

e-

Negocios

Mónica Retamal

Ejecutiva Fundación KODEA

"Necesitamos que cada vez más talento se sume a la transformación digital"

Harold Mayne-Nicholls

Director Ejecutivo de Santiago 2023

"Se logró una organización del más alto nivel y la participación de la comunidad fue fantástica, para muchos inesperada"

Eric Parrado

Economista Jefe y Director General del Departamento de Investigación del BID

"La consolidación fiscal de los países de América Latina es esencial para atender las grandes demandas sociales que hoy enfrentan"

Holger Paulmann

"En los últimos 10 años hemos sido la aerolínea que más ha disminuido las emisiones en el mundo de pasajeros / kilómetros"

Contenido

01. Emprendimiento

- 05 Alfonso Bawarshi
- 08 Lutz Kinderman
- 12 Nicolás Vilela
- 16 Columna Catalina Aguirre
- 18 Columna Gina Ocqueteau



02. Política y Actualidad

- 20 Fernando Chomalí
- 23 Harold Mayne-Nicholls

03. Minería y Sustentabilidad

- 28 Columna Margarita Ducci
- 29 Columna Yolanda Pizarro
- 30 Rodrigo Guerrero
- 34 Holger Paulmann



04. Economía y Finanzas

- 40 Columna Cristián Maulén
- 41 Eric Parrado
- 46 Gonzalo Jiménez
- 50 Columna Ian Thomson



05. STEM

- 52 Mónica Retamal
- 56 Bárbara Silva
- 60 Matias Sahli

06. Empresa

- 61 Magdalena Díaz
- 64 Karina Suárez



07. Mujeres

- 68 Columna Gabriela Salvador
- 69 Francisca Valdés



08. Gourmet y Turismo

- 72 Le Bistrot Viet
- 76 Los Pioneros de Melipeuco



09. Sociales

- 81 Relanzamiento Revista e-Negocios
- 82 wpd en Acera
- 83 Una sinfonía innovadora, concierto gala Mininova
- 84 Expertos y líderes de la industria se reunieron para discutir el futuro sostenible del packaging en Chile.



Palabras del Director

Desde e-Negocios, me complace saludar a nuestros lectores y compartir con ustedes el entusiasmo que nos inspira esta edición.

Vivimos en una época donde la tenacidad, la creatividad y la pasión están redefiniendo el mundo de los negocios y el emprendimiento.

El emprendimiento es un motor de crecimiento económico, sino también un catalizador de cambio social, no solo crean empleos y generan innovación, sino que también desafían los estereotipos de género, promueven la diversidad y abren caminos para las futuras generaciones.

En esta edición, exploramos diversas facetas del emprendimiento, desde startups tecnológicas hasta negocios con impacto medio ambiental, un tema de vital importancia en el ámbito empresarial moderno. En un mundo donde los desafíos ambientales y sociales requieren una acción urgente y decidida, las empresas están adoptando cada vez más un enfoque holístico que no solo busca el éxito económico, sino también el bienestar social y la protección del medio ambiente.

Las empresas líderes en sostenibilidad están demostrando que es posible equilibrar la rentabilidad con la creación de valor social y la preservación de los recursos naturales.

En esta edición, destacamos iniciativas y estrategias empresariales que están marcando la diferencia.

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las startups que han compartido sus experiencias con nosotros. Su valentía y espíritu innovador son una fuente de inspiración para todos. A nuestros lectores, los invito a sumergirse en estas páginas y dejarse inspirar por estas historias de éxito, resiliencia y liderazgo.

Quiero agradecer a todas las empresas y líderes empresariales que han compartido sus experiencias y aprendizajes en esta edición. Sus historias son un claro testimonio y necesario hacia el éxito empresarial.

Un cordial saludo,

Magaly Álvarez
Directora
Revista e-Negocios



Palabras del Director

Gracias por leer e-Negocios un gran proyecto que está hecho con mucho cariño y profesionalismo, les dejamos esta nueva edición de nuestra revista que tiene interesante contenido. Una portada genial con un empresario que ha hecho de su aerolínea una de las importantes de nuestro país. Nos referimos a Holger Paulmann director y gerente general de Sky Airlines, nos contó como ha hecho crecer Sky y como ve el mercado y nuestro país como empresario.

También tuvimos grandes entrevistados, columnas de opinión y mucho otro contenido que podrán disfrutar gratamente en cada una de las notas que hicimos. Agradecer a nuestro equipo que es el mejor.

Este 2024 nuestro país debe reactivarse y por eso debemos apoyar la industria para que nuevamente la inversión internacional vuelva a Chile, es por eso que hago un llamado a que los empresarios apoyen esta reactivación y tengamos un país mucho más fructífero y mejor. Y por consecuencia le damos trabajo a muchos chilenos que los han perdido.

e-negocios es una revista que quiere llegar al mundo empresarial, político, social de la mejor manera y ser una vitrina para las pymes que hoy es tan necesario. Por eso queremos seguir entregando el mejor contenido y el mejor producto a nuestros lectores.

Un abrazo grande y disfruten esta edición de e-Negocios,

Juan Andrés Sastre
Director Asociado
Revista e-Negocios

EQUIPO EDITORIAL:

Directora: Constanza Prats
cprats@e-negocios.cl

Directora: Magaly Álvarez
malvarez@e-negocios.cl

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

Editora Periodística: Pierinne Méndez / pierinemendezyaeger@gmail.com

Public Relations: Gabriela Hales / gabrielahales@gmail.com

Diseño Editorial: Isabel Besa / isabelbesa@gmail.com

Programación: Carlos Rossenberg / crosenberg89@gmail.com



Alfonso Bawarshi

Socio Fundador de Grupo Avanza

“Las personas siempre deben estar al centro de toda organización”

Por Gabriela Hales

Para el socio principal y experto en outsourcing, el actual escenario de transformación cultural y tecnológica que viven, tanto la sociedad como el mercado y el mundo laboral, exige que la selección, atracción, fidelización y administración del talento organizacional, se optimice mediante la incorporación de las nuevas herramientas que brinda la revolución digital.

El capital Humano es un pilar esencial para la competitividad y posicionamiento exitoso de las empresas, tanto desde el punto de vista operacional como estratégico.

Por ello, es esencial que líderes, directivos y profesionales cuenten con apoyo especializado permanente, para enfrentar de manera óptima el complejo escenario de transformación cultural y tecnológico que hoy viven tanto la sociedad como el mercado.

Tarea que resulta particularmente desafiante en el ámbito de fidelizar, atraer y retener al mejor talento disponible, en especial si dicho talento hoy es cada vez más exigente, empoderado y escaso.

Así lo entiende Alfonso Bawarshi, ingeniero comercial y socio fundador Grupo Avanza, empresa de servicios de outsourcing de cargos profesionales especialistas, orientado a mejorar la Gestión de Personas y Talento dentro de las empresas.

“Somos un equipo interdisciplinario de expertos que día a día trabajamos para ofrecer soluciones dinámicas e innovadoras para la gestión y organización del Capital Humano organizacional”, explica.

¿Cuáles dirías que han sido los principales hitos y aprendizajes de Grupo Avanza durante estos años?

Nuestro principal hito ha sido desarrollar experticia en la captación del mejor talento disponible en Chile, para derivarlo a las necesidades específicas de cada cliente y organización, para lo cual contamos con un equipo convencido de que hoy, la manera de hacer outsourcing es digital, con tecnologías que automatizan y optimizan el proceso.

En cuanto a aprendizajes, el principal ha sido comprender, tanto a nivel interno como externo, el hecho de que son las personas quienes deben estar siempre al centro de la organización. Nuestro servicio ha mutado justamente a eso, eficientar la gestión de las empresas que cuentan con grandes dotaciones de personal con ayuda de la tecnología, porque sabemos que los desafíos que hoy se enfrentan son gigantescos.

¿Cuál ha sido su estrategia de expansión tanto en Chile como en nuevos mercados?

Cuando recién comenzamos a operar lo hicimos como una consultora de Gestión de Personas, tal como muchas otras existentes en el mercado. Pero años después, dimos un giro cuando notamos que el outsourcing y la Gestión de Personas no podía seguir funcionando de la manera en que se hacía tradicionalmente. Gracias a esta decisión, nos hemos convertido en uno de los principales servicios de outsourcing de Recursos Humanos en Chile y en otros países de la región. Dimos forma a la tecnología necesaria para fortalecer el desarrollo y orientar la oferta de Grupo Avanza hacia este ámbito, decisión que nos ha permitido alcanzar un crecimiento exponencial año a año.

Gran parte de nuestros clientes se encuentra en el área de la minería, con empresas con alta dotación de personal pertenecientes a una de las principales actividades económicas del país, donde apoyamos en los contratos de expansión o stay in business, pero también trabajamos con otras industrias entregando servicios de Outsourcing de Gerencias, Outsourcing de profesionales multidisciplinarios y expertos en diversas áreas, y Plataformas en Gestión de personas para RRHH.

¿Hacia dónde va la tendencia en servicios de BPO para empresas? ¿Qué innovaciones planean para seguir agregando valor en esta área?

Hoy la prioridad de las empresas, además de resguardar la seguridad de las personas, es aplicar innovación en sus procesos y replantearse la manera como están haciendo las cosas. Gracias a nuestras soluciones tecnológicas hechas a la medida de cada cliente, cada empresa con alta dotación de personal puede acceder en línea a datos claves como la ubicación de personas, trayectos e itinerarios. Incluso se puede conocer dónde están los trabajadores en caso de que ocurra un incidente, para socorrerlos rápidamente

y disminuir el riesgo de lesiones durante las operaciones. También es posible gestionar de manera rápida los permisos de vacaciones, licencias y traslados, entre otras operaciones, lo que ayuda a aumentar la confianza de los colaboradores, optimizar los tiempos y entregar respuestas efectivas.

¿Cómo ha evolucionado su propuesta de valor en servicios de externalización de procesos de selección outsourcing?

Cuando recién comenzamos a operar en 2007, lo hicimos como una consultora de Gestión de Personas. Pero en 2017, dimos un giro cuando nos dimos cuenta de que la Gestión de Personas no podía seguir funcionando de la manera en que se hacía tradicionalmente. 2020 significó para Grupo Avanza el periodo de mayor crecimiento en 13 años, con un aumento en 50% de nuestra facturación gracias al crecimiento de los contratos de tecnología aplicada a procesos de personas con empresas mineras. Ese volumen de ventas creció justamente por la necesidad de las empresas de tecnologizar esos procesos. La confianza que hemos ganado en nuestros más de 16 años de experiencia en Hunting, nos permite generar un servicio de acuerdo a las necesidades de cada negocio y de cada cliente, para así entregar el mejor talento, tanto en Chile como en modo offshore, dentro de otros países de la región.

“**2020 significó para Grupo Avanza el periodo de mayor crecimiento en 13 años, con un aumento en 50% de nuestra facturación gracias al crecimiento de los contratos de tecnología aplicada a procesos de personas con empresas mineras.**”

¿Cómo se aseguran de entregar el mejor talento a sus clientes en los servicios de BPO, tanto en Chile como en el extranjero?

Sabemos que las empresas requieren talento, y conseguirlo es al mismo tiempo su mayor dolor, amenaza y oportunidad. Grupo Avanza trabaja codo a codo con las organizaciones para que este proceso se convierta en una oportunidad. Eficientar la gestión

de las empresas que cuentan con grandes dotaciones de personal, con ayuda de la tecnología, ha sido uno de nuestros principales objetivos, porque tenemos claro que los desafíos que hoy enfrentan son gigantescos. Debido a su tamaño y características, pierden la capacidad de estar informados de las acciones que realizan sus colaboradores y esto es especialmente crítico en el mundo actual.

Mencionan que su cultura se basa en la “Confianza, Cercanía y Pasión”. ¿Cómo transmiten estos valores al interior de su organización?

Entendemos que cada empresa es única y posee sus propias particularidades, por eso trabajamos fuertemente con la adaptación y customización de servicios para cada cliente y abordamos la relación que esas mismas personas tienen con la tecnología en general. En el proceso de implementación, nos preocupamos de acompañar y entregar información en forma clara y precisa, aportando cercanía y calidez en un proceso que suele ser frío y distante. Creemos que la confianza es clave para obtener los mejores resultados.



¿Cómo describiría la cultura organizacional de Grupo Avanza? ¿Qué importancia le asignan a la equidad e inclusión?

Para nosotros la diversidad y la inclusión son principios que se han vuelto claves para el futuro de las compañías y cada vez se hace más necesario aprovechar todo el capital humano disponible. Y lo aplicamos en la práctica, ya que actualmente más de 60% del equipo de la empresa está compuesto por mujeres de las cuales 50% está presente en la plana directiva. Esto refleja la equidad de género presente dentro del directorio.

Además, nuestro aporte se refleja en el servicio que entregamos a la sociedad, seleccionando a los mejores profesionales con habilidades técnicas y también atributos en las áreas de sustentabilidad, equidad de género, inclusión y mejor relacionamiento con las comunidades.

Según sus proyecciones, su crecimiento este 2023 estaría cerca del 460%, ¿Cómo se logra esto?

Actualmente cerramos el año con 31 clientes y 36 contratos. Además, nuestra empresa relacionada ArtBPO cerró 10 contratos en su primer año de operaciones.

Nosotros proyectamos un crecimiento del 460% en comparación al periodo anterior, con una facturación superior a los USD10 millones. Esta estimación podemos hacerla gracias a la evolución que hemos tenido como compañía, ya que aunque comenzamos trabajando fuertemente con empresas de la gran minería, hoy nos hemos diversificado hacia rubros como energía, tecnología, sanitarias, seguros, laboratorios, consumo masivo, telecomunicaciones, educación y subcontratación de servicios.

Uno de los rubros más importantes del país es la minería, ¿Cuáles son sus necesidades y cuál es el rol de Grupo Avanza para responder a ellas?

La minería es un área vital para el desarrollo de la economía del país y en el actual contexto mundial de crisis climática, tiene una enorme oportunidad para la integración de soluciones sustentables. El 80% de la facturación de Grupo Avanza corresponde al sector de la minería, por lo que contamos con experiencia en las necesidades específicas de esta industria y la amplia gama de servicios que requiere en el manejo de altas dotaciones de personal. Actualmente mantenemos contratos con Codelco, SQM, CAP y Golfields.

El cliente minero se caracteriza por su aversión al cambio, le cuesta más incorporar tecnología en los procesos, en comparación a otras industrias, pero tiene el deseo y la necesidad de hacerlo.

Nuestro rol en la industria minera es apoyar a las gerencias de división, monitorear en tiempo real la ubicación de los colaboradores dentro de la mina y coordinar la provisión de equipos y softwares de especialidad para cada una de sus labores, siempre con foco en resguardar la seguridad de las personas. Esto, porque optimizar la gestión de las empresas que cuentan con grandes dotaciones de personal con ayuda de la tecnología, ha sido uno de nuestros principales objetivos ya que sabemos que los desafíos que enfrentan las grandes empresas son gigantescos. Debido a su tamaño y características, pierden la capacidad de estar informados de las acciones que realizan sus colaboradores y esto es especialmente crítico en una faena.

Además, nuestra tecnología abarca la gestión de un amplio rango de aspectos en la relación que mantiene la empresa con los trabajadores, entre ellos, contratos colectivos, bonos de alimentación y traslado, permisos, controles de asistencia y cualquier otro dato relevante que se necesite administrar eficientemente en las empresas mineras. ■

Lutz Kindermann

Director Ejecutivo de wpd Chile

“Chile puede convertirse en un hub de energías limpias para toda Latinoamérica”

Por Gabriela Hales

El ejecutivo destaca la implementación a 2026 de un extenso portafolio de proyectos por un monto de US\$1.500 millones, entre iniciativas eólicas, solares y de almacenamiento. Adicionalmente, y más a largo plazo, está en etapa de desarrollo un proyecto de hidrógeno verde por otros US\$1.000 millones. Sin embargo, Kindermann enfatiza la necesidad de actualizar la regulación del mercado eléctrico, para asignar valor a la producción mediante fuentes limpias y dar mayor certeza a los inversionistas extranjeros.

La lucha contra los efectos del cambio climático y la necesidad de reducir al máximo las emisiones de gases de efecto invernadero exigen avanzar en forma más concreta y decidida hacia la descarbonización de la matriz energética nacional.

Una premisa que responde tanto a la necesidad de mitigar los efectos nocivos que las emisiones de combustibles fósiles en los ecosistemas planetarios, como de responder a las constantes exigencias de un público que hoy exige avanzar hacia un modelo económico sustentable, éticamente responsable y respetuoso con el medioambiente.

Una exigencia que afecta principalmente a las empresas generadoras de energía y que ofrece a Chile la trascendente oportunidad de posicionarse como un mercado altamente atractivo para la generación eléctrica a partir de fuentes renovables no convencionales, tanto por su diversidad geográfica como por sus privilegiadas condiciones climáticas.

Así lo entiende Lutz Kindermann, director ejecutivo de wpd Chile, una de las empresas más relevantes del mercado nacional de energías renovables, cuyo crecimiento estratégico le permite trazar un ambicioso portafolio de proyectos futuros, por más de 1.500 MW, que debiera comenzar a implementarse en 2026.



Lutz, wpd se ha consolidado como actor relevante en el sector de las energías renovables en Chile. ¿A qué atribuye este posicionamiento alcanzado?

En primer lugar, estamos muy orgullosos de haber sido una de las primeras empresas de generación eléctrica mediante fuentes renovables en invertir en el país. Somos una compañía de origen alemán presente en 29 países y estamos en Chile desde 2009, donde tenemos casi 370 MW de capacidad instalada distribuida en tres parques eólicos ubicados en las regiones de Biobío y Araucanía.

Algo que nos caracteriza es que, a diferencia de otras empresas del rubro, nuestra propuesta de valor radica en encargarnos de todas las fases de cada proyecto, las que van desde desarrollo, financiamiento, construcción y operación de los parques de generación de energía eléctrica.

Nuestro propósito en cada uno de los países donde estamos insertos es crear valor compartido, lo que incluye proveer energía limpia, asequible y segura; potenciar la producción agrícola y ganadera en los terrenos donde se emplazan los parques, e impulsar iniciativas de inversión que beneficien a las comunidades locales. Así lo hemos hecho en Chile en los últimos 14 años, obteniendo grandes resultados.

Hoy tienen una importante presencia de parques eólicos. De cara al futuro, ¿cuál tecnología creen que tiene mayor potencial en Chile?

Creemos que el país cuenta con un gran potencial de crecimiento gracias a su estabilidad institucional y enormes atributos naturales, donde las buenas condiciones ambientales favorecen especialmente el desarrollo de la energía eólica y solar.

Además, confiamos en que Chile puede convertirse en un hub de energías limpias para el resto de Latinoamérica y para ello contamos con un portafolio de proyectos en desarrollo por más de 1000 MW a 2026, lo que significa una inversión de US\$1.500 millones entre proyectos eólicos, solares y de almacenamiento. Adicionalmente, contamos con un proyecto de hidrógeno verde en la región de Magallanes por otros US\$1.000 millones.

Esta apuesta no se limita a las fronteras chilenas. El objetivo de wpd es que, a través de la consolidación de Chile como hub energético, se pueda catalizar una expansión hacia toda Latinoamérica, sentando las bases para una transformación energética en toda la región. Estamos entrando en el mercado colombiano y estudiando otros mercados en la región.

Chile se ha propuesto la carbono-neutralidad al 2050. ¿Cómo contribuye wpd para alcanzar esta ambiciosa meta?

A través de la sinergia y la colaboración estratégica, la misión de wpd en Chile está alineada con las metas del gobierno chileno de lograr que la matriz energética esté completamente descarbonizada hacia 2040. Esto va mucho más allá de una simple declaración de intenciones, es un compromiso profundo que impulsa todas las acciones de la empresa.



En total, nuestras tres centrales eólicas en Chile generan energía limpia suficiente para abastecer el consumo eléctrico de cerca de 600.000 hogares y evitan la emisión de 324.000 toneladas de CO2 anuales aproximadamente.



Desde 2009 hemos sido catalizadores del proceso de descarbonización de la matriz chilena y en 2015 fuimos una de las empresas ganadoras de la mayor licitación eléctrica de la historia del país, hecho que habilitó la revolución energética renovable de la que hoy es referente mundial.

Nuestra presencia en el mercado chileno cumple un rol clave en el camino hacia la transición energética sustentable, generando energía limpia y libre de CO2, asequible y que contribuye al bienestar de las personas y del medio ambiente.

En total, nuestras tres centrales eólicas en Chile generan energía limpia suficiente para abastecer el consumo eléctrico de cerca de 600.000 hogares y evitan la emisión de 324.000 toneladas de CO2 anuales aproximadamente.

Como empresa, creemos en el potencial energético de Latinoamérica y por eso aspiramos a establecer en Chile un hub de energías limpias, impulsando iniciativas pioneras con una inversión de US\$1.500 millones entre proyectos eólicos, solares y de almacenamiento.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el desarrollo de proyectos renovables privados en Chile?

El principal tiene que ver con los desafíos fijados a nivel gubernamental en materia de generación eléctrica libre de emisiones, que no van acordes con la regulación eléctrica vigente. El Plan de Descarbonización fijado para 2040 propone una hoja de ruta para adelantar 10 años la meta de descarbonización de la matriz energética del país y en paralelo, también se está trabajando en el Plan de acción 2023-2030 de Hidrógeno Verde.

Sin embargo, la regulación del mercado eléctrico en Chile no ha sufrido modificaciones en los últimos cuarenta años, ni se ha actualizado a la velocidad de penetración de las nuevas tecnologías. Como resultado, hoy la regulación sigue favoreciendo la generación con combustibles fósiles contaminantes, que son los principales causantes de la crisis climática.

El desafío es justamente comprender que el mundo ha cambiado y la regulación del mercado eléctrico vigente necesita modernizarse, tomando en cuenta el surgimiento de nuevos actores en la matriz de fuentes de energía variable, como la solar y la eólica. Por eso es fundamental actualizar la regulación del mercado eléctrico, de forma de asignar un valor a la producción de electricidad mediante fuentes limpias y dar mayor certeza e incentivos a los inversionistas extranjeros que participarán en la industria de las Energías Renovables No Convencionales (ERNC) de Chile.

¿Qué nuevas iniciativas impulsa actualmente wpd en el área de energías renovables?

Estamos desarrollando proyectos para integrar sistemas más eficientes al uso de la red, de forma de evitar los vertimientos de energía eléctrica limpia. Esto lo estamos haciendo en conjunto con otras compañías, porque creemos que ante la ausencia de proactividad del regulador, somos los privados los que debemos asumir responsablemente estos procesos de modernización.



Asimismo, estamos impulsando un nuevo modelo de relacionamiento con nuestras comunidades vecinas, teniendo siempre en cuenta la necesidad de relacionarnos de manera temprana con nuestros vecinos y actores locales. Buscamos impulsar relaciones de largo plazo con la comunidad mediante acuerdos que favorezcan el desarrollo local; la inserción de la compañía en el territorio como un vecino permanente, y el papel que juega el Estado como facilitador del proceso de relacionamiento entre los diferentes actores.

Nuestra política de relacionamiento comunitario incorpora estándares internacionales, entre ellos un enfoque y perspectiva de género, metodologías y principios de relacionamiento con comunidades indígenas, además de las alianzas y convenios internacionales que wpd ha suscrito.

Hoy, la industria de energías renovables se enfrenta a un triple dilema: ofrecer energía a precio justo y accesible; acortar las brechas energéticas entre el mundo rural y la ciudad; y dejar de depender de factores externos para la provisión energética de la matriz eléctrica de Chile, y en esa dirección estamos avanzando desde wpd Chile.

Mirando la próxima década, ¿cuál es la estrategia de wpd Chile para mantener el liderazgo en el sector renovable considerando su alto dinamismo?

Somos un actor de largo plazo en todos los países donde invertimos, somos dueños de los activos y esto es un factor que marca una diferencia y nos impulsa a hacernos cargo de los proyectos con un enfoque integral. Nos abocamos a generar proyectos de mayor impacto y desarrollo que sean sostenibles en el tiempo y además hacemos un trabajo de relacionamiento constante con las comunidades, considerándonos un vecino, un socio y una contraparte permanente.

Vemos a Chile como un país clave de nuestra estrategia de crecimiento, y así lo atestiguan publicaciones como el Climatescope 2022 de Bloomberg New Energy Finance, que publican el ranking de los países más atractivos para la inversión en energías limpias y donde Chile fue reconocido como el mejor país para invertir en energías renovables entre los mercados emergentes del mundo, seguido por India, China, Colombia y Croacia.

Nuestra visión es seguir invirtiendo en fuentes alternativas limpias, accesibles, asequibles, sostenibles y confiables para adaptarnos a la crisis climática y en paralelo, dar oportunidades para que todas las regiones de Chile aprovechen su potencial energético, lo que a su vez beneficiará el desarrollo económico y social de estos territorios gracias a la cadena de valor que se produce en torno a esta industria, como por ejemplo, la creación de nuevos empleos, la contratación de proveedores de servicios locales, y también la inversión en iniciativas de desarrollo local.

wpd lleva más de 10 años operando en Chile. ¿Cuáles han sido los principales hitos y aprendizajes de la empresa durante su trayectoria nacional?

