años, lo que también aceleró la transformación digital en ese sector.

Hoy en América Digital tenemos al presidente de la Cámara de Activos Digitales de El Salvador, país que va a la cabeza en regulación de activos digitales, además de un panel con representantes de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), la Asociación de Bancos, y la Asociación Fintech de Chile. Todos aportando desde sus miradas a esta conversación clave.

Además, en los últimos años hemos invitado expertos de Estonia, considerado el país más digitalizado del mundo. Ellos han compartido su experiencia en e-government, mostrando cómo han logrado que prácticamente todos los trámites se hagan en línea. Casos como ese nos muestran que sí es posible y nos inspiran a seguir impulsando la modernización del Estado y del entorno regulatorio.

En resumen, hay avances, pero aún hay un camino importante que recorrer, especialmente en armonizar lo público y lo privado para que la innovación realmente fluya y llegue a todos los niveles.

**Los expositores que participan en esta edición están aliados con estos avances tecnológicos, porque vemos muchos stands, muchos sponsors, y claramente esto es un encuentro de negocios, pero también un espacio para mostrar innovación. ¿Cuéntanos un poco sobre los expositores que te acompañan este año?**

Esa es siempre una de las preguntas clave: ¿cuáles son las novedades que trae la expo este año? Y la respuesta es clara: la inteligencia artificial está revolucionando todas las industrias, incluida la propia industria tecnológica y del software.

Hoy, prácticamente todos los expositores han incorporado IA en sus soluciones, lo que les ha permitido agregar funcionalidades que antes simplemente no existían.

De hecho, varios de nuestros proveedores habituales ahora llegan con versiones completamente renovadas de sus productos, potenciados con inteligencia artificial. Cada stand representa una novedad, una evolución. Por eso podemos decir que esta edición del congreso es también una vitrina del futuro: todos los expositores han actualizado sus propuestas tecnológicas, mostrando cómo están aplicando la IA de manera concreta para generar valor, eficiencia y nuevas experiencias tanto para las empresas como para los usuarios finales.

**¿Cuál ha sido tu mayor aprendizaje como líder en estos 12 años al frente de América Digital?**

Creo que, sin duda, el mayor aprendizaje es que, a pesar de todos los avances tecnológicos —y espero que siga siendo así, porque si no, perderíamos el sentido de estar en este mundo— lo más importante siguen siendo las personas.

Toda transformación, por muy digital o tecnológica que sea, es ante todo un proceso cultural. Y eso implica contar con las personas adecuadas, capaces de adaptarse, aprender y liderar el cambio. Hoy no se trata de que la inteligencia

artificial vaya a reemplazarte, sino de que probablemente serás reemplazado por alguien que sabe utilizarla. Y no porque sea 10 veces más productivo, sino porque tiene la mentalidad y las herramientas para seguir siendo relevante.

La tecnología es un medio, pero el motor del cambio real sigue siendo humano. Ese ha sido, sin duda, uno de los aprendizajes más profundos que me ha dejado este camino.

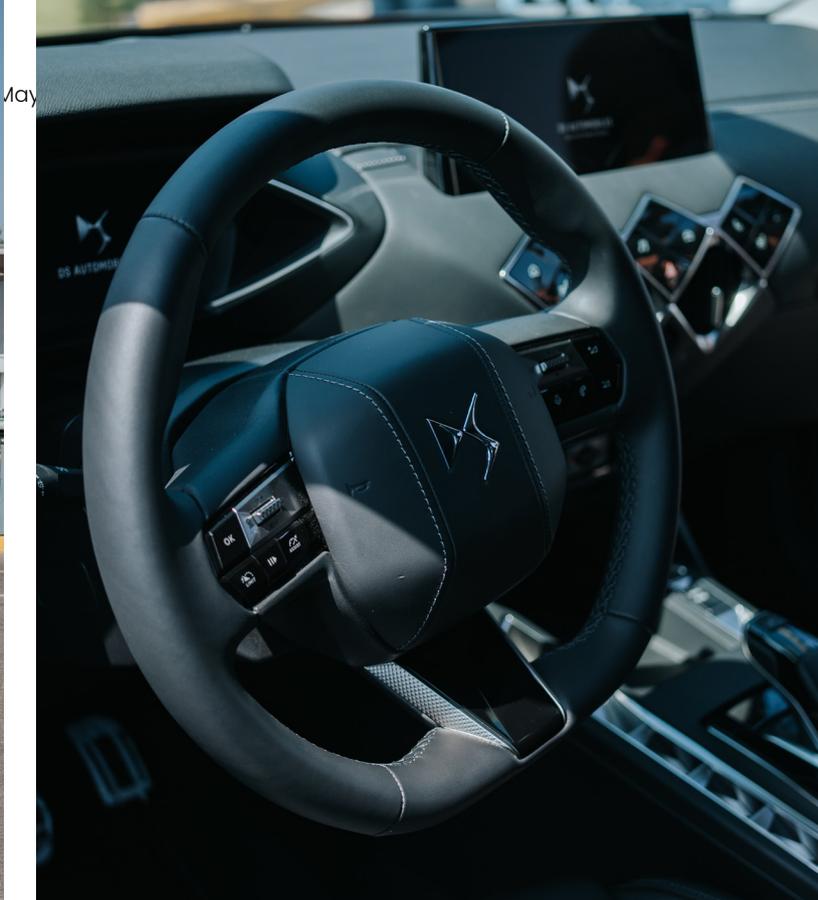
**Y tú, como profesional y líder, ¿cómo ves a América Digital en los próximos cinco años?**

En los próximos cinco años veo a América Digital acompañando de forma activa esta sexta revolución tecnológica, marcada por la convergencia entre la inteligencia artificial, la web descentralizada y un nuevo sistema financiero global impulsado por tecnologías como Bitcoin. Creo que presenciaremos una transformación profunda en la forma en que operan las finanzas tradicionales, que deberán integrarse con estas nuevas estructuras descentralizadas.

En cuanto a nuestro crecimiento, visualizo un evento global cada vez más consolidado en Miami, una versión latinoamericana aún más robusta en Chile, una expansión sólida en México —que es un mercado gigantesco— y estamos explorando activamente oportunidades en Brasil.

Ese es el camino que vemos hacia 2030: seguir siendo un punto de encuentro estratégico para la innovación, conectando líderes, tecnologías y visiones que están dando forma al futuro.

“  
*Nuestra misión es ser un espacio donde convergen ideas, tendencias y soluciones que están transformando la forma en que vivimos y trabajamos.*  
”



## Stellantis lidera la movilidad sostenible en las Asambleas de Gobernadores del BID: proveerá la flota oficial de autos eléctricos y de bajas emisiones

- La compañía entregará una flota de 49 vehículos eléctricos y de bajas emisiones, destacando su liderazgo en movilidad sostenible en uno de los eventos económicos más relevantes de la región.
- El anuncio se realizó en el marco de la presentación del Informe de Vehículos Cero y Bajas Emisiones, elaborado por la ANAC. En la instancia, participó el Ministerio de Hacienda y Copec.

Santiago, 7 de marzo de 2025. Stellantis reafirmó su compromiso con la movilidad sostenible para proveer una flota de 49 vehículos eléctricos y de bajas emisiones de las marcas Peugeot y DS, para trasladar a las principales figuras de 48 países miembro del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Este año, Chile será el país anfitrión para la Asamblea del BID que se desarrollará en Santiago entre el 26 y el 30 de marzo.

El director general de Stellantis en Chile, Vincent Forissier, destacó la relevancia de esta iniciativa: "Para Stellantis es fundamental participar de acciones que promuevan la movilidad limpia, segura y accesible. Por eso, ser parte de un evento de la relevancia del BID, con modelos eléctricos y de bajas emisiones de nuestras marcas Peugeot y DS, nos permite reafirmar nuestro compromiso con la movilidad sostenible y con la promoción de soluciones de movilidad más eficientes en Chile. Nuestro portafolio refleja esta visión, con un mix creciente de motorizaciones híbridas y eléctricas en todas nuestras marcas, lo que nos posiciona como referentes en el mercado nacional".