Como gran hito destacamos nuestro Parque Eólico Malleco (273 MW), ubicado en la región de La Araucanía. Con esta central, que se encuentra en operación y que hasta la fecha es el parque eólico de mayor capacidad instalada en Chile, demostramos que se pueden construir proyectos en lugares complejos. La región de La Araucanía es la más vulnerable de Chile y estamos convencidos de que debe tener la oportunidad de aprovechar todo su potencial energético y no quedar marginada del desarrollo de esta industria. Para eso, es fundamental mantener relaciones estrechas con las comunidades, ser un vecino de largo plazo en el territorio y trabajar junto con el gobierno, la academia, las autoridades, las comunidades y la sociedad civil para que la industria de las ERNC pueda establecerse en estos territorios y generar valor compartido.



Son una empresa con gran experiencia global en energía eólica. ¿Cómo han transferido ese conocimiento a sus operaciones chilenas?

La experiencia global que hemos adquirido durante años nos ha permitido implementar en los tres parques eólicos que tenemos en Chile una propuesta de valor con una diferencia comparativa respecto de la competencia, ya que nos encargamos de cada una de las fases de los proyectos donde estamos involucrados, que van desde el desarrollo, financiamiento, construcción y operación de nuestros parques de energía.

“

Nos abocamos a generar proyectos de mayor impacto y desarrollo que sean sostenibles en el tiempo y además hacemos un trabajo de relacionamiento constante con las comunidades, considerándonos un vecino, un socio y una contraparte permanente.

”

Además, nuestra experticia en energía renovable nos permite aportar en el actual Plan de Descarbonización que trabaja Chile. Estamos muy orgullosos de ser pioneros y haber sido una de las primeras empresas de generación eléctrica renovable y cero emisiones en invertir en el país.

En materia regulatoria, la experiencia adquirida en otros países nos ayuda a entender que el mundo ha cambiado y la regulación del mercado eléctrico actualmente vigente en Chile necesita modernizarse, tomando en cuenta el surgimiento de nuevos actores en la industria de la energía renovable. Si Chile realmente quiere convertirse en un referente para la región y el mundo, debe actualizar su normativa y como empresa estamos disponibles para apoyar este desafío, con cuatro fuertes focos en materia regulatoria: lograr que la energía proveniente de fuentes renovables se valore adecuadamente; que exista mayor flexibilidad en el actual modelo de mercado; que se aproveche en mayor medida la capacidad actual de las líneas de transmisión existentes e impulsar las obras de transmisión necesarias para evitar el vertimiento de la energía.

Mencionan su interés en el hidrógeno verde. ¿Evaluaron ya proyectos concretos en Chile o aún está en una fase preliminar?

Estamos desarrollando un proyecto en la comuna de Laguna Blanca en Magallanes, no solo considerando los aspectos técnicos y comerciales, sino también un proceso de desarrollo que considera la vocación del territorio, donde estamos incorporando en su etapa de diseño la visión de las comunidades de la zona.

Si bien aun es una industria muy incipiente y faltan muchos aspectos por abordar, vemos positivamente el liderazgo que Chile puede alcanzar en esta nueva industria. Pero es clave que el Estado genere las condiciones para que estas inversiones se puedan materializar en igualdad de condiciones. ■

Nicolás Vilela

CEO - ZTZ Tech Group SpA



“De América a Europa: El Ascenso Global de ZTZ Tech Group”

Por Gabriela Hales

La innovadora startup nacional, especializada en la comercialización de un software impulsado por inteligencia artificial para analizar y responder a las quejas de los consumidores en cuestión de minutos, ha alcanzado un nuevo nivel de éxito al expandirse a Europa. ZTZ Tech Group ha logrado abrirse paso recientemente en España, marcando un hito relevante en su crecimiento internacional que se suma a su consolidación en México y Perú. Su experiencia exitosa no sólo resalta el impacto que ha tenido en la optimización de los canales de posventa para empresas, sino también su capacidad para adaptarse en mercados internacionales. La llegada a Europa no sólo fortalece la posición de la empresa en la vanguardia de la innovación tecnológica, sino que también se transforma en un referente para otras startup que buscan una expansión exitosa en dicho continente.

En un mundo cada vez más acelerado y competitivo, debido al impacto de la revolución tecnológico-digital, es imprescindible que las empresas entreguen respuestas ágiles, oportunas y eficientes a sus clientes.



Esa eficiencia no solo se basa en la modernidad de los productos, sino que también depende de la calidad de los servicios de posventa, en especial de la rapidez que tengan las empresas para atender de manera satisfactoria las necesidades, requerimientos y eventuales quejas de un cliente cada vez más empoderado, analítico y exigente.

Así lo afirma Nicolás Vilela, cofundador y CEO de ZTZ, startup chilena que hace un tiempo revolucionó al mercado con el lanzamiento de un software gestionado por Inteligencia Artificial, que precisamente permite optimizar la gestión de los reclamos recibidos por las empresas que comercializan productos y servicios.

De este modo, “podemos resolver con precisión, y en cuestión de minutos, todas las eventuales quejas que los usuarios puedan tener, lo que representa un plus muy importante, pues en caso de ser desatendidas o ignoradas, pueden afectar gravemente tanto la imagen como la reputación de la empresa”, destaca Vilela.

CAMINO EXITOSO

El camino de ZTZ Tech Group comenzó en Argentina, con la creación de una app de búsqueda de libros que utilizaba códigos de barra. El buen desempeño de esta herramienta se tradujo en más de 200.000 descargas durante el primer mes, lo que motivó a sus creadores a utilizar Inteligencia Artificial (IA) para desarrollar una propuesta específicamente orientada a resolver problemas de data.

“Primero lo intentamos con análisis de documentos legales, y aunque la idea prometía ser exitosa, finalmente decidimos reorientar el core de nuestro negocio y aplicar esa misma tecnología en el análisis de reclamos”, destaca Nicolás Vilela.

Esta acertada reorientación del negocio, fue el punto de inflexión que impulsó a Nicolás Vilela e Ignacio Raffa (quienes se conocieron mientras trabajaban para Microsoft) a fundar ZTZ Tech Group, empresa que rápida y exitosamente se posicionó en el nicho de las de la Inteligencia Artificial, gracias al acierto de sus creadores de comprender que, a mayor disponibilidad de datos, “mayor es también la necesidad que tienen los usuarios de clasificarlos y encontrarlos rápidamente”, enfatiza Vilela.

Los inicios fueron complejos, pues aun cuando ZTZ fue seleccionada para integrar el portafolio de proyectos de la aceleradora Start Up Chile, sus fundadores aún no tenían redes de contacto potentes en el país. Sin embargo, gracias a su empuje y sus buenas ideas, muy pronto se posicionaron como uno de los diez mejores proyectos de su generación.

Esto ha permitido que en los últimos 7 años la cartera de la empresa creciera exponencialmente, llegando en la actualidad a manejar más de 150 proyectos, pertenecientes a 42 clientes. Esto se traduce en la resolución satisfactoria de más de 700 mil reclamos, lo que ha consolidado a ZTZ como referente de este mercado especializado en Chile, conquistando entre sus clientes a empresas de alto valor estratégico como Uber, Starken y Mercado Libre, entre otras.

Este éxito motivó a los fundadores de ZTZ a extender sus operaciones a México, apuesta que no solo se tradujo en negocios exitosos, sino que también le permitió ampliar sus conexiones y generar interés concreto en otros mercados de Latinoamérica y Europa. “Esto nos ha ayudado a generar una visión global respecto de las necesidades del mercado internacional”, comenta Nicolás Vilela, quien también ha participado como speaker experto en IA, en eventos clave como el EtM Santiago 2023, Open Innovation & Investor Summit Colombia 2023 y Unicorn Kingdom, en la Residencia Británica en Chile.

¿Cómo nace ZTZ Tech Group y qué servicio entrega?

ZTZ nace de la experiencia de tener que satisfacer a millones de consumidores, sabiendo que la gran mayoría de las demoras en las empresas se producen en el procesamiento de documentos. Esto nos dio la idea de apoyar a las empresas con un tema tan crucial como es el procesamiento de sus documentos regulatorios, los cuales tienen ante todo una fecha de vencimiento puesta por un ente regulador gubernamental, y cuyo incumplimiento implica el riesgo de multas o demandas, lo cual no es solo un problema legal, sino también un gran problema de imagen corporativa.

¿Cómo ha sido este proceso desde su creación a lo que es hoy ZTZ?

ZTZ se originó en Chile, que es un mercado enfocado en el cumplimiento y ordenado. Un perfecto laboratorio de innovación ya que cuenta con presencia de la mayoría de las marcas más importantes de Latinoamérica. Eso nos permitió hacer las primeras experiencias, pero siempre pensando en grande.

Al expandirse a mercados internacionales, como México, ¿de qué manera ZTZ ha adaptado su estrategia para satisfacer sus necesidades específicas?

Claramente al pensar en grande siempre se desarrolló un software que pudiera adaptarse rápidamente a la regulación de cada país. A su vez, logramos una operación enfocada en ofrecer un servicio remoto, gracias a las enseñanzas que nos dejó la pandemia. Además contamos con la suerte de que en Latam la diferencia horaria no suele ser mayor a 3 horas, así que eso nos permitió no perder la coordinación entre los equipos. Obviamente en cada mercado se debe ganar la confianza y entender las reglas locales, eso también fue clave.

¿Cómo maneja ZTZ el balance entre innovación constante y el mantenimiento de un servicio al cliente efectivo en distintos mercados?

Contamos con la ventaja de que nuestros clientes, a su vez, se enfocan en servicio al cliente, ya sea en las áreas de CX o legal, que entregan servicios a clientes internos. Ellos tienen un mindset que entiende siempre que el cliente es lo primero, lo segundo y lo tercero. En ese caso lo mejor es innovar preguntando al cliente, ¿qué es lo que podemos hacer mejor? ¿Te parece que lo probemos por un mes? ¿Cómo te sientes hoy con el servicio? Y escuchar obviamente mediando los riesgos a tomar, aunque siempre recordando que el mayor riesgo es dejar de innovar.

Tras sus visitas a ciudades como Londres, Bilbao y Praga, ¿cómo ha influido esta exposición internacional en su visión estratégica para ZTZ?

Ante todo es genial conocer otros emprendedores, aprender de sus visiones, hablar con inversionistas, recibir feedback y felicitaciones también.



Es muy interesante ver cómo ellos valoran nuestras opiniones, cómo validan algunos conceptos y aportan perspectiva en otros. También fue sorprendente que nos preguntaran: ¿y si estuviéramos interesados, cuando pueden empezar a ofrecernos el servicio aquí? También fue muy motivador ver sus ganas de presentarnos a otras empresas, sabiendo que esa introducción nos iba a agregar valor a ambos. Ante todo fue romper barreras mentales y animarse a pensar aún más en grande, viendo que hoy el mundo está conectado y Europa tiene todas las intenciones de atraer la innovación. Más aún, los unicornios que triunfaron a nivel mundial en Latinoamérica, siempre fueron los que ofrecían servicios tecnológicos. Eso tiene escala mundial y nosotros tenemos escala mundial. Eso ya lo aprendimos e internalizamos.



¿Cómo se gestó la llegada de ZTZ en Europa?

Ante todo con mesura. El mundo acaba de ser sacudido por una pandemia, pero eso también lo hiperconectó a través de las reuniones virtuales, y lo que no se viajó físicamente se terminó explorando virtualmente. Hoy existen redes y una apertura que nunca había existido antes. La virtualidad no sabe de fronteras, y esto permite que todos se animen a una reunión con un extranjero a su vez. Los gobiernos saben que la IA es la nueva revolución y abren sus puertas a aquellos que venimos investigando desde hace años sobre la materia. En Europa ya habíamos tenido un acercamiento hace años con la UE y con diferentes universidades, hoy llegamos como empresa y el mundo corporativo ve una oportunidad en nosotros que supimos aprovechar, así que ahora es el momento de establecer oficina, y “demostrar en la cancha lo que se comentó en la previa del partido”. Además, tenemos buenos partners y con esas alianzas, más el ecosistema emprendedor que siempre acompaña, buscaremos los primeros resultados.

¿Existen planes de poder ampliar el mercado a otros países aparte de España?

España cuenta con la ventaja del idioma que no es menor, además una buena experiencia dentro de Europa es clave para que el resto de los países también vea con otros ojos a ZTZ. Siempre fuimos de pisar sobre concreto, de pocas palabras y hartos resultados, así que ahora no vamos a cambiar la fórmula, aunque sí es verdad que hemos estado en conversaciones con otros gobiernos, explorando sus programas y como siempre la apertura a una empresa como la nuestra, que tiene un servicio probado de IA es plena. Pero de todo modos es mejor hacer un paso concreto y bien, para después dar el otro desde una buena base

En términos de tendencias globales en IA, ¿qué oportunidades y desafíos prevé para las startups tecnológicas en América Latina?

El mercado se va a mover cada vez más rápido. El juego cambió y es importante que todos se enteren. Ahora un diseño se hace en 1 minuto, un texto en 10 segundos, y por supuesto que todo debe ser supervisado, pero los tiempos se han acortado dramáticamente y la tecnología también democratiza un acceso a recursos que antes no había. Pensemos en una película. Hoy quizás más que un fondo millonario sería más interesante dar acceso a 20 licencias de soluciones de IA y un computador con acceso a internet, así también se puede hacer una película en cuatro días. Es solo un ejemplo, lo interesante no es analizar qué tipo de película sería esa sino que antes no se podía hacer una película con esos recursos y ese tiempo, y ahora sí. Ahí está el quid de la cuestión. Debemos reflexionar alrededor de esto y entender que el mundo se va a reordenar con estos nuevos conceptos.

¿Cómo planea ZTZ mantenerse a la vanguardia en un campo tan rápidamente evolutivo como es la Inteligencia Artificial?

Con experiencia comprobada. Ciertos temas sensibles son como la medicina. Es decir, es interesante la innovación, pero cuando algo es de riesgo queremos una solución comprobada y eso es lo que ofrecemos nosotros, no invitamos a que nos crean, invitamos como todos los líderes a que hablen con nuestros clientes que son la mejor referencia que una empresa puede tener. A eso súmalo un laboratorio donde constantemente probamos lo nuevo, aprendemos de todos los libros que se publican y conversamos con los líderes de la materia, tanto en el gobierno, como en la academia. A su vez pertenecemos a cámaras empresariales donde constantemente no solo somos referentes, sino que aprendemos de la experiencia de emprendedores y empresarios. Particularmente a mí me encanta ser mentor en “Start-up Chile”, ya que mantengo la mente fresca y abierta a nuevas ideas. ■

“
ZTZ se originó en Chile, que es un mercado enfocado en el cumplimiento y ordenado. Un perfecto laboratorio de innovación ya que cuenta con presencia de la mayoría de las marcas más importantes de Latinoamérica.
 ”



Resiliencia y perseverancia

Por Catalina Aguirre

CEO & Fundadora de KUMIKO Skincare

Dos cualidades fundamentales y poderosas, que ayudan a sobrellevar cualquier etapa de la vida, desde temprana edad. Mis padres me transmitieron que la resiliencia y la perseverancia son esenciales en todos los ámbitos. Es que, finalmente, te permiten superar desafíos, dificultades y tanto más. Incluso cuando decides emprender, o en el mundo empresarial, las pones a prueba día a día, como lo he vivido con KUMIKO Skincare, mi sueño convertido en realidad.

Hace más de 7 años, cuando creé las fórmulas que no podía encontrar reunidas en una sola marca para dar

soluciones reales a las problemáticas del envejecimiento de la piel, sabía que vendrían grandes obstáculos, así como también, muchas satisfacciones. Si bien han sido numerosos los logros y alegrías que KUMIKO me ha dado, tal vez ha habido, incluso más, adversidades y momentos difíciles. Lo digo con honestidad y, siento, que si no hubiera sido resiliente y perseverante, la historia quizás sería muy distinta. Es clave tener la capacidad para enfocarte en soluciones, para buscar salidas a los inconvenientes y 'piedras' del camino.

La resiliencia te permite sobreponerte a las situaciones complejas, a los contratiempos, a lo inesperado,

adaptarte a los cambios, a poner el foco en la motivación constante para seguir adelante con determinación y aprender de los errores. Si agregas perseverancia, tus pasos irán más seguros, anclados en la fuerza necesaria para no desistir, avanzar y lograr tus objetivos.

Soy una convencida de que lo difícil es una oportunidad de aprendizaje y crecimiento y, sin duda, la resiliencia y la perseverancia son claves para mantener el rumbo y así poder alcanzar propósitos y metas en la vida. ■

**Matcha Intense Recovery
Proteoglycans Plus**

Suero Concentrado Antiedad

KUMIKO™



¡El N°1 de KUMIKO!

Repara, reestructura y rejuvenece tu rostro.

El mejor aliado en tu rutina de cuidado de la piel.

KUMIKOSKINCARE.COM @KUMIKO.CHILE

*Imagen referencial, vial de 2ml en formato de 5 y 15 unidades.



Cambio climático: Un gran desafío y múltiples posibilidades

Por Gina Ocqueteau

Emprendedora

La crisis climática es, sin duda, uno de los más grandes desafíos que nos ha tocado vivir como humanidad. Es cierto que ha habido avances para detener sus consecuencias, pero aún estamos lejos de poder afirmar que estamos contrarrestando los efectos negativos que genera en el ecosistema y en las personas.

Y aunque suene irónico, la magnitud del problema que enfrentamos ha dado origen a distintas acciones y respuestas positivas por parte de grandes empresas y emprendimientos. En el caso de las primeras, muchas han debido hacer un alto y cambiar el foco, incluyendo principios ambientales y sociales en su labor diaria, además de la búsqueda de la rentabilidad económica.

Este fenómeno, también conocido como triple impacto, ha dado como resultado un mayor número de organizaciones conscientes, responsables y dispuestas a la colaboración dentro de las comunidades donde se encuentran insertas.

En cuanto a los emprendimientos y startups, corren con ventaja aquellos que nacen sustentables, es decir, poseen desde su concepción herramientas que pueden ser muy útiles para la crisis climática. Gran parte de ellos son creados tras ser conscientes de un problema que afecta a las personas en determinada área y el motivo de su existencia es justamente combatir ese problema con soluciones efectivas, innovadoras y escalables.

Ejemplos locales hay muchos y vale la pena destacarlos: TriCiclos es una empresa que opera en la cadena completa de producción, consumo y eliminación de residuos, minimizando el impacto ambiental de la basura producida por las empresas. BioElements ataca el gran problema de la contaminación que generan los plásticos de un solo uso revolucionando la industria del packaging con bioplásticos sostenibles, mientras que Karün es una marca de anteojos que utiliza materiales naturales y reciclados para crear productos que son conocidos incluso fuera del país. Y no son los únicos casos, cada vez surgen más proyectos que combinan una propuesta de negocio efectiva con la sustentabilidad.

Con todo esto, queda claro que no podemos perder de vista el peligro que significa para la humanidad la crisis climática, pero tampoco podemos pasar por alto el gran cambio que esto ha ocasionado en grandes compañías y emprendimientos. La colaboración, el trabajo cooperativo y la visión integral e inclusiva son valores que debemos seguir fomentando para que los esfuerzos se traduzcan en transformaciones reales y valiosas.

Grandes, medianas y pequeñas empresas tienen una oportunidad real de marcar la diferencia y guiarnos hacia un mundo más sustentable. Si confiamos más en ellas, en su capacidad de reacción y en su flexibilidad para adaptarse rápidamente a escenarios, si entregamos más facilidades para que el ecosistema se fortalezca y convivan empresas de distintos tamaños aprendiendo mutuamente de su desempeño, esta decisión puede ser clave para combatir el problema climático experimentamos a nivel mundial. ■



CustomerTrigger
Data driven · Marketing · Technology

Donde hay datos, Nosotros vemos **Estrategias**

Establecemos, Nutrimos y Expandimos las Relaciones con tus Clientes

Datos | CRM | Lealtad



Contacta con un especialista >

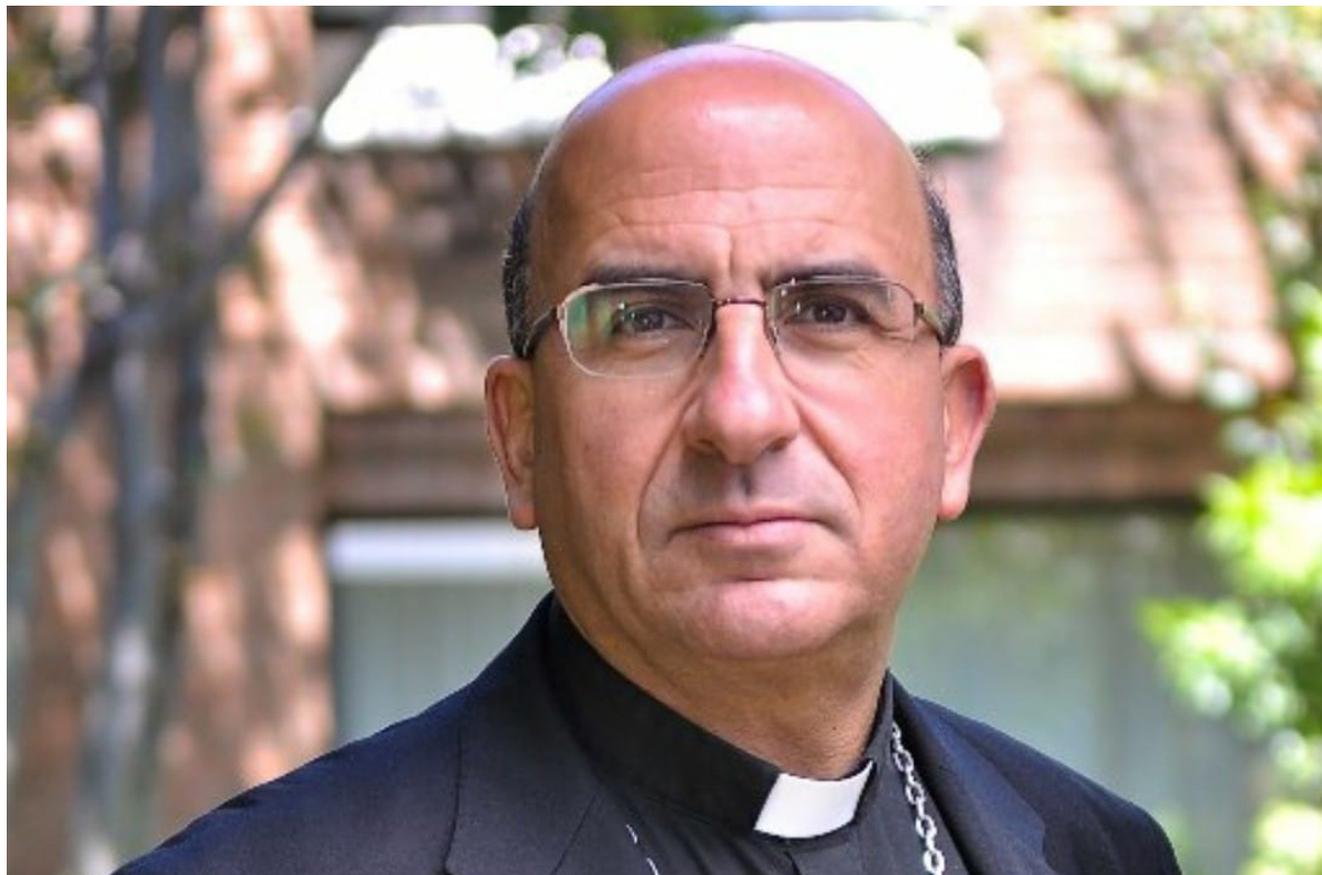
Convierte **Datos** en **Insights**.

Impulsa un **Relacionamiento Inteligente**.

Aumenta la **Retención y Adherencia** de tus Clientes.

Fernando Chomalí Garib

Arzobispo de Santiago



“Mi visión es que no hay espacio en el sacerdocio para abusadores. Eso es claro y hemos trabajado mucho en prevención y en llevar adelante los juicios como corresponde”

Por Constanza Prats

En esta conversación, abordaremos su visión y los desafíos para la Arquidiócesis de Santiago, explorando temas que van desde las prioridades pastorales hasta el impacto social de la iglesia en la comunidad.

Monseñor Chomalí nos compartirá su enfoque en profundizar la experiencia de fe y oración en la comunidad, así como la importancia de unir la fe con las obras en el servicio a los demás. También discutiremos los retos contemporáneos que enfrenta la Iglesia Católica en Chile y cómo se pueden abordar estos desde la verdad y coherencia que nos enseña el Evangelio.

¿Cuál es su visión para la arquidiócesis de Santiago durante su liderazgo?, ¿Cuáles considera usted que son las principales prioridades pastorales para la comunidad en los próximos años?

La principal prioridad es que las personas conozcan a Jesucristo y tengan una experiencia de oración en profundidad. Creo que sin hondura espiritual la fe será sólo un envoltorio de la vida pero no calará en lo más hondo de la vida de las personas. Lo segundo es lograr que se comprenda que la fe va unida a las obras y que cada católico haga algo por alguien. La fe en Jesucristo como fundamento de la vida es inseparable del amor al prójimo que se manifiesta en obras concretas al servicio de los demás.

¿Cuáles considera que son los desafíos más apremiantes que enfrenta la Iglesia católica chilena en la actualidad?

El primer desafío es encantar a los católicos con la verdad que nos trae el Evangelio y vivirlo de manera coherente. Creo que en muchas personas ser católico es una mera denominación pero que no tiene mayor injerencia en la vida cotidiana. Desde ese punto de vista es fundamental que descubran la dimensión social, ética y política que tiene una fe vivida de manera auténtica. San Alberto Hurtado fue ejemplo de aquello y el bien que le hizo a Chile sigue siendo enorme

¿Cómo planea atraer, establecer y fortalecer su relación con la comunidad en general? ¿Tiene algún programa específico para llegar a diferentes grupos dentro de la arquidiócesis? ¿Cuál es su enfoque para promover el respeto y la comprensión interreligiosa?

Lo primero que haré una vez que asuma como arzobispo de Santiago es ir a la parroquia San Gregorio de la zona sur donde celebré mi primera misa hace 32 años. Será un momento de mucha alegría. La Navidad la celebraré en la cárcel de mujeres por la mañana y en la tarde en la Catedral.

La disminución de fieles en el mundo o los escándalos de pederastia que han involucrado la imagen de la Iglesia Católica son dos de los desafíos más destacados hoy en día. ¿Cuál es su visión al respecto y como cree posible enfrentarlos?

Mi visión es que no hay espacio en el sacerdocio para abusadores. Eso es claro y hemos trabajado mucho en prevención y en llevar adelante los juicios como corresponde. Hemos hecho mucho a nivel de todas las diócesis y se están viendo resultados. Pero por otro lado también tenemos que hacer ver que la sociedad está con claros signos de corrupción que lleva a que muchas personas estén desencantadas. Terminar con la cultura cleptocrática que existe en Chile es un deber que también le corresponde a quien predica la buena nueva en la sociedad.

¿Cómo es posible reencantar a los jóvenes para que vuelvan a acercarse a la iglesia y particularmente en lo referido a la necesidad de aumentar las vocaciones sacerdotales?

Para reencantar a los jóvenes se requiere que los padres (primeros educadores y evangelizadores) crean firmemente en la importancia de la dimensión religiosa y espiritual de la vida. Ello se da cada vez menos y los jóvenes se quejan de ello.

Por otro lado tenemos que volver a recuperar espacios en la cultura para hacer ver la belleza del evangelio. Y, por cierto seguir fortaleciendo nuestro testimonio de fe y caridad en las parroquias, colegios y universidades católicas y mostrar con más fuerza la inmensa y absolutamente indispensable labor social que hace la Iglesia con los más desfavorecidos.

¿Cómo visualiza la participación de la arquidiócesis en temas sociales y comunitarios? ¿Hay iniciativas específicas que planea implementar para contribuir al desarrollo social, tal como lo hizo durante su gestión en Concepción?

Espero poder fortalecer las obras sociales porque son testimonios vivos de la fe que nos mueve y nos impulsa a servir a los más pobres. En Concepción me emocionó que al irme fue lo que más se reconoció. Ver a personas tan distintas en la misa de despedida, incluso no creyentes me llenó de esperanza y de la certeza que ese es el camino. La fe si no se muestra con obras es una fe muerta.

En relación a trabajar en la promoción de valores familiares y políticas que fortalezcan la institución familiar como base de la sociedad y la defensa de la vida, ¿Qué rol y liderazgo asumirá la iglesia en un escenario en base a los puntos mencionados y la realidad actual? (Considerando como dato el aumento sostenido de las familias monoparentales compuestas por madres e hijos)

Nosotros tenemos que estar cerca de todas las personas, independiente de su situación familiar y la fe que profese. Nosotros a todos les entregamos un mensaje que orienta la vida hacia Dios y que conlleva un estilo de vida. Nadie puede quedar fuera de ese mensaje. Espero no encontrarme con colegios católicos que no reciban a hijos de padres separados o de madres solteras. Ellos tienen que ser los primeros destinatarios de nuestro apoyo y de nuestra cercanía. De hecho en Concepción creamos una residencia universitaria para jóvenes de la zona de Arauco. Yo decía que era la residencia más católica de la región porque no había ningún católico. El criterio siempre fue la necesidad de tener un lugar donde vivir para estudiar.





Los distintos credos religiosos han sido muy activos en los dos procesos constitucionales y en este marco la iglesia católica ha ocupado un rol central. Le parece que los temas de interés de la iglesia como el derecho a la vida, la libertad de educación y la prohibición de la pena de muerte han quedado resguardados en el proyecto que se votará en diciembre próximo.

Pienso que cada cual tiene que leer el proyecto de constitución y hacerse un juicio por sí mismo. No me corresponde inducir el voto en un sentido u otro. Pero obviamente que al leerla habrá que ver si se resguarda la vida humana desde el momento de la fecundación hasta la muerte natural, si se respeta el derecho a los padres a educar a sus hijos, la libertad religiosa queda resguardada y la posibilidad de emprender y trabajar.

En relación a trabajar en la promoción de valores familiares sólidos y apoyar políticas que fortalezcan la institución familiar como base de la sociedad ¿Cómo abordará cuestiones éticas y morales contemporáneas desde la perspectiva de la Iglesia? ¿Cuál es su posición sobre asuntos delicados que puedan afectar a la comunidad?

Mi posición es predicar el evangelio a tiempo y a destiempo con mucho respeto a quienes no creen. Estamos en una sociedad plural en la cual nosotros participamos con lo que

creemos firmemente lleva al hombre, a la mujer a vivir plenamente su humanidad y sobre todo a vivir con esperanza. Nosotros proponemos una enseñanza ampliamente conocida en materias delicadas como el respeto a la vida, la familia, la sexualidad y los temas sociales. Lo hacemos porque creemos que son un aporte para que las personas vivan en plenitud su humanidad. Pero no la imponemos.

De acuerdo al contexto social actual, ¿Cómo ve usted el futuro de las instituciones y organizaciones sociales que van en apoyo a los niños, vejez, migrantes, etnias, mujeres, desde el punto de vista del voluntariado, la sensibilización, lo económico y su permanencia en el tiempo?

Creo que son cada vez más necesarias dado que en esos ámbitos están los dramas más grandes en la sociedad. Nosotros en Concepción atendemos a 1600 niños que vienen de los tribunales de familia y a cientos de adultos mayores solos y pobres. Además tenemos muchos programas con los migrantes. Esa es la realidad de nuestro trabajo en toda la Iglesia a lo largo de todo Chile. Lamentablemente la indiferencia es feroz. Es una indiferencia globalizada que hiere el alma. Desde ese punto de vista me siento orgulloso de la Iglesia por su labor concreta y real en favor de los más pobres. ■

Harold Mayne – Nicholls

Presidente Ejecutivo Santiago 2023

“Los Juegos Santiago 2023 no solo dejaron un legado deportivo, sino que también fortalecieron nuestra identidad y orgullo nacional”

Por Magaly Álvarez



En nuestra entrevista con Harold, una figura clave en el mundo del fútbol chileno y organizador de los exitosos Juegos de Santiago 2023. A lo largo de esta conversación, exploraremos su trayectoria desde los inicios de su pasión por el fútbol, sus experiencias en la ANFP y la FIFA, hasta su actual enfoque en el Trasandino de Los Andes.

Harold nos hablará de las lecciones aprendidas durante su paso por la ANFP, los desafíos y las oportunidades que enfrentó mientras trabajaba en la FIFA.

Además, nos ofrecerá una perspectiva detallada de los Juegos de Santiago 2023, incluyendo los desafíos organizativos, el legado dejado por el evento, y la impactante participación y apoyo de la comunidad local. Harold nos contará sobre momentos memorables y cómo estos reflejan el espíritu del público chileno.

Esta entrevista es una oportunidad única para entender la pasión, la visión y el impacto de Harold en el fútbol chileno y el deporte internacional. Acompáñenos en este viaje a través de su destacada carrera.

Harold, su carrera ha estado muy ligada al fútbol, ¿cómo nació esta pasión y qué lo motivó a dedicarse a esta área?

Desde muy niño que juego al fútbol, no recuerdo exactamente cuándo aprendí a patear una pelota, pero es algo que continúo haciendo con entusiasmo. En aquellos tiempos, devoraba revistas como Estadio, Gol y Gol, y Barrabases, leyendo cada página dedicada a los deportes. Creo que mi pasión por el fútbol me fue transmitida, sin duda, por mi padre y mis dos abuelos, ambos fervientes aficionados del juego.

Nunca había contemplado dedicarme profesionalmente a esta actividad; no me consideraba con las habilidades para jugar fútbol a nivel profesional. Sin embargo, las circunstancias se alinearon de manera inesperada. En el año 91, me invitaron a ser el jefe de prensa de la Copa América, un cargo que asumí desde 1989. Aquella oportunidad me llevó a continuar trabajando en la administración del deporte. Con el tiempo, adquirí nuevos conocimientos y me fui especializando en este ámbito. Hoy, me dedico plenamente a ello, y lo hago con pasión, disfrute y entretenimiento. Siento que puedo hacer una contribución significativa, pues es un campo en el que poseo un conocimiento más profundo que en otras áreas.

Tuvo un paso destacado en la ANFP, ¿qué aprendizajes rescataría de esa etapa dirigiendo el fútbol profesional chileno?

Lo primero que debo decir es que fueron cuatro años maravillosos y como mencioné previamente, mi intención era contribuir significativamente a la comunidad y al país, y creo que se logró bastante en ese sentido. Durante ese periodo, obtuve numerosas enseñanzas tanto a nivel personal como profesional. Algunas de estas lecciones fueron tangibles, relacionadas con métodos y procedimientos efectivos, mientras que otras fueron más sutiles, como el trato con las personas y lo que ahora se conoce como habilidades políticas. De ambos aspectos aprendí enormemente.

Ese aprendizaje me ha preparado para asumir mi nuevo cargo con una base sólida. Insisto, aquellos años representaron una etapa extraordinaria en mi vida, marcada por un aprendizaje profundo, el enriquecimiento del conocimiento y diversas experiencias. Siento, sinceramente, que mi contribución a la comunidad durante esos cuatro años en la presidencia de la ANFP fue significativa y valiosa.



Luego se desempeñó en FIFA, ¿cómo fue esa experiencia internacional y qué aportó a su visión del fútbol?

Llegué a la FIFA en diciembre de 1993, mucho antes de convertirme en presidente de la ANFP. Mi primer contacto con la FIFA fue como invitado para participar en el Mundial de 1994, donde ejercí como jefe de prensa en la ciudad de Boston. Posteriormente, me invitaron a distintos eventos, lo que me permitió desarrollar una fructífera carrera en la FIFA a lo largo de casi 20 años. Aunque tenía la posibilidad de continuar, decidí regresar a Chile al darme cuenta de que podía hacer un aporte mayor en el fútbol chileno.

Mi experiencia en la FIFA fue tremendamente enriquecedora. Tuve la oportunidad de impartir cursos, charlas, capacitaciones y seminarios en casi todo el mundo. En estos 20 años, participé en aproximadamente 150 a 300 eventos en más de 40 países. Esta trayectoria me permitió conocer a fondo el mundo del deporte y, en particular, del fútbol. No solo estuve presente en Copas del Mundo, sino también en Juegos Olímpicos. Aprendí muchísimo, y estos conocimientos han sido de gran utilidad en los diversos cargos que he ocupado posteriormente.

Mirando al futuro, ¿le seduce volver a involucrarse en el desarrollo del fútbol chileno?

Actualmente, no tengo un interés particular en regresar a la ANFP o al fútbol profesional. Mi enfoque está en el Trasandino de Los Andes, donde soy uno de los inversionistas. Esta posición me resulta atractiva y gratificante, ya que me permite trabajar de manera constante en el desarrollo de nuestro club.

En el pasado, realicé lo que creí necesario en el ámbito del fútbol. Los presidentes de los clubes optaron por un camino diferente, lo cual respeto; así funciona la democracia. Por lo tanto, ya que mi visión no coincide con la de los presidentes de los clubes, no veo mucho sentido en insistir en volver a un sector donde mis ideas y enfoque no son compartidos.

Sin embargo, en lo que respecta a mi club, Trasandino de Los Andes, no tengo ningún inconveniente en continuar contribuyendo al desarrollo del fútbol en ese ámbito.

Ahora que han concluido los Juegos Panamericanos Santiago 2023, ¿cuál es su evaluación general sobre cómo se desarrolló el evento?

La realización de los Juegos de Santiago 2023 ha sido un éxito rotundo, marcando un hito en la historia deportiva del país. Logramos unir a Chile a través del deporte, fortaleciendo nuestro sentido de identidad nacional y generando un orgullo compartido. Este éxito fue evidente y ampliamente reconocido.

En el ámbito deportivo, cumplimos con las metas propuestas, alcanzando importantes logros y medallas. Dada la magnitud de este éxito, considero que replicar una experiencia de este calibre será un reto considerable en el futuro.

Estoy plenamente convencido de que Chile tiene la capacidad de organizar grandes eventos internacionales y mundiales, y de participar con éxito en los Juegos Olímpicos. Tras presenciar el desempeño sobresaliente en los Juegos Parapanamericanos y los días aún más brillantes de los Juegos Paralímpicos, no me cabe duda de nuestra capacidad. Ahora es el momento de que las autoridades, el sector empresarial, la comunidad, los medios de comunicación y todos los involucrados trabajen juntos para consolidar este logro y continuar avanzando en el escenario deportivo mundial.

“
Santiago 2023 marcó un hito, uniendo a Chile a través del deporte y demostrando que podemos organizar eventos mundiales con éxito y orgullo.
 ”



¿Cuáles son los principales desafíos organizacionales que ha enfrentado en la coordinación de un evento de esta magnitud?

El principal desafío que enfrenté para Santiago 2023 fue persuadir a los más de mil colaboradores de la necesidad de adoptar un enfoque diferente y hacer las cosas de manera distinta. Era evidente que el sistema predominante en ese momento no nos permitiría cumplir con los plazos establecidos para llegar a los juegos. Se requería un cambio radical, un cambio cuántico en nuestra forma de trabajar. No se trataba simplemente de ajustar algunas piezas, sino de implementar un cambio profundo que implicaba una mayor colaboración en equipo, la capacidad de tomar decisiones rápidas y su inmediata implementación. Además, era esencial aplicar el principio de austeridad en todas nuestras acciones, eso en el grueso del trabajo y en el detalle implicó involucrarme en algunas áreas directamente, especialmente en el ámbito comercial, donde percibí algunas debilidades. Esto me llevó a incorporar colaboradores nuevos en otras áreas, como las de administración y finanzas, un campo en el que no me especializo. Por esta razón, contraté a un profesional altamente capacitado, el economista Juan Enrique Montes, así como también en el área legal, es fundamental contar con personas de confianza que compartan una visión similar, de lo contrario es imposible, ya que es

un campo crítico debido a la tendencia actual de judicializar todo. Esta claridad en la gestión legal era imprescindible para el éxito del proyecto y eso hay que tenerlo muy claro.

Basándose en su experiencia, ¿qué lecciones clave se pueden extraer de la organización de un evento deportivo internacional tan grande?

Creo que una lección crucial en la organización de eventos internacionales es comenzar diseñando meticulosamente la estructura de trabajo de la organización.

“

Los Juegos Santiago 2023 fueron un triunfo de la pasión y el trabajo en equipo, reflejando el espíritu deportivo y la unidad de todo Chile.

”

Es esencial tener una comprensión clara de todos los distintos espacios que se utilizarán. La clave está en definir primero esta estructura de manera integral, desde el inicio hasta el final, y solo después proceder a asignar los roles y llenar los puestos.

¿Cómo espera que Santiago 2023 pueda dejar un legado deportivo y social en Chile?

Santiago 2023 ha dejado ya un legado impresionante en el ámbito social, demostrando empíricamente que es posible asistir a grandes eventos sin comprometer nuestra seguridad. Hemos aprendido que no son necesarios grandes operativos de seguridad; basta con una planificación adecuada, medidas de contención efectivas y brindar seguridad a las personas. Este es un legado ya consolidado.

El segundo legado es desmentir lo que siempre he considerado una falacia: la idea de que en Chile no nos interesan los deportes. Esta creencia, que muchos aceptaron, ha quedado refutada. Lo demuestra el éxito en la emisión de un millón seiscientos mil tickets para un evento de esta magnitud, lo cual es realmente significativo y se logró de manera muy eficiente.

Por tanto, hay otro legado importante: la actividad física y el deporte tienen una relevancia destacada en Chile. Ahora, si logramos que más niños y niñas se acerquen a la actividad física y, a través de ese acercamiento, los entrenadores identifiquen y motiven talentos para competir y, eventualmente, alcanzar el alto rendimiento, habremos alcanzado el objetivo principal. Esto es aplicable tanto para los juegos panamericanos como para los parapanamericanos. Para mí, ahí radica el gran legado.

Además, está el legado de infraestructura. Es crucial no solo mantener estas instalaciones, sino también darles un uso adecuado. Existe una responsabilidad directiva de asegurar que estas instalaciones se utilicen de manera óptima.

¿Cómo cree que los Juegos Panamericanos influirán en el desarrollo de la infraestructura deportiva en Chile?

Los Juegos Santiago 23 han dejado en Chile una infraestructura deportiva de primer nivel, comparable con la de los más destacados escenarios mundiales y olímpicos. Superar ese estándar será, ciertamente, un desafío considerable.





Ahora bien, ¿cuál es el siguiente reto? El objetivo es que esta infraestructura, que se encuentra principalmente en la Región Metropolitana, se expanda hacia otras regiones del país. Anticipo que habrá proyectos que, idealmente, deberían generar entusiasmo tanto en los gobiernos regionales como en las comunas para impulsar iniciativas similares.

Espero que esto suceda, porque si así fuera, contaremos con infraestructura de clase mundial distribuida a lo largo de todo el territorio nacional. Pero insisto, la infraestructura por sí sola no es suficiente; su verdadero valor reside en su capacidad para fomentar el desarrollo del deporte. Si la infraestructura solo sirve para mostrar los edificios, entonces no estaremos aprovechando su verdadero potencial.

¿Podría compartir con nosotros un momento de los juegos que le haya impactado especialmente, quizás uno que simbolice el espíritu y el apoyo del público chileno hacia sus atletas?

Hay muchos momentos memorables que uno atesora, y mientras muchos recordarán la medalla de oro como un momento cumbre, yo guardaré un recuerdo distinto. En una ocasión, perdimos 35 a 0 contra Estados Unidos en waterpolo. Tras el partido, nuestras jugadoras salieron de la piscina y, pese a la abrumadora derrota, el parque acuático estaba repleto de espectadores. Entonces, algo sorprendente ocurrió: un niño se puso de pie, empezó a gritar "¡Chi, chi, chi, le, le, le, viva Chile!" y, de manera sorprendente, todo el estadio lo siguió. A pesar de haber perdido, y no solo haber perdido sino haberlo hecho de manera contundente, el apoyo a nuestras deportistas fue inmediato e incondicional. Ese momento, creo yo, refleja la esencia de los juegos, el respaldo inquebrantable y los instantes únicos de conexión entre el público y los atletas.

¿Hubo alguna sorpresa o desafío inesperado durante los Juegos que tuvieron que manejar? ¿Cómo se abordaron estas situaciones?

En el transcurso de los eventos, nos enfrentamos a numerosos desafíos, sorpresas inesperadas, momentos difíciles, así como instantes gratos y sorpresas agradables. La única forma de manejar estas situaciones fue a través de la toma de decisiones rápidas y efectivas. Era fundamental actuar de inmediato, sin permitir que los problemas se intensificaran o se prolongaran innecesariamente. En lugar de eso, optamos por resolverlos tan pronto como surgían. Esta estrategia se aplicó consistentemente a cada uno de los desafíos que encontramos.

¿Cómo fue la participación y el apoyo de la comunidad local en la organización y realización de los Juegos?

La participación de la comunidad en los eventos fue extraordinaria, realmente impresionante, superando ampliamente las expectativas. No solo nos referimos a la asistencia, sino también al grado de involucramiento demostrado. Observamos cómo se encendían más televisores, cómo los índices de audiencia se elevaban y cómo las competencias eran seguidas con entusiasmo en la radio. Fue, en una palabra, espectacular. Mi gratitud hacia la comunidad en general es inmensa, ya que su apoyo incondicional a nuestros deportistas fue fundamental. Y es que nuestros atletas no solo requieren apoyo financiero y de recursos, sino también sentir el aliento de la gente, su presencia y su ánimo, que en ocasiones puede ser el impulso decisivo para triunfar por una décima de segundo. ■



El desafío de la producción sostenible

Por Margarita Ducci

Directora Ejecutiva Pacto Global Chile, ONU

El planeta está recibiendo millones de toneladas de residuos que están contaminando nuestro ecosistema. Los actuales patrones de consumo y producción han contribuido ampliamente a la triple crisis que amenaza la salud humana, acelera el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la contaminación. Si continuamos así, en 2050 necesitaríamos los recursos naturales de tres planetas como el nuestro para asegurar una vida digna. Es por ello, que la transición hacia un consumo y producción más sostenible, es urgente.

Son más de 14.500 empresas en Chile las que generan 2 millones de toneladas al año de envases de plástico, vidrio, cartón, metales y cartones para bebidas, y apenas el 12% de esos residuos se reciclan. Sin embargo, la conciencia medioambiental está generando cambios tanto en las personas como en las empresas y la valorización de los residuos se está masificando a través de conceptos como el reducir, reutilizar y reciclar que replantea el actual modelo de producción y consumo.

En ese sentido, el ODS12 apunta a fomentar el uso responsable de los recursos naturales, reducir los desechos y el desperdicio de alimentos, reciclar y reutilizar. Hoy sabemos con certeza que los consumidores esperan mensajes claros e inclusivos, para fundamentar sus decisiones de compra, y saber cómo utilizar el producto de manera responsable y qué hacer, al final de su vida útil. Una nueva realidad a la que las empresas deben hacer frente con creatividad e innovación, atendiendo los objetivos financieros de la compañía, pero con una mirada integral para construir entre todos una economía sostenible. ■



Cinco aportes a la crisis climática

Por Yolanda Pizarro

Especialista en Género y Sostenibilidad

América Latina y el Caribe es una de las regiones más azotadas por el cambio climático, de acuerdo con diversos estudios, entre ellos el último reporte de la Organización Meteorológica Mundial sobre el estado del clima en la región (2022).

La Dra. Ngozi Okonjo-Iweala, Directora General de la Organización Mundial de Comercio, en el Foro Inclusivo sobre Enfoques para la Mitigación de las Emisiones de Carbono de la OCDE, en febrero de este año, comprometió, junto a altos funcionarios de unas 100 economías examinar y coordinar iniciativas de reducción de las emisiones.

Sonia Español, bióloga marina y científica de la "Blue Boat Initiative" lidera el primer proyecto de conservación oceánica acústica para proteger a los cetáceos de la Patagonia quienes viven en permanente peligro debido a la actividad humana. Remediar este problema es crucial para preservar la especie y mitigar el cambio climático. Todo este esfuerzo va en colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente liderado por Maisa Rojas y la fundación MERI creada por Francisca Cortés Solari.

En otro frente, la moda sostenible de Latinoamérica está en alza gracias al talento de diseñadoras como Lupe Gajardo. Su permanente búsqueda para

frenar el desperdicio en la moda la ha llevado a consagrarse como la primera creadora chilena en pisar prestigiosas pasarelas como la New York Fashion Week 2015 y la London Fashion Week 2017. Ella implementa una técnica de construcción "zero waste" trabajando a partir de cuadrados y rectángulos exactos, que ocupan en un 100% todo el paño de la tela no sobrando trozos.

Estamos conscientes que sumando acciones podemos disminuir, en parte, esta crisis climática. Las mujeres son un ejemplo concreto. ■



Rodrigo Guerrero

Gerente General de Transemel

“Una industria eléctrica sólida puesta al servicio de las personas elevará substancialmente la calidad de vida”

Por Gabriela Hales

Para el ingeniero civil de industrias de la Pontificia Universidad Católica de Chile y MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez, es esencial que el Estado provea nuevas y mejores condiciones para invertir ágilmente en nuevos proyectos específicos de transmisión, “necesarios para que toda la población tenga la oportunidad de vivir en un país energéticamente sostenible y resiliente”.

La energía eléctrica no solo es trascendental para las actividades productivas, industriales o de servicios que sustentan a la economía mundial. También constituye un pilar fundamental para la calidad de vida de la sociedad.

Así lo reafirma Rodrigo Guerrero, Gerente General de Transemel, empresa que actualmente cumple un papel estratégico en la siempre compleja y desafiante tarea de llevar la energía eléctrica hasta quienes día a día la requieren en sus hogares.

Un desafío que constantemente se vuelve más duro, dada la necesidad de implementar cambios tecnológicos que permitan enfrentar la creciente necesidad de mitigar los efectos del cambio climático y la escasez hídrica (que afecta de manera directa la generación energética) y de avanzar simultáneamente hacia las metas de descarbonización y sustentabilidad determinadas por las autoridades.

Desafío que, para el gerente general de Transemel, no solo implica implementar nuevas “tecnologías de generación limpia”, como eólica o solar, entre otras, sino que también “exige aplicar estrategias de acción ágiles, oportunas y eficientes” que brinden mayor certeza jurídica a las empresas para canalizar las inversiones necesarias para disponer, en todo el país, de una red de transmisión moderna, eficiente, sustentable y accesible para toda la población, sin restricciones.

¿Cómo ha sido la trayectoria de Transemel desde su fundación en 1999? ¿Cuáles han sido sus principales hitos clave?