En este contexto, Stellantis resaltó que, dentro de su portafolio actual, Peugeot es una de las marcas que está liderando este cambio, donde un 19% de sus versiones disponibles corresponden a vehículos electrificados. Y es que, los últimos

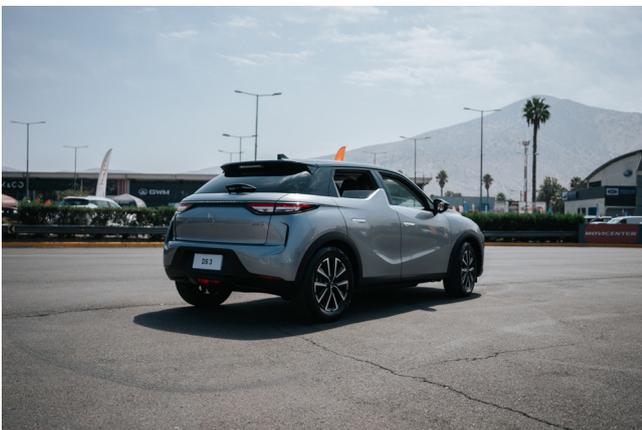
lanzamientos de esta marca se venden sólo en versiones híbridas, dejando atrás los anteriores motores que eran en su totalidad a combustión.

Todos estos avances forman parte de su estrategia para cumplir y superar las exigencias de la Ley de Eficiencia Energética en Chile, proyectando cerrar el año con una holgura de 1 km/LGE por sobre la normativa vigente. Peugeot, en sus últimos lanzamientos ofrecen modelos híbridos, dejando atrás los motores 100% de combustión.

El anuncio se realizó hoy en el marco de la presentación del Informe de Vehículos Cero y Bajas Emisiones, elaborado por

la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC), en un evento que contó con la participación de otras marcas del sector, representantes de Copec y el ministro de Hacienda, Mario Marcel.

La Reunión Anual de Asambleas del BID congregará en Chile una amplia agenda de seminarios y expositores en la Estación Mapocho. Durante cinco días, se desarrollarán exposiciones, paneles y foros abiertos al público, que abordarán temas clave como seguridad, pobreza, sector privado y crecimiento, aspectos fundamentales para el desarrollo inclusivo y la innovación en América Latina y el Caribe.





## Según Merco: Toyota Chile es reconocida como la empresa automotriz más responsable en ESG

La marca japonesa suma un nuevo reconocimiento a su trayectoria de 30 años impulsando tecnologías sustentables. El reconocimiento evalúa el desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo de las empresas.

Toyota Chile sigue cosechando éxitos en su camino hacia la sustentabilidad. Esta vez, la marca fue reconocida como la empresa más responsable en materias ESG de su sector según el ranking Merco Responsabilidad ESG 2025, distinción que evalúa el desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo de las compañías.

Este ranking se ha consolidado como uno de los monitores más prestigiosos en el país, analizando más de 100 variables y contando con la participación de más de 2,000 encuestados, incluyendo expertos en Responsabilidad Social Corporativa (RSC), analistas financieros, periodistas económicos, miembros de ONG, sindicatos y asociaciones de consumidores.

“Estamos felices de recibir este reconocimiento como líderes de la industria en ESG. Para nosotros la sustentabilidad es un pilar fundamental para lograr la movilidad sustentable. Para ello estamos impulsando nuestra visión Beyond Zero, que significa que a través de todos nuestros productos, servicios y operaciones logremos rápidamente la carbononeutralidad de manera de dejar un mejor planeta y una mejor sociedad

para todos”, señaló el gerente de Asuntos Públicos y ESG de Toyota Chile, Claudio Isgut.

Este logro se suma a un año 2024 con diversos reconocimientos para Toyota Chile, donde la compañía no solo mantuvo el liderazgo del mercado por segundo año consecutivo, con 23.855 unidades vendidas y un 7,78% de participación, sino que también consolidó su dominio en el segmento de vehículos híbridos, donde 7 de cada 10 vehículos en circulación son Toyota o Lexus.

“La clave del éxito de Toyota ha sido su capacidad para ver el mundo de manera diferente. La marca ha impulsado activamente su estrategia multivía, apostando por desarrollar varias tecnologías para alcanzar la carbononeutralidad. Este enfoque innovador comenzó en Chile con la llegada del primer Toyota Prius en 2007 y hoy se extiende más allá de lo ambiental, incluyendo metas como alcanzar un 40% de participación femenina en la empresa para 2030”, puntualizó Isgut.

“Durante 2024, consolidamos la posición en el impulso de la movilidad sustentable. Esto se refleja en que el 25% del mercado en segmento cero y bajas emisiones fueron Toyota o Lexus. Para lo anterior, la compañía ha tomado decisiones importantes como dejar de comercializar el Corolla de combustión normal por su versión híbrida”, concluyó Isgut.