Transemel nació en la época en que Chile tenía dos sistemas interconectados principales, el Central o “SIC”, de Tal Tal a Puerto Montt; y el del Norte Grande o “SING”, con un foco zonal en las principales ciudades de este último: Arica, Iquique, Antofagasta y Calama. Allí se encuentran estratégicamente ubicadas sus subestaciones y de ellas emergen las líneas de transmisión que llevan la energía a las redes urbanas. El propósito principal de estas infraestructuras es suministrar energía de manera eficiente a las áreas pobladas e industriales donde ésta se requiere. En consecuencia, históricamente llevamos la energía eléctrica a quienes la necesitan para su consumo, más que transmitirla a grandes distancias.

Al principio, Transemel era una filial del Grupo Emel –de ahí el nombre–, que era la dueña de las distribuidoras de la zona, como Emelari o Eliqsa; luego perteneció a la CGE, cuando ésta adquirió Emel, el 2007. Finalmente, el 2019 Transemel fue adquirida por el Grupo REN, de capitales portugueses, lo que le dio un nuevo impulso a la compañía, pues la consideran el vehículo para invertir en transmisión en Chile, lo que nos permite abrirnos a nuevas locaciones, segmentos y tecnologías.

¿Cómo describiría el papel e importancia de Transemel en el Sistema Eléctrico Nacional (SEN) de Chile?

El papel que hemos desempeñado hasta hoy es más bien modesto, pero vital en su esencia. A pesar de que nuestra escala es reducida, con apenas un conjunto de subestaciones y menos de un centenar de kilómetros de líneas de transmisión, nuestra contribución es significativa. Somos la empresa que llega con la energía a las ciudades más concurridas del Norte Grande, asumiendo una responsabilidad considerable en el proceso. Solemos visualizarlo así: nuestra subestación Parinacota se asienta en una elevación parecida al Morro de Arica, ofreciendo una vista panorámica sobre la ciudad. Desde esa altura, es posible apreciar la extensión urbana y ser conscientes de que nuestro esfuerzo repercute directamente en la calidad de vida de cada uno de sus habitantes, muchos de los cuales desconocen nuestra existencia. Al contemplar la ciudad desde esa posición, somos conscientes del impacto profundo de nuestra labor en el bienestar colectivo y que es a los usuarios finales de nuestra red, a quienes nos debemos.

Esta innata vocación de servicio, que ha sido la piedra angular de nuestra entidad desde sus inicios, es lo que nos inspira y guía en cada acción que emprendemos en todo momento.

Entendiendo que cuando uno tiene vocación de servicio desea servir a la mayor cantidad de gente posible, ¿cuáles son las principales estrategias que Transemel está implementando para su crecimiento y desarrollo en el sector eléctrico?

Estamos comprometidos activamente en las licitaciones de obras nuevas que son llevadas a cabo anualmente por el CEN, en las que demostramos ser altamente competitivos, adjudicándonos proyectos diseñados inicialmente para satisfacer la demanda energética en las zonas centrales de Maule y Ñuble. Estos proyectos, rápidamente se convierten en plataformas que integran energías renovables, como eólica y solar, posibilitando así que las comunidades locales disfruten de una energía más sostenible, producida en su propia región, en lugar de depender de fuentes situadas a 2.000 kilómetros de distancia.

Esta evolución de nuestra cartera de proyectos se ha ido constituyendo en un pilar para fortalecer nuestra organización, lo que a su vez nos da el músculo suficiente para desarrollar y llevar a cabo los proyectos requeridos por los productores de energía en otras áreas, como se estipula en el artículo 102, entre otros. Así, las habilidades que vamos obteniendo para la satisfacción de la demanda eléctrica nos ayudan también a facilitar el acceso de la generación a la red de transmisión de energía.

Otro pilar estratégico es el trabajo en pos de un sector eléctrico más robusto. Estamos convencidos de que una industria eléctrica sólida, respaldada por una regulación y entidades enfocadas en la eficiencia y calidad del servicio eléctrico, puede elevar sustancialmente la calidad de vida en nuestras comunidades y en el territorio en general. Con esta visión, promovemos los ajustes regulatorios y estratégicos que creemos benefician a todos los actores del sector, transmisoras, usuarios y proveedores, garantizando así una transmisión eléctrica confiable y oportuna.





Y desde este punto de vista sectorial, ¿cuáles considera que son los desafíos más significativos en el ámbito de la transmisión eléctrica en Chile?

Es ampliamente reconocido que la transmisión es un requisito indispensable para la descarbonización y cumple un rol esencial en alcanzar este objetivo nacional. Pero esta realidad, que puede sentirse como una aspiración de las élites, tiene implicaciones tangibles para un país como Chile, donde el cambio climático se traduce en desertificación, incremento de temperaturas, erosión del suelo vegetal y, en consecuencia, un deterioro en la calidad de vida, el empleo y las perspectivas futuras del país. Hablamos de consecuencias serias y que deben ser parte de la política pública: La desertificación conduce a la pobreza, migraciones, sobrepoblación urbana y competencia por recursos cada vez más limitados. Esta es la lucha que enfrentamos.

Pero la inversión en transmisión no la define ni la decide una empresa por sí y ante sí, sino que es definida por la Autoridad. Por tanto, es el Estado quien, centralizadamente, debe tomar el desafío de proveer las condiciones para invertir en transmisión, ágilmente, y hacerlo en los proyectos específicos que son necesarios en cada rincón de Chile para darle a nuestros hijos, nietos y a todos quienes quieran vivir aquí, la oportunidad de hacerlo en un país sostenible, no degradado, sino resiliente.

Se requieren, entonces, dos elementos esenciales. En primer lugar, certezas, reflejadas fundamentalmente en procesos tarifarios que no tengan un retraso de cuatro años y que garanticen

que la infraestructura de transmisión será remunerada, en vez de ser dejada a su suerte por un mero cambio en su calificación como nacional, zonal o dedicada; y en permisos que sean otorgados oportunamente y con exigencias que respondan a necesidades del país. Segundo, decisión, para crear una red de transmisión, también a nivel zonal, que garantice a todos los usuarios un nivel aceptable de calidad de servicio.

¿Cómo alinea Transemel su operación en el sector eléctrico con su visión de mejorar la calidad de vida de los habitantes del país?

Nuestro modo de proceder se articula a través de tres estrategias distintas. La primera se enfoca en el desarrollo de proyectos que buscan la armonía con el entorno social y natural. Nos esforzamos por aportar al progreso de las comunidades donde operamos, mejorando también la resiliencia ambiental de dichas áreas. Esta visión es fundamental para nuestra empresa y está alineada con los principios de HSEQ y ESG, integrándose plenamente con la filosofía de nuestra casa matriz en Portugal.

“

Nos esforzamos por aportar al progreso de las comunidades donde operamos, mejorando también la resiliencia ambiental de dichas áreas.

”

uno de los drivers de nuestra acción es la superación de la pobreza energética. Verás, el cargo por transmisión en Chile es el mismo para todos; quien vive en una ciudad como Arica u Alto Hospicio paga lo mismo que quien vive en Santiago, pero la calidad de servicio no es la misma: Santiago cuenta con anillos en 110 y 220 kV, con servicios de

transmisión de 500 kV y en un futuro próximo con una línea HVDC, mientras que el suministro de todo Alto Hospicio cuelga de un tap off que comparte con Cerro Dragón que es la zona sur de Iquique. El suministro de Alto Hospicio depende de que un camión no choque una torre a la orilla del camino, y ellos pagan lo mismo que los que vivimos en Santiago. Nos subsidian. Este tipo de cosas, que también suceden en Arica, donde tienen un voltaje elevado todos los días, o en Antofagasta, en que la única línea en 220 kV llega a un paño compartido con un transformador –y no a uno exclusivo para ella– se las comunicamos a la autoridad y les pedimos que las incluyan en la planificación de la transmisión, y cuando éstas no se incluyen, recurrimos al Panel de Expertos, que tiene la última palabra en el sector eléctrico. Hacemos lo que de nosotros depende para combatir la pobreza energética: promover estas inversiones y visibilizar estas necesidades.

Finalmente, la tercera forma de hacerlo se relaciona con el capital humano. Entendemos que cada persona tiene un propósito en la vida y nuestro interés es que quienes aquí trabajamos encontremos en Transemel una herramienta para alcanzar ese propósito personal, único, al tiempo que entregamos, con nuestro actuar, herramientas para que Transemel pueda cumplir con su vocación de servicio, que es nuestro propósito común.

¿Cómo ha influido la evolución en la estructura de propiedad de Transemel en su enfoque y estrategias a lo largo de los años?

En la industria eléctrica, hemos experimentado con una variedad de modelos de gestión que abarcan desde el Estado Emprendedor hasta la maximización del valor para los accionistas, pasando por la capitalización de activos estratégicos en distintas áreas de negocio, la subcontratación extensiva de operaciones y, más recientemente, el enfoque en la creación de valor compartido.

La elección de la dirección a tomar recae en última instancia en los propietarios de cada empresa. En nuestro caso, la meta es clara: realizar inversiones en Chile que resulten beneficiosas para la sociedad en su conjunto. Esto implica

que nuestras decisiones y acciones estén fundamentadas en principios éticos. Cada acción debe ser técnicamente sólida, ejecutada en el momento adecuado, capaz de generar beneficios tangibles y obtenerse mediante prácticas legítimas. Nos esforzamos por forjar una reputación que destaque por la integridad, el profesionalismo y la capacidad de entender y compartir los sentimientos de los demás.

¿Cómo identifican las necesidades y expectativas de las localidades donde operan?

La clave de nuestro enfoque radica en el diálogo genuino con las comunidades, esforzándonos por ponernos en su lugar y preguntándonos, "si yo residiera aquí, ¿cómo desearía que se diseñara esta subestación?, ¿Cómo me gustaría que se pensase esta línea?" Se trata de reconocer y validar a las comunidades en todas sus dimensiones, respetando y considerando legítimas sus desvelos, anhelos, sueños y preocupaciones, permitiendo que sus alegrías y esperanzas nos influyeran.

Sin embargo, la información obtenida directamente de la gente es solo una parte del proceso. Es esencial observar y entender el entorno, que nos ofrece pistas sobre sus necesidades y expectativas. Por ejemplo, el diseño de una subestación depende del contexto de su ubicación; una intervención en un área industrial requerirá consideraciones distintas a las de una zona agrícola o forestal. Esto implica prestar atención a factores como la arquitectura para garantizar que la estructura se integre armoniosamente con el entorno. Aunque personalizar el diseño nos hace incurrir en costos adicionales, es una inversión que refleja nuestro compromiso y buenas intenciones hacia la comunidad y aquellos que, de una forma u otra, se ven afectados por nuestras instalaciones.

¿Y tienen la capacidad para enfrentar todas esas expectativas?

Existen desafíos y expectativas que escapan a nuestro control. Por ejemplo, Chile se ha propuesto reducir la duración de los cortes de suministro eléctrico a no más de 4 horas para 2030; y a una hora para 2050 en todo el territorio. Actualmente, hay comunidades que sufren hasta cien horas de interrupciones al año. Plantearse una meta sin asignar los recursos necesarios para alcanzarla es infructuoso.

Del mismo modo, generar expectativas sin respaldarlas con las inversiones requeridas resulta ineficaz, especialmente si dichas inversiones son descartadas por el impacto mínimo que podrían tener en las tarifas de los habitantes de ciudades grandes, quienes raramente experimentan cortes prolongados. Las comunas más afectadas son, en su mayoría, zonas rurales con baja densidad poblacional. A sus habitantes se les insta a participar en la descarbonización, a dejar de usar leña, a optar por vehículos eléctricos, lo que puede parecer un mensaje desconectado de su realidad cotidiana.

Como nación, tenemos la oportunidad de mejorar significativamente la calidad de vida de muchos, cumpliendo nuestras promesas a un costo mínimo para aquellos que ya disfrutan de alto nivel de vida. Sin embargo, no tenemos incidencia directa sobre la regulación de la transmisión, ni sobre los reglamentos, procedimientos administrativos, ni sobre las prioridades legislativas y gubernamentales. En este ámbito, nuestra única opción es elevar nuestra voz y abogar por el cambio.



Ustedes conectan muchas fuentes renovables a la red, ¿cómo promueven la sostenibilidad energética? ¿Cuál es el papel de Transemel en este modo de luchar contra el cambio climático?

Tenemos la fortuna de colaborar con la sostenibilidad energética del país, conectando fuentes renovables al SEN y transmitiendo la energía que ellos inyectan. Pero esto es lo propio de nuestro negocio; no tenemos mayor mérito en ello.

Lo sostenible requiere ser alimentado para sostenerse; implica trabajar por ello, esto es, no es el mero uso de recursos. Requiere una intención y un diseño que permita que los beneficios de un proyecto superen sus costos, sus costos para todos. Pensando en eso, y siguiendo los esfuerzos que nos solicita nuestra matriz en Portugal, hemos comenzado a medir esos costos, en términos de variables ESG. Nos interesa conocer nuestra huella de carbono, medir nuestras fugas de SF6, contabilizar nuestro consumo de combustible, etc. Y ello lo hacemos en el ámbito directo como también en el indirecto: pedimos a nuestros contratistas y proveedores que hagan esto también.

Este primer paso, que es medir nuestro impacto, es el paso necesario para luego reducirlo. Somos una empresa pequeña en Chile, pero ello no nos exime de hacer bien las cosas.

¿Algún mensaje final que quieras darnos?

Creo que todos queremos ser felices y que la forma de serlo es haciendo felices a los demás, no quitándoles lo que tienen. El mundo lo construimos juntos; no "es como es", sino cómo lo hacemos. ■

Holger Paulmann

Presidente de SKY Airline

“
*Mientras la industria
aérea recupera sus niveles
de prepandemia, en 2023
transportamos 50% más de
pasajeros que en 2019*
”

Por Constanza Prats

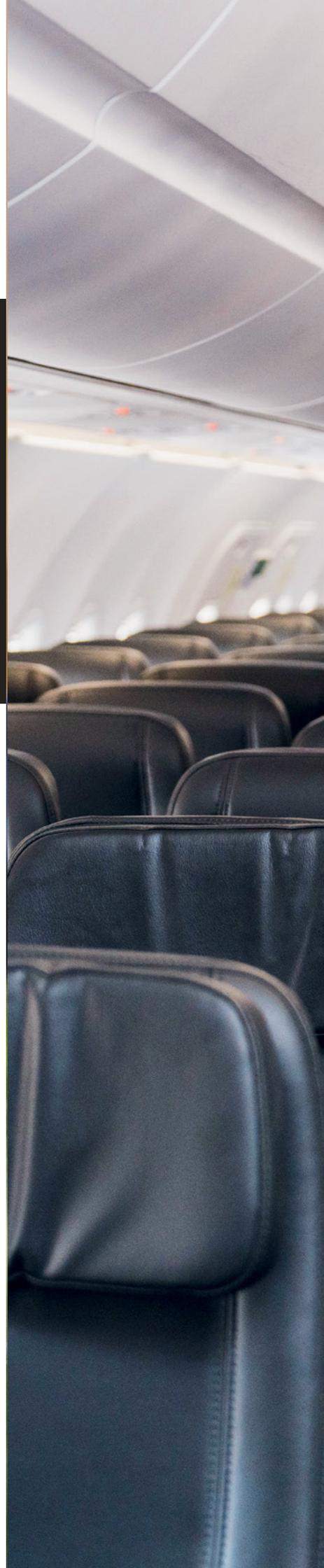
A pesar de la aguda crisis experimentada por el sector en los últimos años, el liderazgo directivo de la compañía tuvo, poco antes de la pandemia, la suficiente visión estratégica para implementar una oportuna, ágil y eficiente evolución cultural que les permitió reorganizar todos sus procesos operativos y de gestión. Iniciativa que hoy los posiciona como la aerolínea más exitosa y competitiva del mercado nacional.

Durante los últimos años, la industria aeronáutica nacional e internacional enfrentó, producto de la pandemia y el posterior impacto económico global, una de las crisis más intensas y complejas de su historia.

Un auténtico shock en múltiples sentidos, que según los recientes informes de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional, IATA, provocó la quiebra de 64 aerolíneas, incluyendo algunos gigantes del sector a nivel mundial como Alitalia, y que en nuestro país también dejó dolorosas secuelas, tanto para las empresas como para los propios pasajeros.

Un escenario plagado de amenazas mortales que, sin embargo, para SKY Airline se convirtió en la oportunidad precisa para cosechar los frutos de una “transformación cultural” que comenzó justo unos años antes del impacto pandémico, fortaleza que se suma al hecho de que por primera vez en su historia, dispone de la flota más nueva y eficiente de la industria.

Dicha transformación de estructuras, paradigmas y visión estratégica, permitió convertir esas amenazas en valiosas oportunidades de desarrollo, las cuales hoy no solo la posicionan como una de las aerolíneas más exitosas y consolidadas de la industria nacional, sino también como una de las más eficientes y sustentables, valores esenciales para conquistar al exigente mercado moderno.







Así lo estima Holger Paulmann, presidente de SKY Airline y quizás uno de los representantes más visibles del nuevo ADN empresarial chileno, quien supo vislumbrar a tiempo la necesidad de modernizar la cultura organizacional para enfrentar con más agilidad el nuevo escenario transformador.

Un contexto donde ya no solo importan los KPI de corto plazo, sino que también exige crecer sobre la base de la valoración del Capital Humano, la sostenibilidad ambiental, la responsabilidad social, la gobernanza y la experiencia de cliente.

La compañía ha aumentado su participación en el mercado nacional e internacional durante los últimos años. ¿Qué estrategias ha implementado para diferenciarse de la competencia y ser más competitiva?

Una de las acciones principales fue la completa renovación de nuestra flota. Los 30 aviones que tenemos son modelos Airbus A320 NEO y A321 NEO (New Engine Option), con motores más eficientes y mayor equipamiento tecnológico. La tecnología de estos

aviones no solo les permite ser más eficientes en el uso de combustible, sino también más amigables con el medioambiente dentro de su categoría. Por tanto nos permite entregar mejores tarifas a nuestros pasajeros.

Esto forma parte de nuestra estrategia de ser una aerolínea low cost de calidad, con buena consistencia en el servicio y una propuesta de valor de calidad.

Otro tema que nos diferencia es una cultura organizacional robusta y que hemos trabajado permanentemente.

El conocimiento de los valores y propósito de la organización es muy alto y eso permite tener un alto nivel de alineamiento con una alta capacidad de adaptabilidad, lo que nos brinda amplia capacidad para adaptarnos a los cambios del entorno, eso nos llevó a ganar participación de mercado, y consolidarnos como el segundo operador aéreo en Chile y en Perú. Recién ahora se está hablando de que la industria aeronáutica chilena está llegando a los niveles prepandemia, mientras que nosotros Transportamos un 50% más de pasajeros en 2023 en comparación a 2019.

Hemos crecido en forma más ágil que el resto, tanto en Chile como en los mercados internacionales regionales, y ya en 2024 estamos operando en 9 países: Chile, Perú, Argentina, Brasil, Colombia, EE.UU., México y República Dominicana, y Uruguay, cuya ruta comenzó en enero.

¿Cuáles cree que son los factores clave que han contribuido al éxito de la empresa en un mercado altamente competitivo?

Creo que hay varios factores, pero voy a centrarme en dos: nuestra cultura interna, nuestro ADN SKY, y nuestro modelo de negocio.

Nosotros contratamos y medimos el desempeño de nuestros "Skyers" en base al feed cultural. Eso es parte de nuestro ADN y es importante para nosotros que los valores declarados sean internalizados por todos y se transformen en una guía que oriente las decisiones y los comportamientos de todos nuestros colaboradores, independiente del nivel de cargo.



El proceso de trabajar nuestra cultura interna viene desde hace muchos años atrás. En 2016 hicimos un ejercicio para descubrir nuestra cultura y participaron más de 300 personas y eso hizo la diferencia, porque cuando empezamos a presentar los resultados del proceso, la gente decía: "eso somos nosotros". Así que la gente se identificó completamente y además rescatamos los valores que compartía el fundador de la compañía, que era mi padre. No hicimos un borrón y cuenta nueva, sino un proceso de levantamiento de valores que la organización siempre tuvo y que creíamos potentes. Eso nos permite proyectarnos con más fuerza a futuro. La mayoría de las organizaciones, cuando definen su cultura, lo hacen entre los ejecutivos y no invitan al resto de los colaboradores a participar del proceso, y por eso después muchas veces se plantean valores equivocados o lejanos a las personas. Pero la cultura es algo que hay que tener, y hay que vivirla.

El segundo factor de éxito es nuestro modelo de negocio, basado en la eficiencia. Por ejemplo, el hecho de que nuestra flota sea 100% Airbus implica que podemos tener una menor complejidad operacional y un costo operacional más bajo y eso nos permite entregar precios más competitivos y accesibles a nuestros pasajeros, permitiendo ampliar el mercado hacia un segmento de personas que comienza a volar por primera vez o que empieza a usar el transporte aéreo como medio de transporte alternativo al terrestre. Esta industria se ha revolucionado en el último tiempo y la gran mayoría que viaja ya no es

parte de la élite, sino personas de todos los niveles sociales, gracias a que algunas veces viajar hacia regiones te puede salir incluso más barato en un avión que en un bus.

¿Cómo utiliza SKY Airline la tecnología para mejorar la experiencia del cliente?

En primer término, nuestra actual generación de aviones tiene 15 veces más sensores que la anterior, y eso proporciona más y mejor data, más información que podemos gestionar, lo cual nos permite optimizar la seguridad y eficiencia en la operación. Además, todos nuestros aviones tienen el mismo formato de data. No hay una mezcla de aviones viejos con aviones nuevos, así que podemos medir la flota completa de la misma forma. Son más de 35.000 sensores, que graban la data en fracciones de segundo, que usamos para garantizar la eficiencia y la seguridad en la operación, e incluso hacer mantenimiento preventivo. Llevamos años trabajando junto a Airbus para determinar cómo mejorar la gestión de esa data. De hecho, hace poco fuimos reconocidos por ellos como una de las 3 aerolíneas que más contribuye a esta plataforma de gestión de datos para mejorar la operación. Así, cuando empezamos a medir en 2013, fuimos además los primeros en tener 100% de la flota conectada recibiendo la data inmediatamente después del vuelo, lo que nos permitió hacer mejor gestión. Las líneas low cost rompen el esquema al operar con los mejores aviones: la flota más nueva, la flota más moderna, la flota que tiene más tecnología es la flota más segura. Por ejemplo, en la actualidad somos referentes de la industria por tener la menor tasa de aproximación desestabilizada al momento de aterrizar, y esto es un importante estándar de seguridad en la industria.

Y un hito reciente para SKY es que acabamos de recibir nuestra recertificación en el estándar de seguridad IOSA, que nos permite medir el cumplimiento de nuestros procesos de seguridad operacionales a nivel mundial. Luego de este proceso, a fines de 2023 recibimos la certificación IOSA por 6º vez en Chile, y por 2º vez en Perú, y hoy somos la única Low Cost en Chile con esta certificación.

“
La tecnología de estos aviones no solo les permite ser más eficientes en el uso de combustible, sino también más amigables con el medioambiente dentro de su categoría.
”

¿Cuáles son las iniciativas de SKY Airline para mejorar la experiencia del cliente, tanto a bordo como en tierra?

Estamos reforzando fuertemente la "tecnología desde el consumidor", lo que implica impulsar fuertemente la barrera del autoservicio, es decir, que las personas tengan más información, capacidad, y control de sus procesos.

Nuestro objetivo para 2024 es avanzar fuertemente en nuestras capacidades tecnológicas, con foco en el servicio a nuestros pasajeros. Durante los últimos dos años hemos desarrollado metodologías de trabajo ágiles, con células de trabajo que nos permiten desplegar importantes mejoras de servicio, siempre tomando como input el feedback y necesidades que levantan nuestros mismos pasajeros.



Hoy las personas valoran a las empresas que manifiestan su preocupación por el medio ambiente ¿Cómo aborda SKY Airline la sostenibilidad y cuáles son los esfuerzos de la empresa para reducir su impacto ambiental y compensar su huella de carbono?

La renovación de nuestra flota nos ayuda precisamente en este aspecto, y en los últimos 10 años hemos sido la aerolínea que más ha disminuido las emisiones de CO2 medido según ASK (pasajeros por asiento kilómetros). Esto se logra porque hoy tenemos un factor de ocupación superior al 83% con muchos más asientos, aviones más modernos y aerodinámicos y menor consumo de combustible por hora de vuelo, entre otras razones.

Tenemos una ventaja de más de 30% del consumo de combustible por asiento, lo que nos da un plus no solo desde el punto de vista de la eficiencia, sino también desde el punto de vista de las emisiones. Y es una ventaja que tendremos durante años porque nuestra flota es 100% NEO. Y si bien en el contexto internacional somos una línea aérea pequeña, somos referentes para el resto de la industria porque somos probablemente una de las empresas con menores emisiones pasajero/kilómetros en el mundo.

Respecto de la diversidad e inclusión, ¿existen iniciativas específicas para incorporar a más mujeres como pilotos comerciales? ¿Cómo ve la participación de las mujeres en este rubro?

Muy baja, es un tema que estamos tratando de cambiar, no solo en el plano de los pilotos, sino también de los mecánicos, donde hay una participación muy baja de mujeres. De hecho, en el último tiempo han ingresado más hombres

como tripulantes de cabina que mujeres como pilotos. Para incentivar la incorporación de mujeres pilotos, hoy tenemos un programa que llamamos "Mujer atrévete a Volar", porque tenemos que crear un cambio en el ecosistema para que esto funcione. Tenemos que hacer más charlas en colegios y mostrar ejemplos, e invitar a más mujeres para que postulen y para que se atrevan a emprender esta carrera. En ese sentido hemos desplegado una serie de iniciativas que nos ayudan a avanzar, pero todavía existen brechas.

La industria en general tiene 5% de mujeres piloto, y nosotros ya nos estamos acercando al 10%. Es decir, estamos mejor que la industria, pero sigue siendo muy poco.

“

Nuestro plan es continuar con este crecimiento en 2024, partiendo con 4 rutas nuevas que conectarán Uruguay con Chile, Perú y Brasil.

”

¿Cuáles son los planes de expansión de SKY Airline en términos de nuevas rutas o mercados? ¿Cómo evalúa las oportunidades y desafíos al expandirse a nuevos destinos?

En los últimos años nos hemos concentrado en el crecimiento de nuestra red, especialmente en el plano internacional, con el inicio de operaciones de rutas como Bariloche-Santiago (2022) y Porto Alegre-Santiago y Sao Paulo-Lima (2023).

Nuestro plan es continuar con este crecimiento en 2024, partiendo con 4 rutas nuevas que conectarán Uruguay con Chile, Perú y Brasil. En base a nuestra estrategia de crecimiento, la idea es que este incremento de destinos, que busca robustecer nuestra propuesta para la zona sur de la región, esté acompañado también de un aumento de frecuencias en rutas ya existentes, para tener una red más potente que fortalezca nuestra presencia a nivel regional.

¿Cuál fue la inspiración detrás de la iniciativa “Fronteras sin Barreras” y cómo cree que cambiará el panorama de la aviación en Sudamérica? ¿Cómo planea abordar los desafíos logísticos y regulatorios para implementar vuelos entre ciudades secundarias de diferentes países como si fueran vuelos nacionales?

“Fronteras sin Barreras” es un proyecto inspirado en nuestro deseo de poner el cielo al alcance de todos. Como aerolínea, en SKY hemos hecho grandes esfuerzos para ofrecer precios más competitivos y accesibles, para brindar mayor accesibilidad al transporte aéreo. Sin embargo, creemos que es necesario que se implementen medidas complementarias, que demuestren el compromiso de las autoridades y otros actores que puedan ayudar en el proceso de reactivación en el que nos encontramos hoy.

Siguiendo la lógica del low cost, los pasajeros que hacen vuelos entre ciudades de países de la región no deberían pagar lo mismo que aquellos que viajan distancias más largas. El tratar estos vuelos como nacionales tendría un impacto muy positivo en los costos asociados, cantidad de turistas y también en la competitividad de cada uno de los países participantes en este proyecto. ■



LÍDER INNOVADOR Y DECIDIDO

Holger Paulmann Holger es ingeniero comercial de la Universidad Gabriela Mistral, donde también estudió Administración de Empresas y Negocios; y MBA con mención en Finanzas Corporativas e Inversiones de la Universidad de Miami.

Su carrera en SKY Airline comenzó en 2007, cuando ingresó como director y consejero. En 2013 asumió la dirección de Operaciones, y entre 2014 y 2020 ocupó el cargo de CEO. En mayo de 2020 asumió como Presidente Ejecutivo, justo cuando la pandemia causaba sus primeros estragos en el mercado aéreo nacional e internacional.

Un escenario que quizás muy pocos ejecutivos se habrían atrevido a enfrentar, pero que no le impidió liderar exitosamente la transformación de la compañía hacia el modelo low cost; esfuerzo que en solo tres años convirtió a SKY en un actor relevante no solo de la industria aeronáutica de Chile, sino también de la región, con presencia en 9 países de América.

Actualmente Holger Paulmann comparte sus responsabilidades al frente de SKY Airline con múltiples roles en otros ámbitos de interés. Es integrante del directorio de ICARE; consejero y vicepresidente del directorio de la Cámara de Comercio de Santiago; director de la Flight Safety Foundation; consejero de Sistema B en Chile; y director de la Fundación País Digital.

En 2019 fue destacado como “Empresario del año” por los lectores del Diario Financiero; y en 2023, fue nombrado Mejor Empresario del Año en la 16ª versión de Premiación Empresarial, organizada por EY y el Mercurio.

También recibió el Premio “Andrés Concha Rodríguez”, entregado por SOFOFA al empresario destacado, por su aporte en la construcción de diálogo social y creación de puentes entre las empresas y otros sectores.



No todo es efectivo (Ni tarjetas): El rol de los medios de pago en CX

Por Cristián Maulén

CEO de CustomerTrigger y Director Académico de InsightLab

Doce en punto, refresco la página y en medio del nerviosismo logro acceder a la plataforma. Seleccione mis asientos y en menos de 1 minuto me dirijo a la pasarela de pago; la suerte está de mi lado. Sin embargo, no contaba que lo peor estaba por venir.

“Seleccione su medio de pago”, “ingrese su rut y clave”, “confirme el monto”, “está siendo redireccionado a su APP de validación de pago”, “digite su clave de confirmación”, “hemos enviado un mensaje de texto a su teléfono celular”, “digite su clave dinámica” y después de 5 minutos que parecieron eternos el mensaje final: “Error al realizar la transacción” y lo más terrible: perdí mi lugar en la fila virtual. ¿Te suena familiar?

Tras diez años de avances tecnológicos, esto es una fricción en la gestión de la experiencia de servicio. Hoy menos pasos y más opciones significan mejores experiencias. Más aún cuando 3 de cada 4 clientes está dispuesto a cambiar de marca, ante una mejor experiencia de servicio.

Algo que parece tan fácil y cotidiano como pagar a través del teléfono celular, no siempre fue así. Desde el trueque, la aparición de la moneda, los cheques, las tarjetas, pagos digitales y hasta criptomonedas son el recorrido rápido de largos años de desarrollo. Hoy los datos nos indican que el efectivo cayó en 36%, mientras las transferencias, tarjetas de prepago, monederos electrónicos, criptomonedas y soluciones ‘BNPL’

se vuelven medios de pago más habituales, donde el 47% de los pagos en e-commerce en LATAM se realizan con medios de pago alternativos o billeteras móviles, las que alcanzan el 69% de confianza en la región.

Maximizar la curva de experiencia del cliente considera 3 elementos que permiten aumentar la satisfacción a un nivel máximo y con esto dar un pivote a la lealtad del cliente que son: Integridad, facilidad y servicios agradables. ¿Tu organización está haciendo los procesos más fáciles, gratos e íntegros a tus clientes ofreciendo soluciones de alto impacto? Hoy utilizando datos sobre preferencias y comportamientos de compra, las compañías son capaces de personalizar la experiencia de compra, ofreciendo ofertas y recomendaciones específicas para cada cliente, lo que 6 de cada 10 clientes indican que influyen significativamente en su decisión de compra y donde declaran que los medios de pago digitales desempeñan un papel clave en la entrega de estas experiencias de compra diferenciada.

Los medios de pago digitales han abierto puertas a la innovación en la experiencia de compra. La tecnología de realidad aumentada (RA) y realidad virtual (RV) ha permitido a los consumidores visualizar productos antes de comprarlos, mejorando su toma de decisiones. Además, los pagos sin contacto y la integración de pagos en aplicaciones de mensajería han agilizado aún más el proceso de compra.

A medida que la tecnología continúa evolucionando, podemos esperar que la experiencia de compra se vuelva aún más inmersiva y centrada en el cliente. Como consumidores, podemos aprovechar al máximo estos avances para disfrutar de una experiencia de compra más fluida y satisfactoria en el mundo digital en constante cambio. Como líderes, podemos encargarnos de facilitarle la vida a las personas. ■

Eric Parrado

Economista Jefe y Director General del Departamento de Investigación del BID

“La consolidación fiscal de los países de América Latina es esencial, para atender las grandes demandas sociales que hoy enfrentan”

Por Constanza Prats

El experto académico, investigador y consultor es optimista ante los desafíos económicos que enfrenta la región, pero pone énfasis en que debemos estar preparados para que la actual incertidumbre geopolítica internacional ralentice el crecimiento y la lucha contra la inflación.

Si bien “las aguas de la economía” comienzan lentamente a quietarse, tras los efectos de la tempestad provocada por la crisis mundial de los últimos años, aún persisten ciertos resabios de incertidumbre que podrían retrasar un poco más esta necesaria vuelta a la calma. En especial luego de los últimos sucesos que han alterado el delicado balance geopolítico internacional, como la crisis de la Franja de Gaza y la subsecuente amenaza de bloqueo de las rutas comerciales del Mar Rojo.





Así lo estima el economista, académico, investigador y consultor Eric Parrado Herrera, Economista jefe y director general del departamento de Investigación del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, quien pone especial énfasis en los desafíos que debe enfrentar América Latina y el Caribe, no solo en el ámbito de la regularización de su economía, sino también en otros aspectos vitales para la estabilidad socioeconómica de la región, como la mitigación del cambio climático, la mejora de los sistemas educacionales y la superación de los estigmas de género, entre otros.

Al respecto, Parrado, quien ejerció como superintendente de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, durante el segundo Gobierno de Michelle Bachelet, y que además ha sido consultor para los bancos centrales de Bolivia, China, República Dominicana, El Salvador, Guatemala y Kenia; y asesor económico de los gobiernos de Colombia, Mongolia, Nigeria y Panamá, entre otros, confía en que la región retome en el corto plazo su recuperación, aunque aún debe hacer frente a los efectos de las mencionadas externalidades sociopolíticas, lo cual se traduce en incertidumbre y en la posibilidad de que la inflación tarde más tiempo del esperado en ceder.

¿Cuáles son las principales tendencias económicas en América Latina y el Caribe en la actualidad? ¿Cuáles son los principales impulsores y desafíos económicos en la región?

América Latina y el Caribe (LAC) debería crecer 2.3% en 2023. Esto representa una moderación frente a la recuperación pos Covid, teniendo en cuenta que creció a una tasa de 4.1% en 2022. A lo largo de 2023, las expectativas de crecimiento para la región aumentaron, influenciadas por un crecimiento más fuerte de lo anticipado, tanto en EE. UU. como a nivel

mundial, y aunque LAC enfrentó desafíos, como altos costos de financiamiento global y una desaceleración en el crecimiento de China, la región se benefició de precios de materias primas más altos, aunque fluctuantes. Esto llevó a un resultado de crecimiento mejor al esperado, que a comienzos de 2023 se situaba en 1.5%.

El reto ahora es retornar a niveles de deuda sostenibles y prudentes. Esto es particularmente complejo en un ambiente en que las tasas de interés globales han subido más de 3 puntos porcentuales, entre otras cosas por la necesidad de controlar la inflación global. Para lograrlo, los países tendrán que encontrar maneras de ajustar sus gastos, fortalecer sus recaudos tributarios, o seguramente una combinación de las dos. Cualquier alternativa es económica y políticamente compleja. Sin embargo, y a pesar de los retos que esto impone, la consolidación fiscal es esencial para que los países puedan atender las grandes demandas sociales que enfrentan.

¿Cuáles son los proyectos más destacados que el BID está implementando actualmente para promover el desarrollo sostenible en la región?

Actualmente el BID tiene 616 proyectos en ejecución por un valor de USD58 mil millones, en los 26 países a los que presta recursos; y anualmente aprueba cerca de 95 proyectos, por un valor cercano a USD13 mil millones. Todos estos proyectos tienen una dimensión de desarrollo sostenible y de reducción de la pobreza y la desigualdad, y cubren gran variedad de temas que incluyen educación, salud, desarrollo de mercados laborales, infraestructura, desarrollo institucional, fortalecimiento de los mercados financieros, integración económica y apoyo a reformas fiscales, entre

muchas otras cosas. De manera creciente, los proyectos que aprueba nuestro directorio incluyen componentes para atender las necesidades y desafíos que trae el cambio climático, y combatir las disparidades de género y diversidad, características de la región.

¿Cómo fomenta el BID la colaboración entre los países de la región para abordar desafíos comunes?

De diferentes maneras. En algunas ocasiones, mediante operaciones financieras multinacionales, como por ejemplo la iniciativa de la Amazonía, que involucra a varios países de la región en torno a la protección y desarrollo sostenible de una región clave para el mundo; y en otras mediante operaciones específicas como el diseño y ejecución de pasos de fronteras.

En otras ocasiones el BID fomenta la colaboración a través de un extenso número de redes de diálogo, que se especializan en temas concretos e involucran a funcionarios de alto nivel de todos los países. A través de estas redes se identifican retos, y se diagnostican y discuten soluciones comunes o individuales, dependiendo del tema, conducentes a abordar vacíos de desarrollo críticos.

Con su experiencia en regulación financiera, ¿cuáles cree que son los principales desafíos actuales para la inclusión financiera en América Latina?

La inclusión financiera en América Latina y el Caribe enfrenta varias barreras como, por ejemplo, el acceso limitado a los servicios bancarios; los bajos niveles de alfabetización financiera y la elevada informalidad de las economías.

Los desafíos regulatorios también juegan un papel crucial, pues las regulaciones demasiado estrictas o inadecuadamente adaptadas a las realidades de la región, pueden impedir el desarrollo de servicios financieros inclusivos, especialmente para las empresas Fintech, que podrían contribuir a cerrar las brechas en la banca tradicional. Asimismo, la brecha de género es una barrera adicional, especialmente para las mujeres, que enfrentan obstáculos adicionales en acceso a los servicios financieros, debido a normas sociales, niveles de ingresos más bajos y tasas de desempleo más altas.

Abordar estas barreras requiere esfuerzos coordinados de gobiernos, instituciones financieras y otros actores, para implementar políticas inclusivas, educar a la población, expandir la infraestructura y desarrollar soluciones financieras innovadoras adaptadas a las necesidades de la región.

¿Hay proyectos específicos relacionados con mitigación y adaptación al cambio climático?

Si, el BID viene trabajando en esto desde hace años. Por ejemplo, desde que entró en vigor la última estrategia institucional aprobada para el período 2020-2023, más del 70% de los préstamos del BID tiene algún componente orientado a enfrentar problemas de adaptación o mitigación al cambio climático.

En temas de adaptación, el portafolio del BID cubre diversos temas, como construir diferentes tipos de infraestructuras sostenibles, protección social y transferencias para suplir ingresos en casos de necesidad. Igualmente se destacan proyectos orientados a fomentar el desarrollo de habilidades profesionales para enfrentar estos desafíos.

En temas de mitigación, los proyectos se concentran en desarrollar energías renovables, reemplazar combustibles fósiles por alternativos en diferentes sectores económicos, promover agricultura baja en emisiones, y proteger ecosistemas vulnerables, entre otras cosas.

También se entrega ayuda a los países para desarrollar marcos normativos consistentes con las necesidades de enfrentar los desafíos del Cambio Climático, mediante diferentes tipos de estructuras financieras, como préstamos convencionales, o apoya la emisión de instrumentos de financiación específicos, como bonos verdes.

Un ejemplo interesante de cómo trabaja el BID en estos temas es la iniciativa de la Amazonía, un programa integral enfocado en una gran variedad de dimensiones de desarrollo para esa región, que incluye temas de conservación de los bosques y del ecosistema en general, combinado con el desarrollo de iniciativas productivas sostenibles, que mejoren la calidad de vida de los habitantes.

¿Cómo aborda el BID la necesidad de mejorar la educación y la capacitación en la región para impulsar el desarrollo económico?

En términos generales, se busca apoyar a los países en las diferentes etapas del ciclo de vida, comenzando con el apoyo a programas para aumentar la cobertura y calidad de la educación infantil temprana. Esto es crucial, no solo para garantizar un paso fluido por las etapas posteriores de la educación, sino para permitir también una mayor participación de las mujeres en el mercado laboral.

“
En otras ocasiones el BID fomenta la colaboración a través de un extenso número de redes de diálogo, que se especializan en temas concretos e involucran a funcionarios de alto nivel de todos los países.
 ”

En educación primaria y secundaria, el enfoque del Banco varía de acuerdo a las necesidades de cada contexto, pero el objetivo es garantizar que los países cuenten con un sistema educativo que permita a sus ciudadanos pasar por todas las etapas de la educación mediante la provisión de infraestructura física y digital, de educación de calidad obtenida mediante el mejor desarrollo de currículos, de metodologías educativas, y de entrenamiento de docentes, entre otras cosas. Esto se complementa

con programas que apoyen la situación económica de los hogares para facilitar que las hijas e hijos asistan a escuelas y colegios.

El Banco también apoya la transición a la educación pos secundaria de diferentes maneras, con un foco especial en el fortalecimiento de habilidades para enfrentar el futuro en el mercado laboral. En paralelo, el BID también trabaja con los países en el desarrollo de sistemas de intermediación laboral, y de habilidades necesarias para transitar en mercados laborales que cambian constantemente.

Usted ha trabajado en fondos soberanos. ¿Cuál es la importancia de estos instrumentos para países como Chile?

Los fondos soberanos son vitales para nuestras economías, especialmente para mejorar la gestión de los ingresos procedentes de la explotación de recursos naturales o excedentes comerciales. Permiten a los países invertir en activos diversificados a nivel global, mitigando así el impacto de la volatilidad económica y asegurando la estabilidad a largo plazo. Son un instrumento crítico, no solo para proteger el ahorro de los países, sino también para multiplicar los recursos vía su rendimiento. Además, son un activo nacional que garantiza la estabilidad en el gasto social y en la inversión pública futura. Como tal, los fondos deben gestionarse de acuerdo con los estándares más estrictos de transparencia.

En el caso de Chile, han sido un pilar fundamental de su política fiscal, y han contribuido a la estabilidad macroeconómica y a proporcionar bienes públicos, con un objetivo importante adicional que es fortalecer la protección social para los chilenos. Chile ha sido un ejemplo global en el diseño y manejo de fondos soberanos, pues sus gobiernos han participado activamente en el debate internacional sobre las mejores prácticas para los fondos soberanos de riqueza. Justamente esos principios internacionales de transparencia se llaman "Principios de Santiago". Y esto fue por el compromiso de Chile respecto de la transparencia y la rendición de cuentas de los recursos del Estado.

Además de su labor económica, ha promovido la equidad de género. ¿Cuál es la importancia y motivación de vincular ambas áreas?

El progreso económico y la disminución de la desigualdad y la pobreza van de la mano con los temas de equidad de género e inclusión. Aprovechar plenamente el potencial de las mujeres y las personas LGBTQ+ es fundamental para el desarrollo económico y social de América Latina y el Caribe.

A pesar de que las mujeres representan el 60% de los graduados universitarios en la región, su talento no se utiliza adecuadamente. Están subrepresentadas en la fuerza laboral, en el emprendimiento, en posiciones de liderazgo y en trabajos de alta remuneración. Hay evidencia muy sólida que indica que eliminar las

“
Cabe notar que la inflación en efecto se convirtió en el principal foco de preocupación en temas económicos a nivel global y para la región desde 2022.

barreras para la inclusión completa de las mujeres en la fuerza laboral podría aumentar el PIB en América Latina y el Caribe en 20%.

”
Asimismo, la igualdad de género trae otros beneficios como mejoras en políticas de salud y educación, reducción de corrupción y apoyo a legislaciones ambientales. Las mujeres en posiciones de liderazgo aportan perspectivas y experiencias valiosas.

Además, la inclusión es crucial para enfrentar tendencias macroeconómicas como el envejecimiento poblacional. Se espera que la proporción de la población en edad de trabajar se mantenga estable en la próxima década, y aumentar la participación laboral de todos los grupos es esencial para contrarrestar la disminución demográfica.

¿Podría compartir cómo su trabajo ha contribuido al empoderamiento económico de las mujeres en Chile, y cuáles cree que son los próximos pasos para avanzar en la igualdad de género?

Los sesgos contra las mujeres en diversos mercados son enormes y difíciles de cerrar. De hecho, según el Informe de Brechas de Género 2023 del Foro Económico Mundial, se estima que tomará 131 años cerrar las brechas económicas de género. Para acelerar la integración equitativa de las mujeres en la fuerza laboral y en diversas actividades económicas, se necesitan tanto políticas públicas inteligentes, como prácticas empresariales inclusivas. En este contexto, las iniciativas de Paridad de Género (IPG) emergen como plataformas de colaboración público-privada de alto nivel, dedicadas a apoyar a los países interesados en disminuir las brechas económicas de género, identificando y reduciendo barreras que impiden a las mujeres

acceder a oportunidades de empleo. Para tal fin, el BID y el Foro Económico Mundial unieron fuerzas en 2016 para promover las IPG en América Latina, con la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD) uniéndose a la alianza en 2019.

En América Latina, las IPG se han adoptado en nueve países: Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, Panamá, República Dominicana y México. Chile estableció la primera IPG en América Latina en 2016, ayudando a desarrollar la metodología de IPG para la región.

Además, en el BID hemos implementado el laboratorio de género y diversidad, denominado GDLab que justamente apoya la identificación de brechas y propone soluciones de política económica a través del apoyo a iniciativas de conocimiento en toda la región de América Latina y el Caribe. Hay que seguir apoyando el cambio cultural, pues es un tema que no solo beneficia a las mujeres, sino a toda la sociedad.

¿Cómo ve el panorama económico de la región en 2024 considerando el contexto global de inflación y desaceleración?

El pronóstico de crecimiento para LAC en 2024 es cercano a 2%. Esta proyección está guiada por tres factores externos principales: costos de financiamiento global altos y constantes en respuesta al combate a la inflación global que se ha dado en los últimos años; crecimiento global bajo, y precios de materias primas estables, pero con una tendencia a la baja.

Cabe notar que la inflación en efecto se convirtió en el principal foco de preocupación en temas económicos a nivel global y para la región desde 2022. En julio de 2022, la inflación en el país mediano de América Latina y el Caribe se había disparado a una tasa anual del 9,6%. En respuesta, los bancos centrales aumentaron las tasas de interés de referencia para la política monetaria y algunos incluso adoptaron medidas adicionales como recortar sus balances, para combatir el brote inflacionario. A la fecha, la inflación ha retrocedido en la mayoría de los países a una media de 4%. Las tasas de interés de política monetaria, tras subir de una mediana del 3,5% en diciembre de 2021 al 9% en octubre de

2022, empezaron a disminuir, cayendo al 8% en octubre de 2023. Aunque se espera que continúe esta tendencia a la baja de los tipos, persiste la incertidumbre. En particular, la inflación subyacente ha tardado más en retroceder que la inflación general. Además, la volatilidad reciente de los precios mundiales del petróleo, asociada con el conflicto en la Franja de Gaza, plantea el riesgo de que aumenten los costos de transporte y los alimentos. Si estas presiones se intensifican, las reducciones de tipos previstas podrían detenerse, complicando el panorama económico para el 2024. Sin embargo, como dije, esto aún es bastante incierto.

Como Economista Jefe y gerente general del departamento de Investigación del BID, ¿cuáles son sus prioridades actuales y cómo se alinean con las necesidades de desarrollo de América Latina?

El trabajo de investigación del Banco está al servicio de las necesidades de desarrollo de la región. En ese sentido no es sorpresivo que las iniciativas de trabajo del departamento están estrechamente alineadas con las necesidades de desarrollo de América Latina y el Caribe. En el departamento estamos desarrollando investigación innovadora en una gran variedad de temas, que incluyen: cómo enfrentar los desafíos del cambio climático y de los eventos catastróficos asociados a ellos; cómo promover la inclusión de poblaciones diversas en la generación de actividad económica; cómo fomentar el crecimiento de la productividad y de la competencia en diversos mercados para estimular el crecimiento económico; y cómo explotar las ventajas del cambio tecnológico para fomentar la inclusión financiera, entre otros temas.

A esto se suman agendas de larga data, como el diseño de mejores políticas macroeconómicas y financieras para fortalecer el crecimiento y la lucha contra la pobreza y la desigualdad; el desarrollo de políticas orientadas a alinear el comportamiento individual con el beneficio colectivo; y el diseño de mejores políticas sociales en diferentes frentes. ■

Gonzalo Jiménez

Fundador y CEO de Proteus

“Las empresas familiares son una gran plataforma de desarrollo para la economía”

Por Magaly Álvarez



Para el economista y doctor en Administración de Negocios, estas compañías constituyen un aporte muy valioso gracias a su propia fortaleza interior, pero al mismo tiempo deben aprender a evolucionar y a derribar paradigmas, para así adaptarse con más agilidad y eficiencia a un escenario que hoy vive en constante transformación cultural.

La economía y los mercados mundiales viven un complejo y desafiante escenario, marcado por las crisis sociales, la inestabilidad y las consecuencias de las recientes crisis sanitarias y geopolíticas. Un entorno plagado de contingencias y adversidades, donde los públicos objetivos se vuelven cada vez más exigentes y donde la única certeza es el cambio constante.

Esta realidad exige que las empresas actúen cada vez con más eficiencia, para responder de manera ágil, certera y oportuna a los requerimientos de un público que, al mismo tiempo, actúa cada vez más influido por tendencias de consumo que apuntan hacia la ética y la sustentabilidad como valores esenciales para sus respectivas opciones de compra.

Todo ello implica que las empresas familiares, uno de los bastiones más representativos y a la vez más tradicionalistas de la economía en todo el mundo, especialmente en Chile, transformen significativamente sus paradigmas y estructuras, para no perder competitividad ni posicionamiento de mercado.