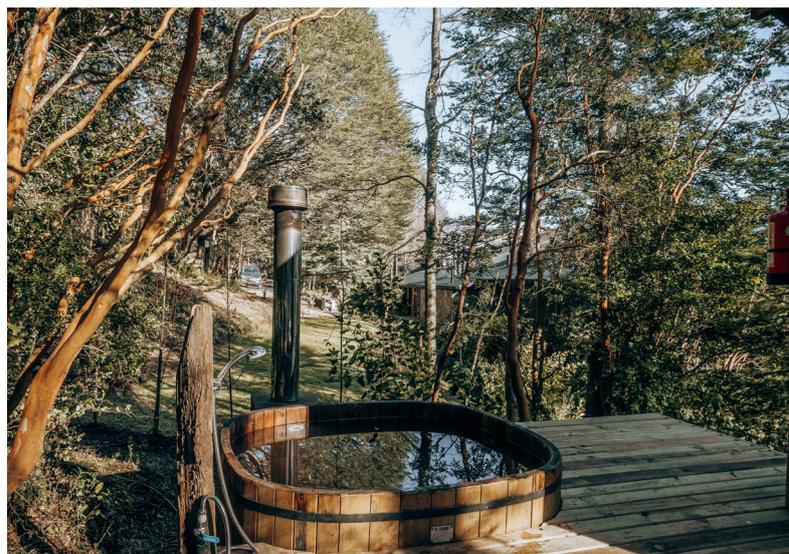
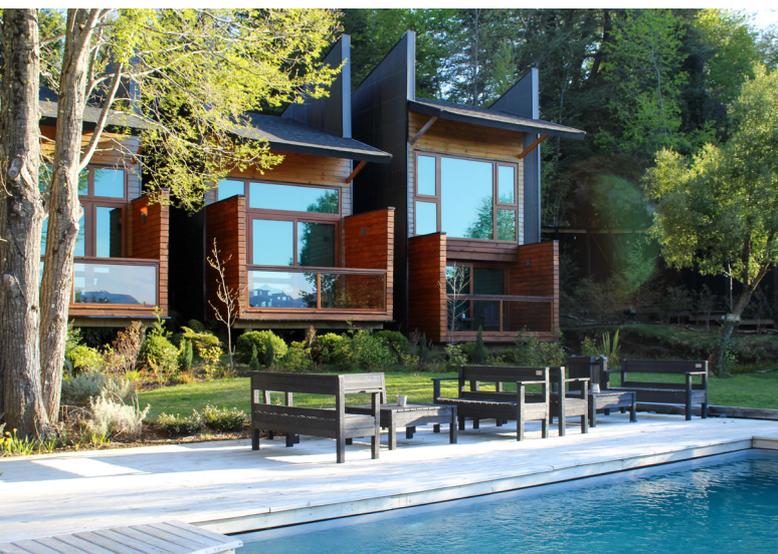