“

“Una gran plataforma de desarrollo, no solo para la familia fundadora, sino también para sus colaboradores”.

”

Así lo cree Gonzalo Jiménez, Fundador y CEO de Proteus, economista y master en Finanzas de la Universidad de Chile, con estudios de posgrado en la École des Ponts et Chaussées, Francia y doctor en Administración de Negocios de la Universidad de Liverpool, Reino Unido, para quien las empresas familiares cumplen “un rol trascendental en la economía”, pues su liderazgo ha sido “determinante para sobreponerse a los complejos escenarios” de crisis experimentados por el mundo moderno.

Una fortaleza que, en su opinión, surge precisamente “desde los valores familiares” y que convierte a estas empresas en “una gran plataforma de desarrollo, no solo para la familia fundadora, sino también para sus colaboradores”. Aunque para ello es esencial que valoren la necesidad de evolucionar, derribar silos y transformar paradigmas.

¿Cómo nació su interés por la economía, y qué lo llevó a especializarse en empresas familiares?

La economía y las empresas familiares reunían dos cosas para las que tenía facilidades y me motivaban. Las personas y los números. Es decir, un mix de habilidades humanistas, matemáticas y científicas. Claro que dedicarme a las empresas familiares fue una oportunidad. Me dedicaba a ver estrategias, y en ese intento de concretar proyectos estratégicos, a

menudo los problemas tenían que ver muchas veces con las emociones y vínculos, que en su mayoría eran por temas familiares. Ahí había problemas y oportunidades de descifrar esas claves y por eso me decidí a estudiar en Suiza.

¿Cómo nace la idea de fundar Proteus, y en qué se basa esta apuesta por el gobierno corporativo?

Proteus nace del convencimiento íntimo y profundo de que las empresas tienden a bloquear las ganas de hacer cosas. En ese escenario, si yo era capaz de contribuir a crear una empresa que empujara la creatividad, podría hacer algo diferente. Con reglas del juego distintas y aportando otra visión y otra forma de hacer negocios a la empresa. Muy orgullosamente, creo que así ha sido y que he cumplido mi objetivo.

En su rol de asesor de empresas, ¿qué lo motiva diariamente en este trabajo con sus clientes?

Nosotros queremos contribuir a que las familias sean más felices. Ese, de hecho, es el propósito que manifestamos ante nuestros clientes. Buscamos que las organizaciones sean más efectivas por medio de felicidad, efectividad y legitimidad, lo que las lleva a ser respetadas y apreciadas por sus stakeholders.



Con su extensa experiencia asesorando empresas familiares, ¿cuáles diría que hoy son los principales desafíos que enfrentan este tipo de compañías en Chile?

En materia de Gobierno Corporativo hemos pasado de empresas que sólo tenían un rol fiduciario, a un esquema de directorios que deben agregar valor. Hoy, esa es una función estratégica. Pero en la actualidad se viven tiempos complejos, por lo tanto los esquemas más conservadores, más causales, que tanto acomodaron a las empresas familiares, ya no son suficientes. Por ende, para consolidar su modelo y pasar de empresa familiar a familia empresaria, hoy estas organizaciones requieren de una línea de acción que, en lugar de fijarse objetivos y buscar los medios para conseguirlos, conocido como modelo causal, parta de los medios y recursos que tienen disponibles para, desde ahí, crear soluciones e ir avanzando. Esto se debe a que hoy en día la incertidumbre es una constante y esta fórmula efectiva se adapta a esa falta de certezas y se aprovecha de ello para su beneficio.

¿Cómo podemos avanzar a una cultura de buen gobierno corporativo en empresas familiares, que en gran proporción aún son dirigidas por sus fundadores?

La gran clave está en que los fundadores se den cuenta de que no son inmortales, pero sus obras y empresas sí pueden serlo. Que pueden convertir ese emprendimiento en un legado que perdure, con la colaboración de otros. Eso se logra con la institucionalidad y eso pasa por la profesionalización de las estructuras de gobernanza.

Usted ha escrito sobre la importancia de que las empresas respondan a múltiples lógicas institucionales. ¿Podría profundizar en la relevancia de la lógica social hoy?

En Chile aprendimos muy temprano, con la liberación de los años 70, que la eficiencia era la clave de la sobrevivencia. Sin embargo, aún estamos enredados con la permisología, aunque hemos ido avanzando. Pero hay un tercer factor en juego que aún no aprendemos bien, qué es el cómo transformamos a las empresas en actores sociales, más allá del marketing. Que el eje de su negocio vaya más allá del foco económico, y se centre en cómo contribuye a generar ciudadanos corporativos.



Ustedes en Proteus asesoran también en procesos de sucesión. ¿Por qué son claves para la sustentabilidad de las empresas familiares?

Es trascendental asumir la importancia de los procesos de transición generacional en las empresas familiares, y hacerlo desde una visión integral que contribuya a implementar un plan con una perspectiva estratégica que considere Gobernanza, Liderazgo, Propiedad y Estrategia. Más allá del porcentaje que cada uno posee, se debe entender que la empresa no es un reparto de torta porcentual, sino un todo y por ello, las familias deben intentar forjar un propósito común y acordado entre todos los interesados. Trabajar en estrategias que permitan reemprender, diversificar, internacionalizar, renovar, son objetivos que, bien llevados, generan esa unión y una visión conjunta de negocios.

¿Qué errores típicos ve en los procesos de sucesión en empresas familiares, y cómo se pueden prevenir?

El error clásico, es elegir con piloto automático sesgado. Es decir, que prácticamente le corresponde al hijo (“hombre”) mayor asumir esa sucesión, en lugar de pensar en diversidad, en otras miradas, o en ver quién, entre todo el equipo, es la persona más idónea para dar sustentabilidad y extender y mejorar una empresa.

Y más allá de lo económico, ¿qué valor agregado pueden aportar las empresas familiares al país en términos de propósito y rol social?

El compromiso de las empresas familiares con sus empleados y con su entorno social es innegable. Esto, no solo en cifras que relevan su aporte en tanto motor de la economía nacional, sino también respecto del espíritu y la

épica que alienta a sus creadores. La construcción de un legado y un patrimonio que perdure por generaciones, forma parte de la misión, con un alto grado de responsabilidad y compromiso con el entorno, de las empresas familiares. En episodios críticos, como la pandemia del coronavirus, fueron éstas las que, principalmente, mantuvieron en movimiento a nuestras economías en todo el mundo. Sin duda, hubo grandes pérdidas, múltiples quiebras, pero desde las cenizas de ese enorme impacto del Covid, fueron también los emprendedores familiares los que volvieron a alentar los ánimos para recuperarnos.

Por ello, el rol de las familias empresarias con un liderazgo sólido ha sido el elemento determinante para sobreponerse a los escenarios más complejos. Un empuje que surge desde los valores familiares y las historias de vida que han hecho de las empresas una plataforma de desarrollo, no solo para la misma familia, sino para sus colaboradores. Es casi un asunto visceral, emocional: la empresa familiar nace de un sueño, el sueño del fundador, que empuja este desafío con el objetivo de mejorar la calidad de vida de una familia, la propia, y la de otros tantos colaboradores que se suman en su camino. Con una gestión profesionalizada y madurada con los años, ese sueño crece, evoluciona y se transmite, más allá del fundador, tanto hacia sus herederos, como también hacia su entorno. ■



Los Puentes Ferroviarios

Por Ian Thomson Newman

Economista de transporte

La red ferroviaria chilena en existencia asciende a unos 4.433 km, de los cuales, 1.460 km, o 33% pertenecen a Ferrocarriles del Estado (EFE). Las vías de EFE, la gran mayoría de trocha ancha – 1.676 mm – parten, en el norte, en el puerto de Ventanas y corren hasta la periferia de la ciudad de Puerto Montt. Incluyen, además, la, mayormente desactivada, sección chilena del Ferrocarril de Arica a La Paz, de trocha métrica. En general, fueron construidas entre 1852 y 1913. La red de EFE, una vez, incluía líneas desde La Calera hasta al norte de Iquique, las que fueron vendidas, juntas con una obligación de mantenerlas operativas, inicialmente a la CORFO, a fines de la década de 1980. Posteriormente la CORFO las vendió a privados y considerables tramos han quedado intransitables, de modo que, de la red operable, EFE posee hoy en día, quizás, un 39%.

Sin contar distintos tramos que suman unos 200 km, la línea central aún es de vía sencilla. Es decir, tiene que acomodar trenes que se desplazan en los dos sentidos; algunos de pasajeros, relativamente rápidos aunque a veces con detenciones en estaciones intermedias, y otros de carga, que normalmente son menos rápidos. En el pasado, muy pocos tramos contaron con rutas alternativas de las que, hoy en día, queda una sola, lo que significa que si la vía sencilla se bloquea, como por un descarrilamiento, se paraliza el tráfico ferroviario.

De la red correspondiente a EFE, unos 512 km están electrificados. En cambio, hace 30 años la red electrificada tenía el doble de esa extensión, hasta sufrir robos y abandono. EFE tiene contratada la conservación de la infraestructura férrea y la operación de los servicios de carga, y opera directamente los trenes para pasajeros, mediante filiales.

La línea central de EFE no va siempre paralela a la Ruta 5, aunque nunca está muy lejos de esta. En el pasado, hubo ocasiones en que, por terremotos o fuertes lluvias, sobre un puente ferroviario operó un servicio shuttle para que personas y bienes pudiesen desplazarse de un lado al otro de un río cuya crecida hubiese averiado la estructura carretera, como en 1992, cuando trenes especiales corrieron sobre el puente ferroviario de Toltén hasta que se pudiese rehabilitar el caminero. Sin embargo, los tiempos cambian y, en agosto de 2016 fue el puente ferroviario sobre el Toltén que cedió y no fue repuesto en servicio hasta fines de 2020. En el invierno de 2018 cedió también el puente ferroviario sobre el río Cautín, por una crecida de las aguas, reponiéndose también a fines de 2020. Esto significó que durante más de tres años, ningún tren pudo circular al sur de Temuco.

La nueva mayor resistencia de los puentes camineros se debe, más que nada, al concesionamiento y reconstrucción de la Ruta 5 y, quizás, a un inadecuado programa de inspección de los puentes ferroviarios. Por ejemplo, durante el invierno de 2023, la Ruta 5 Sur se mantuvo transitable, pero los puentes ferroviarios Tenó II, Guaiquillo y Lontué sufrieron daños importantes, lo cual obligó a postergar hasta mediados de 2024 la inauguración del nuevo servicio para pasajeros entre Santiago y Chillan, que EFE había anunciado para el tercer trimestre de 2023. Mientras tanto, los nuevos trenes encargados a China quedan almacenados en la maestranza de San Eugenio, y los tráficos, tanto de carga como de pasajeros, han encontrado otras maneras de transportarse, al haber quedado desatendidos por la indisponibilidad ferroviaria. Algo más que inquietante, pues la experiencia enseña que no siempre es fácil recuperar estos tráficos para el ferrocarril.

En consecuencia, es necesario que EFE ponga en marcha un programa de pruebas de estrés para sus puentes, incluyendo sus accesos, consistentes en análisis de su resistencia para soportar, progresivamente, precipitaciones de 25 mm, 50 mm, 75 mm y 100 mm, o más, dentro de un espacio de 24 horas, puesto que una consecuencia del cambio climático puede ser la concentración de lluvias en periodos reducidos de tiempo, como ha ocurrido durante el invierno de 2023.

Esto permitiría determinar un curso de acción que minimice el valor presente de los costos futuros, tomando en cuenta tanto los de reforzamientos como los de disrupción a la circulación de trenes, junto con los de reparaciones, en casos de que los puentes sufrieran severos daños. ■

global
business.



TALENTO
**TALENTO
MINERO**
INNOVACIÓN



**MUJER EN MINERIA
A TRAVÉS DE LA
CAPACITACIÓN**

Descubre junto a nosotros un mundo de capacitación empresarial acorde al tiempo que vivimos y las diversas necesidades del mercado.

Áreas de programas con código Sence:

- 1 Adopción de Softwares y Tecnologías
Inteligencia Artificial
Transformación Digital
- 2 Bienestar Laboral
Habilidades Interpersonales
Equidad de Género
Sensibilización NCH3262
Programas de precontrato
Programa de empoderamiento
Somos Bakanas

Contáctanos

y experimenta nuestros Programas de Capacitación:



constanza@globalbusinessg.com



+56 9 8803 0121



magaly@globalbusinessg.com



+56 9 9888 2708

Mónica Retamal

Directora Ejecutiva Fundación KODEA

“Necesitamos que cada vez más talento se sume a la transformación digital”

Por Constanza Prats



Para la empresaria tecnológica y emprendedora social, hoy es fundamental cerrar definitivamente las brechas de acceso al mundo tecnológico, especialmente entre las mujeres, para que así los múltiples beneficios del cambio y la evolución tecnológico-cultural se reflejen no solo en un desarrollo económico ético, equitativo y sustentable, sino también en una mejor calidad de vida global.

La actual revolución tecnológico-digital que guía a la humanidad se refleja en cambios cada vez más ágiles, constantes y disruptivos. Sin embargo, esta transformación no es apocalíptica ni destructiva para el talento humano.

Por el contrario, hoy las empresas necesitan cada vez más profesionales, técnicos, líderes y directivos con "competencias digitales", capaces de orientar esta disrupción por un camino de crecimiento que ayude a derribar silos, transformar estructuras y cambiar paradigmas obstructivos. Por ello, es necesario abrir más espacios de estudio, preparación y perfeccionamiento constante, de modo que más y más talentos se sumen a este tren innovador.

Así lo entiende Mónica Retamal, emprendedora social, empresaria tecnológica y directora ejecutiva de Fundación Kodea, entidad que desde hace casi una década trabaja incansablemente por abrir nuevos espacios de participación para miles de personas que, por diversas razones, no han tenido la oportunidad de sumarse a la transformación y que pueden aportar talento valioso para consolidar nuevos caminos de desarrollo e innovación en múltiples ámbitos de la economía y la sociedad.

Esfuerzo que en su opinión, ha permitido ir poco a poco cerrando brechas y abrir más oportunidades, para instalar en las personas ese "chip" motivador que los impulse a adquirir y potenciar las competencias necesarias para abrirse paso en el competitivo mundo digital.

Cuéntanos un poco sobre Fundación Kodea, y cuál es tu rol dentro de la fundación

Kodea es una ONG fundada en 2015 para combatir la brecha digital y avanzar en la inclusión tecnológica de sectores subrepresentados que han



quedado excluidos de los beneficios y oportunidades que ofrece la transformación digital. Como gran diferenciador, Kodea utiliza las mejores prácticas de la industria tecnológica, aplicando metodologías ágiles y poniendo la innovación en el centro de todos sus programas, con el objetivo de lograr que las futuras generaciones y aquellos que hoy no participan de la revolución digital, como profesores y mujeres de escasos recursos, puedan convertirse en actores relevantes de la sociedad del conocimiento.

¿Cuáles son las estrategias que consideras necesarias para democratizar el acceso a la educación científico tecnológico y llevar la transformación digital a las escuelas?

A través del premio nacional de talento digital escolar "Los Creadores", incentivamos y visibilizamos a niños, niñas, jóvenes y docentes chilenos y latinoamericanos con mentes creativas, capaces de usar la tecnología al servicio de su comunidad. Hasta la fecha ha habido más de 7.500 participantes. Además, desde 2021 trabajamos por instalar capacidades en el sistema escolar para la incorporación de las Ciencias de la Computación en el aula, creando las condiciones necesarias para que las futuras generaciones sean protagonistas de la sociedad del siglo XXI. Nuestra iniciativa "IdeoDigital" ha logrado sensibilizar a gran parte del sistema escolar, desde el ministerio de Educación hasta escuelas de todo Chile.

¿Cuáles son las habilidades, especialmente digitales para hacer frente a los desafíos del mundo laboral?

A nivel mundial el debate acerca del futuro del trabajo ha sido capturado por una mirada apocalíptica sobre cómo robots e inteligencia artificial podrían reemplazarnos. Contra intuitivamente los países más robotizados tienen menos desempleo y una fuerza laboral más especializada. Hoy se espera que gran parte de las actividades laborales futuras requieran de habilidades digitales y es así como vemos que se proyecta que 75% de los empleos en 2050 estén relacionados con las carreras STEM, lo que a su vez, son los mejores pagados del mundo. Por ejemplo en Chile, quienes pasan por la iniciativa público - privada "Talento Digital", a los 6 meses de egreso tienen una renta

promedio de \$890.000.

“
La actual revolución tecnológico-digital que guía a la humanidad se refleja en cambios cada vez más ágiles, constantes y disruptivos.
”

En términos de habilidades digitales, el nivel más básico es aquel que permite participar de entornos digitales resolviendo problemas sencillos, como pagar una cuenta o sacar hora a un doctor. En el intermedio están aquellas que nos permiten utilizar herramientas TIC para realizar actividades relacionadas al trabajo, como marketing digital o e-commerce. Y a nivel avanzado, se espera que las personas cuenten con el conocimiento para realizar tareas especializadas como desarrollar, administrar y mantener el mundo de innovación digital.

STEM

A través de estas habilidades se busca instalar en las personas un nuevo mindset que impulse destrezas más sofisticadas como el desarrollo del pensamiento y análisis crítico, la resolución de problemas, la autogestión, el aprendizaje activo, la resiliencia, la tolerancia al estrés y la adaptabilidad.

Uno de sus focos en Kodea, es promover la participación de la mujer en el ecosistema digital, ¿de qué manera trabajan este objetivo? ¿Cómo fomentan las vocaciones STEM en niñas y jóvenes?

Los países que han aumentado las vocaciones tecnológicas son aquellos que han incorporado ciencias de la computación masificando este cuerpo de conocimiento científico tecnológico en el aula, para que sea parte de lo que el sistema escolar ofrece a nivel curricular. Para lograr este objetivo hay que hacer cambios profundos como invertir en formación docente y adaptar el currículum, entre otros. En relación a despertar el interés de las niñas es fundamental hacer planes de estudio sensibles al género, promover los buenos ejemplos de mujeres que han logrado desarrollarse en tecnología (role modeling) y combatir principalmente sesgos y estereotipos que comienzan a edades tempranas y modifican el interés de las mujeres por las áreas científico-tecnológicas.

¿Qué desafíos enfrentan las mujeres en Chile para insertarse y desarrollarse en sectores tecnológicos y de innovación? ¿Cómo visualiza el futuro laboral de la mujer en estos sectores?

La industria digital está completamente masculinizada y por lo mismo requerimos con urgencia aumentar las vocaciones tecnológicas en mujeres y lograr espacios laborales más adaptados y atractivos para ellas. En números, solo 5% de los equipos fundadores de startups y scaleups de Latinoamérica, y solo 14% de los emprendimientos de base tecnológica de todo el mundo han sido creados por mujeres. Además, la participación laboral de mujeres en la industria bordea el 30%. Es fundamental que las mujeres se integren a la fuerza laboral digital, no sólo porque están ahí hoy los trabajos mejores remunerados del mundo, sino porque los productos tecnológicos tienen un déficit desde el punto de vista de los sesgos que tienden a reforzar el "statu quo" y a perpetuar cierto tipo de desigualdades.

En Kodea tenemos cientos de casos de éxito en formación de habilidades digitales de nivel superior y hemos comprobado que es posible cambiar la trayectoria laboral de las mujeres a través de un proceso de reconversión laboral y reentrenamiento inmersivo, lo que les permite insertarse en la industria digital. Sin embargo, aún quedan muchos sesgos de contratación arraigados en todas las industrias que debemos combatir con fuerza.

¿Qué importancia tiene la colaboración con otras organizaciones o actores locales en el trabajo en terreno? ¿Puedes mencionar ejemplos de asociaciones exitosas?

La colaboración está en nuestro ADN. De hecho no ejecutamos ningún programa solos y siempre articulamos y fomentamos la cooperación en diversos ecosistemas del mundo público, privado y en medios de comunicación, para generar experiencias significativas e inolvidables basadas en las necesidades y perspectivas de nuestros beneficiarios.



Actualmente trabajamos junto a 75 organizaciones y participamos de 6 asociaciones.

Esto está a la base de nuestra cultura y de nuestra particular forma de hacer las cosas. Construir ecosistemas nuevos y asumir liderazgo en muchos otros, nos ha permitido que en 8 años, más de 2.040.000 personas hayan potenciado sus trayectorias de vida mediante programas vinculados a innovación temprana, reconversión laboral, capacitación en Ciencias de la Computación y ciudadanía digital.

¿Cómo evalúan y miden el impacto de los proyectos de la Fundación Kodea en las comunidades en las que trabajan?

Ya llevamos años recorriendo el camino para convertirnos en una organización guiada por datos (Data Driven). Para ello hemos buscado recolectar datos, analizar los resultados y generar evaluaciones de impacto de nuestras iniciativas. Lo anterior nos permite contrastar nuestras hipótesis y siempre mejorar con la evaluación en la mano.

Ya tenemos además varias publicaciones y lo más relevante es asumir que -como cualquier organización que trabaja en innovación- nos vamos a equivocar varias veces y por lo mismo es clave aprender de nuestros errores para luego mejorar. Este proceso es fundamental para lograr generar el impacto que queremos lograr y los cambios sistémicos que queremos provocar.

“

Los países que han aumentado las vocaciones tecnológicas son aquellos que han incorporado ciencias de la computación masificando este cuerpo de conocimiento científico tecnológico en el aula, para que sea parte de lo que el sistema escolar ofrece a nivel curricular.

”

Durante noviembre, se dio a conocer tu reconocimiento honorífico Premio Avonni Anacleto Angelini trayectoria innovadora, cuéntanos como esto marca un antes y un después, y que significa para ti.

No me esperaba esta sorpresa tan bonita y estoy muy emocionada con este reconocimiento, dado que entiendo que es la primera vez que lo recibe alguien que está abocado a un emprendimiento social. Lo recibo con mucha humildad, porque entiendo que aquí no hay una innovación ni un negocio que traerá riqueza a un grupo de inversionistas, sino que cuando uno trabaja en el mundo social, quienes se llevan la riqueza que generamos son los beneficiarios y tengo el convencimiento de que Kodea ha estado aportando mucho valor. Creo honestamente que lo que hacemos en Kodea no sólo ayuda en forma directa a nuestros beneficiarios sino que es una manera de desafiar el statu quo e instalar la idea de que sí podemos lograr cambios sistémicos. La revolución digital trae consigo desafíos gigantes para la humanidad, y tanto Chile como Latam deben ser parte de esa conversación. Kodea es mi gran innovación, ahí está puesto mi ADN y desde ahí esperamos hacer una contribución robusta en el diseño de programas y políticas públicas que ayuden a que las personas se puedan subir al carro digital en beneficio de los grandes problemas de la humanidad.



Bárbara Silva

Fundadora de Her Global Impact

“El talento femenino puede liderar empresas innovadoras, que cambiarán y mejorarán al mundo”

Por Constanza Prats

Para esta aclamada oradora y referente de la innovación, las tecnologías emergentes y el liderazgo, la mujer emprendedora y profesional, está llamada a jugar un papel cada vez más importante en la transformación cultural y digital no solo de la economía o la industria, sino también para el desarrollo ético y sustentable de toda la sociedad.

El desarrollo reciente, tanto de la sociedad como de la economía, ha estado profundamente marcado por la profunda revolución cultural, tecnológica y digital experimentada en múltiples ámbitos.

Un salto cuántico que, de todos modos, aún no parece ser plenamente equitativo e inclusivo, en la medida que un porcentaje importante del talento femenino mundial, aún no se incorpora en plenitud a este escenario de transformación.

Así lo entiende Bárbara Silva, psicóloga organizacional, master en psicología de las organizaciones y master en innovación de la UAI, quien gracias a su perseverancia en la búsqueda de una auténtica vocación transformadora, logró cumplir su sueño de convertirse en un referente en los campos de la innovación, las tecnologías emergentes y el liderazgo femenino.

Vocación que incluso le permitió ser la primera chilena en estudiar en Singularity University y en Draper University, dos de las más destacadas instituciones a la vanguardia de la innovación y emprendimiento de Silicon Valley, Estados Unidos.

Dicha experticia no solo la posicionó como una de las más destacadas oradoras Internacionales en esta materia, sino que además la llevó a fundar la organización Her Global Impact, primera academia de innovación para mujeres de habla hispana.

Actualmente, a través de sus múltiples programas de apoyo, esta valiosa organización brinda formación, conexiones y visibilidad a numerosas mujeres emprendedoras y profesionales que, de este modo, logran reinventarse de cara a la nueva era digital, no solo en Chile sino también en América Latina

Esta constante orientación por el empoderamiento innovador femenino también motivó a Bárbara introducir, en 2016, la visión de Singularity en América Latina, impulsando ágilmente discusiones de alto nivel y agendas público-privadas en torno al impacto de las tecnologías emergentes en los negocios y políticas públicas.

Logros que hoy le permiten ser ampliamente reconocida a nivel internacional como una de las más aclamadas expertas en liderazgo femenino e impacto, tecnologías emergentes, innovación y emprendimiento.

¿Cómo llegaste al mundo de la innovación y tecnología, siendo psicóloga de profesión?

Al mundo de la tecnología llegué a los 4 años por mi papá, que era un genio de la computación, y me inspiró. De hecho, mi casa en Chile fue de las primeras en tener internet en los años noventa y por eso el mundo de la innovación siempre me produjo mucha curiosidad y reforzó mi deseo ardiente de desafiar el statu quo de reinventarme a mí misma. Aunque tenía claro mi propósito, no sabía exactamente cómo llevarlo a cabo. Fue entonces cuando recibí una invitación para dejar la organización en la que trabajaba en 2009. Ese punto de inflexión me impulsó a tomar un avión y embarcarme en un viaje en busca de una nueva perspectiva. Necesitaba alejarme de Chile y observar desde lo alto, así que mi destino fue Dinamarca y Suecia. Ese viaje se sintió como un salto hacia el futuro. Mi objetivo era comprender cómo vivían las personas en países con los más altos estándares de felicidad. Durante mi estancia en Dinamarca, conviví con familias locales, exploré su cultura, quedé asombrada por su tecnología de vanguardia y su enfoque en la energía sostenible, así como por su profunda conciencia de los recursos naturales. Fue entonces cuando me di cuenta de las numerosas fricciones con las que vivimos en Chile y América Latina. Me sorprendió que aquí se considere normal que las cosas funcionen a medias, y si algo falla, nadie asuma la responsabilidad. También noté cómo en Dinamarca enseñan el pensamiento crítico desde la infancia y fomentan el espíritu emprendedor desde temprana edad.

En Dinamarca, me hice preguntas profundas sobre mi propósito en la vida y el legado que quería dejar en la sociedad. Comprendí que necesitaba estudiar innovación, ya que sentía la necesidad de marcar la diferencia en mi país. Esto me llevó a buscar una maestría en Innovación y, posteriormente, a dirigirme a Silicon Valley para estudiar en Singularity University y, más tarde, en Draper University. Entre 2013 y 2019, viví de manera intermitente entre Silicon Valley y Chile.

Este viaje no solo cambió mi perspectiva, sino que también me dio las herramientas y el conocimiento necesarios para contribuir a la innovación y el emprendimiento en mi país y en América Latina.

¿Cuál consideras que ha sido tu logro más destacado en el ámbito de la tecnología e innovación hasta la fecha?

En 2016 tuve la visión de instaurar una agenda país de carácter privado-público, centrada en el impacto de las tecnologías en los negocios, las políticas públicas y la sociedad. En ese momento este tema no era ampliamente discutido, y solo unos pocos tenían acceso a él.

La tarea de traer Singularity University a América Latina no fue sencilla. Me encontré con escepticismo en un ecosistema que no conocía, como un actor nuevo. Mi objetivo era introducir nuevas ideas y perspectivas en mi país y la región. Quería acercar las transformaciones tecnológicas a las personas, simplificar el discurso y mostrar que los futuros escenarios, que parecían lejanos, estaban más cerca de lo que la mayoría pensaba. En 2016, esto no era evidente. Sin embargo, en 2023, después de la pandemia, se ha vuelto más claro. Fue la primera vez que más de 30 expertos mundiales en innovación tecnológica, inteligencia artificial, robótica, energía y medio ambiente llegaron a Chile. Fue como llevar las grandes ideas de Silicon Valley a nuestro país.

Invité a destacados comunicadores a unirse a este proyecto y establecí alianzas con diversos medios de comunicación para educar al público sobre estos temas a través de programas de televisión, radio, medios impresos y redes sociales. También formé un consejo ejecutivo con empresarios y mujeres que admiro para obtener una perspectiva valiosa sobre los pasos que debía tomar. Para financiar la primera cumbre, logré recaudar medio millón de dólares. Era esencial llenarla de contenido y participantes.

Muchos creían que esta iniciativa había sido impulsada por un estadounidense y que yo estaba contratada por ellos. La verdad es que yo propuse esta idea en Estados Unidos cuando Singularity estaba en sus primeras etapas, y ni siquiera América Latina, y mucho menos Chile, estaban en su radar. Al ver que no tenían nada que perder y mucho que ganar, me dieron luz verde. Con el respaldo de quienes compartieron mi visión, decidí llevar adelante este emprendimiento por mi cuenta. Lo hice en cuatro ocasiones, influyendo en más de 3.000 tomadores de decisiones de manera presencial. Además, el impacto mediático fue gigantesco, y a nivel virtual, logré convocar a más de 40.000 personas a través de plataformas en línea.



STEM



HER GLOBAL IMPACT

¿Qué experiencias personales o profesionales te llevaron a decidir crear Her Global Impact, y qué objetivos tenías en mente al fundar esta academia de innovación?

Durante mis estudios en Silicon Valley, tuve el honor de conocer a mujeres extraordinarias con ideas poderosas que me inspiraron profundamente. Estas referentes me llevaron a pensar que si ellas podían lograrlo, las mujeres latinas y chilenas también éramos capaces. Comencé a visualizar la posibilidad de que nosotras, las mujeres, pudiéramos liderar el desarrollo de industrias innovadoras que transformaran y mejoraran el mundo. Comencé a soñar con la idea de crear empresas con un enfoque más humano y un impacto tangible en este siglo.

Este sueño me impulsó a fundar la primera academia de innovación diseñada específicamente para mujeres de habla hispana, Her Global Impact. En mi experiencia durante la maestría en innovación, éramos apenas tres mujeres, y el retorno de la inversión tardó casi una década en materializarse. Sin embargo, en nuestra Academia de Innovación, nuestro programa se completa en tan solo cuatro meses, y el retorno de la inversión se logra en seis meses. El mundo evoluciona a un ritmo vertiginoso, y las mujeres necesitan actualizarse con urgencia. El momento para emprender este camino es ahora.

¿Que factor común observas en las mujeres Chilenas, que les impide desarrollarse profesionalmente, y cómo es posible abordarlo?

Es difícil generalizar, pero en mi experiencia observo que las mujeres entre los 30 y 50 años enfrentan un gran desafío para equilibrar las demandas de la familia, el trabajo y las responsabilidades domésticas.

El sistema en el que nos movemos a menudo es inflexible y con horarios rígidos, y uno de los atributos más valora-

dos por las mujeres profesionales en la actualidad es la flexibilidad. Además, en la alta dirección veo que existe un temor palpable a expresar lo que piensan en momentos cruciales que podrían impulsar sus carreras. Cuando una mujer accede a una posición de alta dirección, su contratación no se basa únicamente en su capacidad para hacer que las cosas sucedan, sino también en su visión y su habilidad para imaginar diferentes escenarios y proponer estrategias para alcanzarlos.

En mi opinión, la verdadera belleza de una mujer radica en su inteligencia y su determinación para llevar a cabo sus ideas. Sin embargo, con frecuencia esta belleza se ve frustrada porque sus ideas no se difunden adecuadamente o se minimizan. Por ello, es importante que las mujeres comprendamos que nuestro valor radica en nuestra singularidad y que debemos trabajar en comunidad para generar cambios significativos. Una voz solitaria rara vez tiene impacto duradero, y una mujer que alcanza una posición de liderazgo sin construir un camino para las generaciones futuras, no logra generar cambios sostenibles.

¿Cuáles son tus metas y aspiraciones para el futuro de Her Global Impact? ¿Hay algún proyecto o iniciativa en desarrollo?

Estoy orgullosa de anunciar el lanzamiento del Programa ejecutivo Her Vision, diseñado específicamente para mujeres profesionales que trabajan en entornos corporativos y buscan mantenerse actualizadas en áreas clave como innovación, transformación digital y ESG (Environmental, Social, and Governance).

En paralelo, estamos expandiendo nuestro programa de emprendimiento "Globalizadas" a todas las regiones de Chile, brindando oportunidades de crecimiento y desarrollo a mujeres emprendedoras en todo el país.

Además, estamos comprometidos en seguir expandiéndonos en América Latina y en formar un fondo de inversión. Contamos con un sólido historial de éxitos, con numerosas startups que han florecido gracias a las redes y la comunidad Her Global, así que llegó el momento de llevar nuestras ambiciones al siguiente nivel.

¿Cómo ves la reconversión laboral en las mujeres? ¿Cómo enfrentamos la automatización convirtiéndola en una oportunidad?

La necesidad de abordar la reconversión laboral es indiscutible y urgente, y debemos fomentar la conciencia al respecto, no solo entre las mujeres, sino entre todas las personas. Si bien se ha dicho que la inteligencia artificial no eliminará empleos, es cierto que las personas que trabajan en colaboración con la inteligencia artificial pueden ser más eficientes y productivas en sus labores. Es fundamental establecer modelos de trabajo colaborativos en los que las personas aprendan a potenciar sus capacidades mediante la incorporación de tecnologías avanzadas.





Es importante destacar que, según IDC, por cada dólar invertido en inteligencia artificial, las empresas experimentan un retorno de la inversión promedio de 3,5 dólares en términos de productividad y eficiencia. Durante más de una década, he estado impulsando y alentando a las mujeres a subirse a esta ola de transformación, reconociendo que es un camino esencial para prosperar en un mundo cada vez más impulsado por la tecnología.

Frente a temas de innovación, ¿ves diferencias o brechas entre hombres y mujeres? ¿Se adaptan de igual forma?

A menudo los hombres tienden a centrarse más en el retorno de la inversión, mientras que las mujeres están más enfocadas en comprender las necesidades humanas. Sin embargo, considero que ambos enfoques son complementarios, y los equipos más exitosos son aquellos que se construyen sobre la base de la complementariedad, la interdisciplinariedad y la diversidad.

La flexibilidad, en mi opinión, no es un asunto de género, sino más bien una cuestión de actitud y mentalidad. La capacidad de adaptación y la disposición para cambiar son cualidades que pueden encontrarse tanto en hombres como en mujeres, y son fundamentales para el éxito en el mundo empresarial. Emprendedoras y emprendedores, sin lugar a dudas, destacan por su habilidad para enfrentar desafíos, cambiar de rumbo y seguir avanzando a pesar de los obstáculos que puedan surgir en su camino.

¿Hay alguna mujer referente en tu vida?

Sí, conozco a muchas mujeres excepcionales. Una de ellas es Pilar Manchón, gran amiga y compañera de habitación durante mi estancia en Singularity University. La admiro profundamente, no solo por su destacado liderazgo en el campo de la Inteligencia Artificial, sino también por ser la primera mujer latina en fundar una empresa de asistentes virtuales inteligentes en 2005, la cual posteriormente vendió a Intel. En momentos difíciles de mi vida, como cuando falleció mi padre, Pilar siempre estuvo a mi lado, brindándome apoyo incondicional.

En Chile, he tenido el privilegio de trabajar con Alejandra Mustakis en los primeros momentos de IF, cuando era solo una idea. Su capacidad de trabajo es impactante, y su generosidad y habilidad para hacer que las cosas sucedan son verdaderamente inspiradoras.

En el ámbito político, destaco a Ximena Rincón. Más allá de si uno está o no de acuerdo con sus ideas y propuestas, es una mujer con una visión de futuro clara y una valentía notable para desafiar el statu quo. Su liderazgo es un ejemplo de determinación y visión.

¿Cómo ves tú el futuro educacional o laboral de tus hijos, en relación a la innovación, al desarrollo de nuevas tecnologías y el surgimiento de nuevas profesiones?

Mi deseo más profundo es que mis hijos cultiven la curiosidad, se planteen preguntas, exploren el mundo que les rodea, jueguen y se diviertan. Antes que nada, quiero que sean niños y que disfruten al máximo la magia de la niñez, creando preciosos recuerdos que atesorarán para siempre. Mi objetivo principal es desarrollar en ellos seguridad, autoconfianza y sana autoestima, y fomentar un ambiente de diálogo en nuestra familia. Creo firmemente que si mis hijos logran esa integración en su ser, serán capaces de enfrentar cualquier desafío que la vida les presente, sin importar las decisiones que tomen en su camino.

En cuanto al futuro, mantengo un optimismo inquebrantable. Creo que la tecnología ofrece enormes beneficios a la humanidad, y mi papel como madre es ser una mentora atenta y comprensiva para mis hijos, ayudándoles a navegar por un mundo en constante cambio y preparándolos para que sean ciudadanos responsables y contribuyentes en la sociedad del mañana. ■

“
En mi opinión, la verdadera belleza de una mujer radica en su inteligencia y su determinación para llevar a cabo sus ideas.
”



Una década de colaboración transformadora: Fundación Mustakis y Enseña Chile

Por Matías Sahli

Presidente Fundación Mustakis

Enfrentar desafíos complejos demanda un enfoque colaborativo, donde la suma de distintas perspectivas, habilidades y esfuerzos se convierte en la clave para encontrar soluciones efectivas y duraderas. Esta premisa cobra vida en la colaboración de más de una década entre Fundación Mustakis y Enseña Chile (ECh), una organización que durante 15 años se ha dedicado a disminuir la brecha educacional en Chile a través de la formación de líderes comprometidos, que reconocen el talento en cada rincón del país y tienen la convicción de hacerse cargo. Líderes que conocen la realidad desde la sala de clases.

Esta asociación no solo ha beneficiado a Enseña Chile, sino que ha impactado positivamente a todo el ecosistema de

ambas fundaciones. En esta relación de más de 10 años, hemos contribuido a su gobernanza, integrando su consejo directivo para acompañarlos en su misión. También hemos respaldado sus procesos de reclutamiento, selección, preparación y mentoría de los PECH, profesores de Enseña Chile, apoyando en sus programas y organización interna, como con el inicio de su línea de emprendimiento en 2014. Un hito de esta relación.

Es a través del emprendimiento social como estos líderes educativos han encontrado una oportunidad para abordar las necesidades levantadas en el terreno. Desde el 2020, hemos trabajado con 21 emprendimientos educativos liderados por profesores egresados del programa de ECh,

trabajando en temas tan diversos como la formación docente para la educación del futuro; técnicas de meditación y mindfulness en la sala de clases; mentorías y acompañamiento para el acceso a la educación superior; desarrollo socioemocional de niños, niñas y jóvenes; y fortalecimiento la participación de la familia en el proceso de aprendizaje, entre otras decenas de iniciativas y organizaciones.

Muchas de estas organizaciones hoy en día han logrado demostrar su impacto, y se encuentran en una fase de escalamiento y en búsqueda de sustentabilidad de largo plazo. Uno de nuestros principales desafíos como Fundación Mustakis es determinar sus principales necesidades y apoyarlas donde más lo requieran: redes, formación de equipos, medición de resultados, comunicaciones, vínculos con partes interesadas y financiamiento. Además de un espacio físico en nuestro HUB de emprendimiento social ubicado en Recoleta.

Para sus 20 años de historia, Enseña Chile tiene importantes desafíos, 1.000.000 de niñas y niños alcanzados y 2.000 personas en red con visión y valores compartidos. Para lograrlo, necesitamos seguir fortaleciendo el ecosistema incluyendo nuevos socios y alianzas, que logren potenciar a la red de líderes que cambiarán la educación de nuestro país. ■



Magdalena Díaz

Gerenta General de AEF

“En un escenario de alta incertidumbre, las empresas familiares juegan un rol esencial”

Por Magaly Álvarez

En opinión de la experta en desarrollo económico, ejecutiva gremial y docente universitaria, hoy resulta esencial que estas unidades productivas potencien sus fortalezas tradicionales e incorporen mayor flexibilidad para enfrentar los profundos cambios culturales que vive la sociedad, para que así optimicen su competitividad y posicionamiento de mercado.

Para nadie es un misterio que la actividad empresarial es uno de los pilares más importantes y trascendentes de la economía mundial. Sin embargo, los principales protagonistas de este escenario no son necesariamente las grandes sociedades anónimas o los grupos transnacionales.

Por el contrario, todos los estudios demuestran que el principal soporte económico de un país y por extensión, de la mayor parte de la economía mundial, especialmente en términos de generación de empleos directos e indirectos, es la empresa familiar.

Una premisa que pasa prácticamente inadvertida ante la opinión pública, pero que constituye una verdad incuestionable y que se hizo aún más evidente durante los recientes periodos de crisis social, sanitaria y económica.

Fue en esos momentos donde las empresas familiares dieron muestras de una mayor flexibilidad, resiliencia y capacidad de adaptación, lo que les permitió hacer frente de mejor forma las “aguas tormentosas”, lo que en definitiva se tradujo en un menor impacto negativo para el conjunto de la economía.

Sin embargo, para que esta fortaleza se mantenga y perdure en el tiempo, es esencial que las empresas familiares también optimicen su agilidad, flexibilidad y capacidad de adaptación, en especial para responder de manera más eficiente y oportuna a los constantes cambios de un mercado que evoluciona de manera exponencial, tanto en valores como en tendencias de consumo.

Así lo estima Magdalena Díaz, gerenta general de la Asociación de Empresas Familiares (AEF), directora de la Cámara Chileno India de Comercio (CAMINDIA) y docente universitaria, quien comenta que esta evolución cultural, que implica diversos cambios de paradigmas y estructuras es muy importante para reforzar su papel como actores que "no solo contribuyen en lo económico, sino que también aportan a la construcción del tejido social".

En AEF, se menciona la confianza y colaboración como valores claves. ¿Cómo fomentan una cultura de apoyo mutuo entre las empresas asociadas?

Son valores claves, pero es importante decir que, a diferencia de una organización gremial tradicional, nuestra Asociación está conformada por la familia empresaria y sus miembros, independiente de que trabajen o no en la empresa familiar. Por ende, la cultura de apoyo mutuo que se da, se basa en la colaboración a nivel familiar y en los desafíos propios de las familias empresarias como la sucesión, la incorporación de nuevas generaciones y la importancia de trascender y continuar con el legado familiar. Esto lo hacemos por medio de diferentes charlas, encuentros y espacios íntimos de conversación donde reflexionamos y compartimos experiencias sobre estas temáticas y cómo cada quien lo ha enfrentado. En definitiva, la AEF es un espacio de aprendizaje colectivo entre socios/as que se plantean los mismos desafíos como miembros que pertenecen a una familia empresaria.

¿Qué tipo de desafíos suelen enfrentar comúnmente las empresas familiares en Chile?

Desde la AEF visualizamos dos tipos de desafíos: en primer lugar, aquellos permanentes y que son parte de todas las empresas familiares a nivel mundial; y los que se dan en el contexto país. Dentro de los desafíos permanentes



se encuentra principalmente, el que la empresa pase de manera exitosa del fundador/a a sus hijos/as, o de una generación a otra para que ésta se convierta o siga siendo familiar. Que haya una visión de trascendencia generacional de largo plazo. Es decir, hacer efectivo el tránsito, que es un proceso largo y ojalá planificado, de una generación a otra, para lo cual es fundamental que

las familias empresarias se preparen a través de protocolos de sucesión y herramientas que permitan que este proceso fluya y ocurra de la forma más segura, conversada y tranquila posible. Me he dado cuenta de que familias grandes, pequeñas, de más o menos patrimonio, tienen los mismos desafíos y esto trasciende al origen geográfico. Estos retos son, principalmente, la sucesión, la incorporación de las nuevas generaciones y el traspaso de los activos intangibles de generación en generación. Por otra parte, y dentro de los desafíos coyunturales que enfrentan hoy las empresas familiares en el país, se encuentran el poder afrontar, manejarse, mantenerse, y ojalá progresar, en un país que hoy no está creciendo y vive con alto nivel de incertidumbre por la discusión Constitucional, decisiones gubernamentales y las reformas que se están impulsando y debatiendo que no dejan claro el marco regulatorio, tributario, laboral y de inversión, etc. Las familias empresarias son conscientes de que juegan un rol importante en la sociedad, el cual va más allá de tener una empresa y crear trabajo. Hay conciencia de que las organizaciones tienen que generar condiciones de bienestar, relacionándose con el entorno y la comunidad. Desde la AEF vemos cada vez mayor interés en aportar a

generar un Chile más conectado y unido a través de acciones concretas, perdiendo el pudor de contar lo bueno que se está haciendo. Las empresas familiares son un actor social que no solo contribuye en lo económico, sino

“
La AEF es un espacio de aprendizaje colectivo entre socios/as que se plantean los mismos desafíos como miembros que pertenecen a una familia empresaria.”

que también aporta a la construcción del tejido social. En un escenario de alta incertidumbre las empresas familiares juegan un rol esencial.

” Son organizaciones en las que sus dueños se involucran y cuyas decisiones no están únicamente condicionadas por las variables coyunturales, sino que el horizonte para la toma de decisiones es de largo plazo. Creo que los líderes de las familias empresarias tienen la responsabilidad de seguir aportando al país, tanto desde el punto de vista de las inversiones, como también haciéndose partícipes en la discusión de políticas públicas que afectan al mundo de la empresa.

¿Cómo promueven desde AEF una mayor participación de la mujer y las nuevas generaciones en las empresas familiares?

A través de nuestro Capítulo AEF Mujeres, liderado por una gran vocera, líder y referente, que personalmente para mí también es un ejemplo, nuestra Directora Gabriela Salvador, y por medio de alianzas con gremios como "Mujeres Empresarias", hemos ido posicionando la importancia de los liderazgos femeninos en la Alta Dirección, ya sea en sus propias empresas familiares o en otras posiciones ejecutivas y/o directivas. Además, en los espacios de Conversemos en Confianza, que realizamos con nuestras familias socias, reflexionamos sobre nuestro rol como mujeres en el Chile de hoy.

¿Crees que las empresas familiares son referentes para otros empresarios?

No puedo hablar por ellos/as, pero me imagino que sí, y esto por las características propias de las empresas familiares. La investigación académica de los últimos 20 años que se ha encargado de estudiar la evolución de las empresas familiares, ha logrado demostrar que se caracterizan por una serie de factores altamente significativos desde el punto de vista económico y social. Entre estos factores se incluye el que las empresas familiares tienden a tener un mejor desempeño que las no familiares, en particular aquellas abiertas a la bolsa o que se comportan con parámetros similares. Además, tienden a ser socialmente más responsables, tanto en la relación con sus colaboradores como con las comunidades locales y poseen vínculos más duraderos y estables con sus stakeholders aportando al desarrollo de clusters y al tejido productivo regional (Parlamento Europeo, 2015). También tienen menor aversión al riesgo. Si consideramos todos estos factores y le sumamos el hecho de que las empresas familiares representan entre 60% y 90% del total de empresas en el mundo, podemos concluir que la empresa familiar es la principal forma de hacer empresa a nivel global y Chile no es la excepción. En nuestro país representan 78% del total de empresas, si contabilizamos grandes, medianas y pequeñas; y 65%, si contabilizamos únicamente las listadas en bolsa.

A nivel de formación, ¿qué programas o iniciativas orientadas a directivos y líderes de este tipo de compañías destacarías?

Hay tres universidades en Chile que dictan programas para miembros de empresas familiares que son de muy buen nivel, y es importante que las nuevas generaciones se eduquen en estas temáticas no solo desde el punto de vista académico, sino que también compartiendo con pares y aprendiendo de las buenas prácticas, de los fracasos, errores, casos exitosos, formas de comunicación, etc. Temáticas que son más humanas y "más reales". Para eso existen espacios como AEF y a nivel internacional FBN (The Family Business Network) del cual nuestra Asociación también forma parte y donde podemos compartir con familias empresarias de todo el mundo.



¿Cuáles son las principales motivaciones que llevan a las empresas familiares a establecer fundaciones o participar en actividades filantrópicas, y cuál es el rol que pueden jugar en el desarrollo de la filantropía en el país?

No son necesariamente las empresas familiares las que establecen una fundación. De hecho, en la mayoría de los casos es la familia la que crea la fundación, a partir de su propio patrimonio, y no la empresa. Por ende, la visión del conjunto familiar, la familia empresaria, y su motivación por generar un impacto positivo en el país es el leitmotiv del origen de las fundaciones familiares. Las familias empresarias también quieren dejar un legado, tema en el cual se aprecia con fuerza el compromiso que estas organizaciones tienen con Chile. Ellas quieren devolver al país las oportunidades que éste les dio. Buscan promover, ayudar y apoyar el desarrollo social del país a través de sus diversas fundaciones que llegan donde muchas veces el Estado no puede llegar. Esto se hace muy evidente si pensamos, por ejemplo, en instancias como la Teletón, donde siempre hay familias empresarias que destacan en sus donaciones o que están detrás de las empresas que hacen esos aportes. Allí se hace visible la solidaridad presente en la empresa familiar. La pandemia también fue una instancia que permitió ver a empresas familiares movilizadas y activas, comprando insumos que escaseaban o uniéndose para dar respuestas y soluciones a las necesidades de las personas, complementando así la labor que desarrolla el Estado.

La vinculación con las políticas públicas de desarrollo social y comunitario y para con el territorio/comunidades de impacto es otra de las características fuertemente presente en las fundaciones familiares. Ejemplos hay muchos, es el caso de la Fundación Colunga, ligada a la familia Cueto, que ha logrado instalar el bienestar de la niñez como uno de los focos del desarrollo de Chile, o el caso de la Fundación Mustakis, Ibáñez Atkinson, Olivos (ligada a la familia Matte) que motivados por el arte y una educación de vanguardia han generado un impacto social de un alto radio en el tejido social. Y así existen muchos ejemplos más. Solo en la AEF hay 53 fundaciones familiares.

Destacados también son los casos de la familia Schiess, quienes recientemente fueron reconocidos con el Reconocimiento a la Filantropía de Impacto AEF 2023 y la familia Luksic con el Reconocimiento Familia Empresaria del Año AEF 2023.