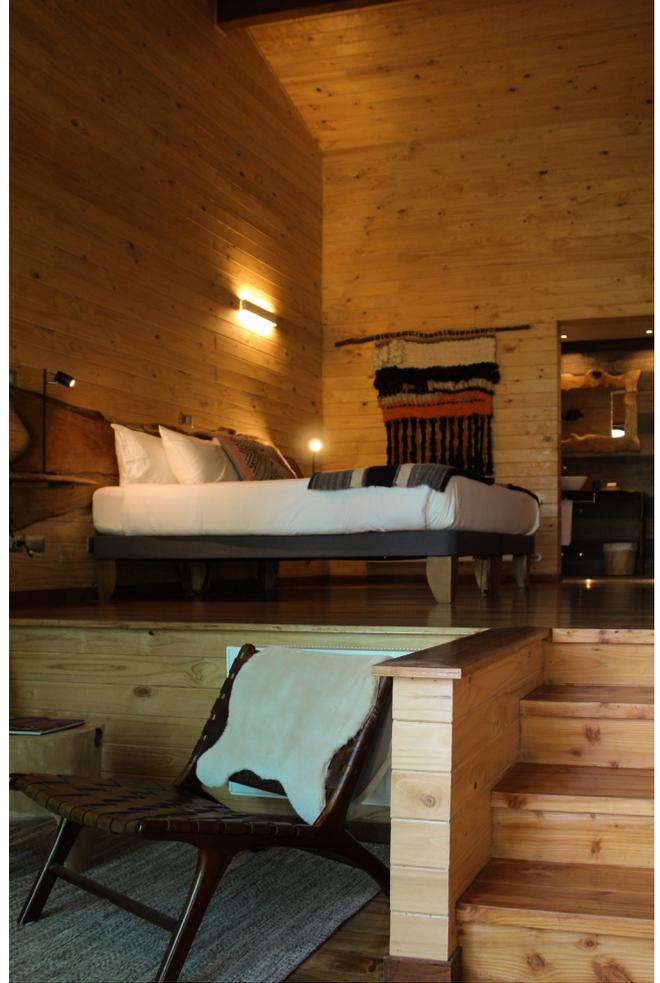
# Alejandro Huberman

**Abogado fundador**

Por Juan Andrés Sastre

**E**nclavado en los bosques de Los Nevados, Ni-Newen se ha posicionado como un referente del turismo sustentable en Pucón. Este hotel & lodge combina confort y respeto por el entorno, con una arquitectura que se integra armónicamente con la vegetación nativa, como coihues, hualles y arrayanes. Sus habitaciones ofrecen vistas panorámicas y emplean materiales nobles que refuerzan la conexión con la naturaleza. En esta ocasión Conversamos con su fundador, Alejandro Huberman, sobre los inicios del proyecto, los desafíos que ha enfrentado y las proyecciones a futuro de este innovador espacio.





### Turismo con propósito

Alejandro comenta que su motivación para emprender en turismo y crear el hotel & lodge Ni-Newen fue destacar el entorno único de Los Nevados de Pucón “El turismo se concentra en el pueblo y el lago Villarrica, dejando de lado los paisajes de la Ruta S199, donde hay parques, cascadas y termas que merecen ser explorados. Queríamos ofrecer una experiencia de conexión con la naturaleza sin perder comodidad ni exclusividad. Aunque soy abogado, emprender en turismo ha sido natural. La planificación, gestión estratégica y resolución de problemas fueron claves para materializar este proyecto con una visión sostenible y a largo plazo”.

El abogado y propietario del hotel & Lodge Ni-Newen explica que su diseño busca integrarse de manera sostenible con el entorno natural “Desde el inicio, quisimos que el hotel se fusionara con el bosque nativo, respetando la topografía y potenciando la conexión con el paisaje. Cada habitación está separada por un espacio que mejora el aislamiento acústico y crea la sensación de que forma parte del entorno. Construido en 2021, priorizamos materiales sostenibles, con la madera como protagonista. Incorporamos fierro galvanizado y piedra volcánica para adaptarnos al clima, mientras que las tejas asfálticas ayudan a integrar el hotel al paisaje. El proyecto fue publicado en ArchDaily y en 2024 destacó en el concurso de Corma como uno de los mejores proyectos de madera en la última década”.

### Identidad y proyección

Alejandro destaca los atributos que hacen del Hotel & Lodge Ni-Newen una opción única para los turistas “Nuestra propuesta se distingue por la combinación entre la comodidad

de un hotel de primer nivel y la inmersión en la naturaleza. Buscamos ofrecer un espacio donde el diseño, la tranquilidad y el servicio personalizado se fusionen con el entorno, creando una experiencia auténtica. Nuestra arquitectura dialoga con el paisaje, permitiendo recorrer el hotel como una extensión del bosque y potenciando la sensación de armonía. Aquí, la naturaleza, el silencio y el cielo estrellado no son solo parte del entorno, sino de la experiencia misma”.

El fundador de Ni-Newen señala los proyectos planificados para 2025, enfocados en potenciar la experiencia de los huéspedes “Aunque no contemplamos nuevas infraestructuras este año, nuestro objetivo es seguir mejorando la estadia a través de programas más personalizados. Recientemente, lanzamos nuestras experiencias All Inclusive, que combinan alojamiento, servicios de spa y excursiones diseñadas a la medida de cada cliente. Con esta propuesta, buscamos que nuestros visitantes disfruten de una experiencia completa, donde puedan relajarse y descubrir los alrededores sin preocuparse por nada más que disfrutar”.

Para cerrar, Alejandro reafirma el compromiso de Ni-Newen con el turismo sustentable “Desde el inicio, hemos apostado por un modelo responsable, con calderas a pellet, iluminación y climatización solar, además de un huerto propio que abastece nuestra cocina. También apoyamos a la comunidad local, donde el 90% de nuestro equipo proviene de la zona y trabajamos con productores locales. Creemos que el turismo debe generar un impacto positivo tanto en el entorno como en quienes lo habitan”.

Para más información: IG [@ninewenlodge](#)