De cara a los próximos años, ¿cuáles son los principales objetivos estratégicos que se ha trazado la Asociación de Empresas Familiares?

Para nosotros lo fundamental es seguir fortaleciendo nuestro propósito como organización que es construir un espacio de confianza para que las familias empresarias de Chile se conecten entre ellas y con la sociedad, compartiendo experiencias y aprendizajes que nos inspiren mutuamente y generen así liderazgos que contribuyen al país. Y este propósito lo desarrollamos a través de 3 lineamientos estratégicos: uno interno que se enfoca principalmente en la generación de comunidad al interior de AEF y compartir experiencias y buenas prácticas; otro externo que es comprometerse con Chile a hacer una "buena empresa", fomentar la sustentabilidad y la innovación, generar programas filantrópicos y/o de inversiones de impacto y así visibilizar los aportes positivos del empresariado familiar al país. Por último, es importante estar estratégicamente conectados al mundo, sobre todo, porque somos un país "aislado" geográficamente. Para eso, AEF Chile pertenece a la más grande organización de familias empresarias a nivel global: FBN. ■

Karina Suárez

Gerente General AVON Chile

“Estamos comprometidos en forjar un mundo mejor, donde todos sean libres de celebrar su propia belleza e identidad”

Por Constanza Prats

La sociedad moderna ha experimentado una transformación significativa en sus paradigmas culturales y ambientales, particularmente en el empoderamiento y la creciente participación de la mujer en roles de liderazgo y toma de decisiones. Este cambio ha abierto nuevas oportunidades para que las mujeres contribuyan efectivamente en diversas áreas de la vida. En este contexto, Karina Suárez, ingeniera comercial de la Universidad Diego Portales y Gerente General de Avon Chile desde 2022, se destaca como la primera mujer chilena en ocupar este cargo. Su exitosa carrera profesional, reconocida en 2023 como una de las “100 mujeres líderes de Chile”, ejemplifica este avance. Suárez mantiene un enfoque en objetivos significativos, alineándose con la misión de AVON de impulsar el progreso y desarrollo de las mujeres como motor central de su crecimiento.



AVON es una marca que siempre se ha orientado al crecimiento de la mujer, apoyando su independencia económica, pero paradójicamente pocas mujeres han sido líderes de primera línea. ¿Cómo cree que esta decisión se relaciona con los valores y objetivos de la compañía?

En Avon llevamos 137 años creyendo que un mundo mejor para las mujeres es un mundo mejor para todos, y ya tenemos 46 años en Chile transformando la vida de las mujeres con la oportunidad de emprender su propio negocio independiente, mejorando así su calidad de vida. Y en todos estos años, donde hemos acompañado el poder de las mujeres alzando la voz en las temáticas que le son más relevantes, es la segunda vez que una mujer está a la cabeza de sus operaciones en Chile.

Este hecho, como otros en esta línea dentro de la compañía, creo que no sólo visibiliza aún más la participación de las mujeres en la alta dirección, sino que también reafirma nuestro compromiso en Avon: el progreso de las mujeres es nuestro motor.

En nuestra empresa existe una cultura que constantemente avanza hacia la equidad de género, donde incluso tenemos una visión 2030 que se ha propuesto objetivos en derechos

humanos y personas, en los cuales se busca empoderamiento para las mujeres, con base en planteamientos propuestos por la ONU. Para el 2023, por ejemplo, una de las metas es tener igualdad de representación, con 53% de las mujeres en los equipos senior o cargos directivos superiores.

¿Qué responsabilidad siente con el cargo y su gestión?

Todos los días me doy cuenta de lo importante que es asumir este cargo, de tener la oportunidad de transmitir impacto, inspiración y visibilidad a nuestras consultoras de belleza y de la posibilidad que me permite al ser un espejo de oportunidad para mis compañeras de trabajo. Este trabajo interno de desarrollo femenino se ha visibilizado con un hito importante que tuvimos este año, pues Avon obtuvo por segundo año consecutivo el primer lugar del Ranking IMAD (Índice de Mujeres en Alta Dirección) Empresas 2023, el único ranking en Chile que mide la presencia femenina en alta dirección, lo que nos llena de orgullo, porque demuestra que seguimos encaminados en el mismo propósito.

¿A qué barreras o dificultades se ha enfrentado para llegar a altos cargos en su desarrollo profesional, y como potencia a otras mujeres desde su liderazgo?

Los caminos no siempre son fáciles para las mujeres, y en toda mi carrera creo que la principal dificultad que sigue persistiendo en muchas partes, es la discriminación y estereotipos restrictivos, que siguen siendo generalizados. Uno de los mejores consejos que puedo dar a las mujeres en el mundo corporativo es que encuentren a una mentora. Siempre va a existir alguien que va a darnos una mano, nos va a hacer brillar, e iluminarnos el camino para poder avanzar.

¿A cuántas mujeres impacta la compañía? ¿cuál es el alcance de los productos?

En Avon, creemos firmemente en el poder del talento femenino y en cómo las mujeres impulsamos no solo el éxito individual, sino también el éxito colectivo de una compañía. Es por eso que en Chile tenemos 60% de mujeres en el board de gerentes, más de 70%

“
En Avon llevamos 137 años creyendo que un mundo mejor para las mujeres es un mundo mejor para todos,
”



de los colaboradores administrativos son mujeres (123), y toda nuestra fuerza de venta es femenina. Todo esto, se suma a que somos un movimiento de mujeres, creando oportunidades para que millones de personas puedan emprender su negocio independiente. En Chile son 70.000 las consultoras de belleza; y en el mundo, más de 2,6 millones, en su mayoría mujeres, que impactan con sus productos.

Avon cumple 45 años en nuestro país y aunque los tiempos han cambiado, la mujer sigue teniendo dificultades para su desarrollo laboral y personal. ¿Qué barreras ven ustedes que dificultan su desarrollo y cómo contribuye la empresa a superarlas?

En todo el mundo, las mujeres y sus familias han sentido la presión del aumento del costo de vida. Según un estudio que hicimos el año pasado a nivel global, 98% de las mujeres en todo el mundo están afectadas por este aumento. En Avon tenemos una larga trayectoria haciendo belleza de manera diferente, creando productos de maquillaje, cuidado de la piel y fragancias de alta calidad sin precios de lujo, pues impulsamos la democratización de la belleza, que sea accesible para todos y todas. Al mismo tiempo, ofrecemos a las mujeres la oportunidad de independizarse económicamente a través de la consultoría de belleza, encontrando su propio emprendimiento con productos innovadores y de calidad. Dado que muchas mujeres en todo el mundo buscan formas de ahorrar dinero y comenzar una actividad secundaria, un ingreso complementario o directamente una nueva forma de emprender con sus negocios, pero contando con todo el apoyo que puede ofrecer una compañía de venta directa como lo es Avon. Estoy orgullosa de ser parte de una marca que apoya a las mujeres, las ayuda a comenzar como emprendedoras y que las eleva al empoderamiento económico.

Cada país tiene distintas realidades, en relación a las niñas y mujeres, ¿Cómo describiría a la mujer chilena, sus barreras, dificultades, motivaciones y carencias, y como AVON aborda estas áreas?

Pese a que cada país tiene una realidad distinta, a nivel mundial sigue existiendo muchísima desigualdad. Por ejemplo, en el último estudio de IPSOS a nivel mundial, dos de cada tres personas

(68%) consideran que en su país existe desigualdad entre hombres y mujeres en cuanto a derechos sociales, políticos y/o económicos. En Chile, esto se eleva a 74%, ocupando el séptimo puesto en el ranking de 32 países liderado por India (81%), Sudáfrica (79%) y Brasil (78%). Y es que las cifras sobre los efectos de la pandemia en el mercado del trabajo de nuestro país vuelven a demostrar que la falta de conciliación entre trabajo y familia afecta en mayor proporción a las mujeres. No obstante, la chilena es emprendedora, aguerrida y siempre va a estar buscando oportunidades y una de ellas es el tema del trabajo. Hay varias razones de por qué es necesario fortalecer el acceso de las mujeres al mundo del trabajo. Entre otras, un aumento de la inserción laboral femenina aporta al crecimiento y progreso del país; aumenta el ingreso de los hogares y ayuda a disminuir la desigualdad y pobreza. Pero, por sobre todo, el empleo entrega autonomía económica y empodera a las mujeres.



En Avon creamos oportunidades para que millones de personas puedan emprender. Conectamos a las personas a través de la belleza y a través de la pasión por acercar innovación, tendencia y calidad al alcance de todas las personas. Apoyamos a todas nuestras consultoras para que puedan ser exitosas y sus negocios prosperen. Abrazamos la flexibilidad, dándoles la oportunidad de ser sus propias jefas, ganando dinero, creciendo y aprendiendo a su manera. Y lo más importante: teniendo control sobre su tiempo y objetivos comerciales.

Hoy en día los clientes demandan mejores productos, con mayor compromiso con el medio ambiente, y que este no solo sea discursivo, sino adherido al comportamiento corporativo de las empresas. ¿Qué está realizando la compañía con su holding de marcas y cómo lo da a conocer?

Hoy tenemos un consumidor más exigente y riguroso al momento de seleccionar un producto. Desde Avon hace muchos años hemos venido

asumiendo este compromiso de no realizar pruebas en animales. Este año decidimos seguir avanzando en la misma línea, es por eso que en julio del presente año anunciamos una alianza con Cruelty Free International, para recibir la aprobación del Programa Leaping Bunny, la norma de oro mundialmente reconocida para los productos desarrollados sin crueldad animal. La obtención de esta aprobación certifica el compromiso de 30 años de Avon con el bienestar animal. Esto nos llena de alegría, porque con esta alianza reafirmamos nuestros principios de ofrecer productos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes comprometidos con el bienestar animal. Y si bien nuestro compromiso con este tema es algo que llevamos haciendo por más de 3 décadas, nos llena de orgullo ser reconocidos con esta certificación.

En el contexto de la sustentabilidad, ¿cómo trabaja AVON para desarrollar y promover productos más sustentables?

Estamos trabajando arduamente para ser una empresa más sostenible y resiliente, desde cómo creamos nuestros productos hasta la reducción de la huella ambiental de nuestras operaciones. Estamos en un ambicioso viaje como holding Natura&Co en nuestras operaciones de América Latina, para reducir el embalaje de nuestros productos, pasar al papel 100 % sostenible y aumentar el uso de materiales reciclados y reciclables. Estamos trabajando para lograr ingredientes más renovables y naturales y fórmulas biodegradables para nuestros productos de belleza. Nos hemos comprometido a utilizar al menos 90% de ingredientes renovables o naturales y 95 % de fórmulas biodegradables para 2030. Estamos trabajando en la transparencia y la trazabilidad en todos nuestros productos, incluidos aquellos ingredientes que tienen preocupaciones sociales o ambientales particulares. Por ejemplo, utilizamos una pequeña cantidad de aceite de palma y somos miembros comprometidos a largo plazo de la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO) y de Acción por Derivados Sostenibles (ASD). Ahora vamos más allá y nos hemos comprometido a que nuestras cadenas de suministro críticas de aceite de palma, mica, papel, alcohol, soja y algodón serán totalmente rastreables y/o certificadas para 2025.

Estamos avanzando en nuestra ambición de hacer que todos nuestros envases sean reciclables, reutilizables o compostables para 2030. Estamos aumentando la cantidad de plástico reciclado que utilizamos y disminuyendo la cantidad de envases en general. Más de dos tercios de nuestros envases de plástico ya son reciclables, reutilizables o compostables, pero reconocemos que aún tenemos más por hacer para reducir el impacto ambiental de nuestros envases.

¿Qué esfuerzos realiza AVON para educar a sus clientes y la comunidad en general sobre temas de sustentabilidad y empoderamiento de las mujeres? ¿Existen campañas específicas destinadas a crear conciencia sobre estos temas?

Una comunicación 360° está al centro de todos estos esfuerzos para que nuestros stakeholders conozcan qué estamos haciendo como compañía con respecto a temas de sustentabilidad y empoderamiento de las mujeres. Por ejemplo, este año concretamos una alianza con "Genias" donde lanzamos un Diccionario de empoderamiento económico con 50 conceptos de finanzas que aportan a la educación financiera. Este mismo lo lanzamos en nuestro tercer encuentro de mujeres líderes para discutir precisamente sobre estos temas, empoderamiento económico, patrimonio y liderazgo. Pero al mismo tiempo lo comunicamos con la prensa y nuestros amigos de la marca que son creadores de contenido, para que todo el público pueda conocer qué acciones estamos realizando y cómo benefician y apoyan a muchas mujeres. También este año, con la certificación de Leaping Bunny, desplegamos una campaña que abarcó desde el análogo al digital para compartir nuestro orgullo de ser una marca comprometida con el desarrollo sustentable, cuidando el bienestar animal.

¿Cómo la empresa planea evolucionar sus prácticas para adaptarse a las cambiantes expectativas del consumidor y los estándares globales?

Como parte del holding Natura&Co tenemos nuestras metas Visión 2030, también conocido como "Compromiso por la Vida", que incluye una serie de compromisos y acciones, en un plazo de 10 años, divididos en tres pilares: abordar la crisis climática y proteger la Amazonía; defender los derechos humanos y ser humanos; adoptar la circularidad y la regeneración.

Sabemos que nuestros consumidores no solo están accediendo a un excelente producto, con buena factura, tecnología de punta y que se adapte a sus necesidades, sino que necesitan que la marca que elijan se comprometa con sus valores. Por lo que para nosotros es importantísimo tomar acciones al respecto. Por ejemplo, generar trazabilidad total y/o la certificación de las cadenas suministro; continuar reduciendo las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y consumo de energía; aumentar en 45% la reducción de uso de agua; incrementar el reciclaje en 95% y fomentar el reciclado de los productos en los consumidores en 30%.

¿Qué está haciendo la marca en materia de innovación, productos sustentables, necesidades actuales y cliente más informado?

En Avon creemos en la democratización de la belleza de la mano de productos de alta calidad a precios accesibles. Es por eso que la innovación está en el centro de la creación de nuestros nuevos productos, ya sea que estemos utilizando vainilla 100% reciclada, extraída de manera sustentable y ética en colaboración con las comunidades locales de Madagascar, mediante la técnica de upcycling para nuestro perfume Far Away Beyond; o con la inauguración de nuestro nuevo Centro de Innovación en Cajamar, Sao Paulo. Integrado al Centro de Innovación de Natura, el Centro Global de Innovación Avon Brasil hará de América Latina el principal polo de inversiones tecnológicas de la marca en el mundo. La integración para el intercambio de experiencias entre equipos de especialistas ampliará aún más la capacidad científica de Avon, continuando el legado de productos de alta calidad y precio competitivo que la marca ya produce. Actualmente el proceso de innovación de Avon forma parte de una estrategia conectada a las tendencias globales.

AVON habla de no violencia contra la mujer, empoderamiento económico, estereotipos, desigualdad de género, ¿Incluyen de alguna forma a los hombres para crear conciencia y para que se hagan parte de los cambios?

Si bien nuestras temáticas están enfocadas en la mujer, debido a que somos una compañía, por y para la mujer, creemos firmemente que cuando transformamos el mundo en uno mejor para las mujeres, estamos transformando el mundo en uno mejor para todos. Por lo que es fundamental que los hombres también se hagan parte de esto. Nuestro compromiso con las mujeres va de la mano de nuestra creencia en una inclusión más amplia para todos los grupos. Estamos abiertos a todos, independientemente del género, sexualidad o cualquier otra característica como raza, edad y/o capacidad. En Avon celebramos la belleza en todas sus formas y toda su diversidad, y creemos que todos deberían ser libres de celebrar su propia belleza y expresar su propia identidad. ■





Sí se puede

Por Gabriela Salvador

Directora Ejecutiva de Vantrust Capital

Veinte meses después del nacimiento del primer hijo o hija los ingresos laborales de las mujeres en Chile han caído un 35% en el sector privado (UF 3 mensuales), y 20% en el sector público (UF 0,5 mensuales), señala un estudio del Centro de Estudios de Conflicto y Cohesión Social (Coes). No es un hecho aislado. Esta realidad también existe en países más desarrollados, con diversa regulación laboral y normas sociales. Por ejemplo, las multas en países de habla inglesa (Reino Unido y Estados Unidos) son de 31 a 44%.

Desde mi experiencia en la empresa privada, la raíz del cambio se genera

cuando los cargos directivos tenemos la convicción de que las mujeres son fundamentales en el éxito de una compañía. En Vantrust Capital, nos propusimos cumplir con seis de los objetivos de la ODS de la ONU, entre los que está la igualdad de género. Para ello, generamos políticas de diversidad, equidad e inclusión que promueven la igualdad de oportunidades en el desarrollo profesional. Algunas de estas, son la capacitación y sensibilización sobre diversidad e igualdad de género y concientización sobre sesgos inconscientes para todo el equipo, y la participación de los colaboradores en actividades de organizaciones que promueven la igualdad de género y equidad salarial.

Por otra parte, ha sido muy importante la implementación de beneficios, como trabajar desde la casa a la vuelta del primer post natal, o la modalidad de trabajo híbrido. A su vez, nuestro sistema de remuneraciones fomenta la actualización de rentas de la empresa considerando la equidad interna y competitividad externa. Y contrajimos el compromiso voluntario de ofrecer un sueldo mínimo bruto de 22 UF.

Gracias a todo este trabajo, logramos que la brecha de género sea cero, lo que demuestra que sí se puede. ■



Francisca Valdés

Directora de Mujeres Empresarias

“Los equipos mixtos son imprescindibles para que las empresas puedan innovar”

Por Juan Andrés Sastre

Desde su experiencia de más de 20 años al servicio de la visibilización y empoderamiento del talento femenino, la ejecutiva enfatiza la necesidad de abrir mayores espacios de participación, emprendimiento y liderazgo para las mujeres, no solo en el ámbito de la toma de decisiones directivas, sino también en todos los ámbitos que les permitan consolidar su vital aporte para el desarrollo integral de la sociedad.

El talento femenino es un pilar fundamental para el desarrollo socioeconómico mundial. Así lo establecen diversos estudios realizados por instituciones públicas, privadas y académicas de todo el mundo, cuyos expertos también coinciden en que es absolutamente necesario abrir mayores espacios de participación y empoderamiento para la mujer, tanto en el liderazgo organizacional y corporativo, como en el ámbito de la innovación y el emprendimiento.

Así también lo entiende y reafirma Francisca Valdés, consejera de la Fundación Superación para la Pobreza, Directora del National Museum of Women in The Arts, socia International del Women's Forum, vicepresidenta de la Unión Social de Empresarios, Ejecutivos y Emprendedores Cristianos, USEC, cofundadora de Woman Talent, WoT, y cofundadora de "Mujeres Empresarias", organización desde donde hace más de 20 años trabaja incansablemente para abrir y conectar nuevos espacios de desarrollo profesional para las mujeres en el mundo empresarial.

Responsabilidades que la han empoderado con fuerza en un escenario donde siempre se deben redoblar esfuerzos para poder visibilizar la importancia del talento femenino para el desarrollo ético, sustentable y equilibrado no solo de la economía, sino de todo el constructo social, tanto en Chile como en el mundo.

¿Cómo se define Francisca Valdés en su rol de mujer?

Como una persona inquieta, sencilla y alegre, que disfruta ejercer su liderazgo en los distintos roles donde participa. Soy mamá, esposa, hermana, amiga, jefa y en cada uno de esos roles trato de dar lo mejor de mí. Me encanta conectar gente, relacionarme con distintas personas y tomadores de decisiones para poder influir e impactar desde mi rol de Mujeres Empresarias.

¿Qué te hace feliz?

Soy una agradecida de la vida: despertar todos los días, estar viva, tener salud, trabajo, poder realizarme y aportar con mis talentos. Estar con otros, me gusta estar con las personas, ver crecer proyectos. En mi rol de fundadora y socia de ME, me gusta ver cómo las ideas se transforman en empresas y esas empresas crecen, generan empleo, se internacionalizan y desarrollan. Y en lo personal me hace muy feliz ver crecer a mi hijo, cómo se desarrolla y se va transformando en una gran persona. Me encanta ayudar a otros, creo que tengo un espíritu de servicio social, una vocación que me llama a ayudar a otros en lo que pueda.

Cuéntanos sobre Mujeres Empresarias, donde eres socia de Carolina Eterovic. ¿Cómo nace, cuántos años llevan y cuáles son sus principales hitos?

Nace de la necesidad que vimos con Carolina de atender a un nicho de mujeres profesionales que querían tener sus propios negocios, desarrollar carrera y liderar equipos, pero no estaban siendo tomadas en cuenta. No había proyectos para ellas, no eran speakers en los congresos. Estaban muy invisibles, siendo que somos más de la mitad de la población y del talento. Había una deuda enorme y un nicho bastante abandonado. Desde el primer día que convocamos a mujeres desde el mundo de la empresa y los negocios, tuvimos una muy buena acogida y ahí nos dimos cuenta de que esto sí era

una necesidad. Eso fue hace 22 años, donde el sueño fue crear un lugar de encuentro para las emprendedoras que querían tener sus empresas, o las empresarias que querían hacer crecer sus negocios o las mujeres ejecutivas que querían desarrollar sus carreras, tener un reconocimiento de valor, de talento, y llegar a ser directoras de empresa.

Para ello ME tiene varias líneas de acción y cada una de ellas se ha ido consolidando en el tiempo. Primero partimos con los premios para ser visibles en Chile. El primero se llamó "Joven Emprendedora", donde visibilizábamos el talento de las jóvenes que emprendían y que tenían menos de 30 años, como por ejemplo, las creadoras de Hands And Company, de Tika Chips, Agro Top o DBS, todas empresas conocidas, pero de las que no se sabía que detrás estaba una mujer con espíritu emprendedor.

Hace 22 años creamos el premio de las "100 Mujeres Líderes", que nos permitió junto a "El Mercurio" visibilizar el talento de mujeres de distintas áreas: empresarias, ejecutivas, en el servicio público, servicio social y académicas e investigadoras.

“
Creo que Mujeres Empresarias ha sido un actor relevante en el ecosistema que tenemos hoy en Chile. Fuimos muy visionarias en eso y CORFO nos ha apoyado.
”

Después vino el tema de cómo ayudábamos a las mujeres a emprender y hacer crecer sus negocios para impactar, y nos transformamos en una aceleradora de negocios donde a las mujeres les enseñamos a tener una hoja de ruta de su negocio, a saber presentarse ante inversionistas, acceder a redes, innovar y escalar sus empresas. Creo que Mujeres Empresarias ha sido un actor relevante en el ecosistema que tenemos hoy en Chile. Fuimos muy visionarias en eso y CORFO nos ha apoyado.

Otra área importante es nuestro Programa BOW, Board of Women, dedicado a la formación de mujeres en la alta dirección, en temas de gobiernos corporativos, para que asuman cargos de directorios en empresas, que ha

sido tremendamente exitoso pues ya tenemos a más de 1.200 mujeres certificadas.

"100 mujeres líderes" ha sido un gran acierto que ha ayudado a muchas empresarias y emprendedoras. ¿Cómo nace esta iniciativa y cómo ha sido su desarrollo?

Nos inspiramos en las cosas que se hacían afuera, como los rankings de las mujeres más influyentes de las empresas más prestigiosas y dijimos, "hagamos el listado de las 100 mujeres líderes de Chile". Le presentamos la idea a "El Mercurio", que nos acogió desde el primer minuto y creamos este premio, que nos impresiona cómo ha ido ganando reputación año a año. Hemos trabajado en cuidar su metodología, en que sea un proceso transparente y participativo, y lo hemos logrado. Hoy es el premio más importante que visibiliza el liderazgo y el talento femenino en Chile. Este año recibimos la impactante cifra de más de 32 mil nominaciones porque es una campaña con cobertura nacional y abierta a todo el público.

¿Qué le falta a ME para consolidarse aún más?

Siempre estamos desafiadas, creando cosas nuevas e innovando. Estamos generando el ranking IMAD, que ya tiene siete mediciones, que mide la presencia femenina en la alta dirección de las empresas más influyentes de Chile. La medición abarca directorios, puestos de primera línea y el total de colaboradores de las empresas. Esto nos ha permitido ir midiendo el esfuerzo que hacen las empresas por retener e incorporar el talento femenino. Junto con eso está naciendo el área de consultoría en equidad de género. En Mujeres Empresarias vemos que hay una sensibilización y reconocimiento a la equidad de género, pero se hace poco. Está en la declaración, pero falta ir a la acción. Y Mujeres Empresarias se pone al servicio de esta acción, porque creemos firmemente que tener equipos mixtos es lo que le hace falta a las empresas para generar mayor innovación, para representar mejor a todos los grupos de intereses, ampliar la mirada y mejorar los resultados.



Sabemos que también están invirtiendo en startups, ¿que nos puedes decir de eso?

Mujeres Empresarias es parte de Women Talent, WoT, que busca conectar el talento femenino con las empresas que demandan este talento. Siempre nos dicen que no hay mujeres, o que no saben dónde están. Entonces WoT viene a solucionar ese dolor. Es una plataforma donde las mujeres ponen todos sus datos profesionales y mediante inteligencia artificial se hace el match perfecto, a través de un algoritmo que hemos desarrollado. Somos cuatro cofundadoras: Catalina Braun, Silvia Baeza, Carolina Eterovic y yo; y Mujeres Empresarias se integra con el 20% de la propiedad. Es un crecimiento natural donde Mujeres Empresarias aporta la experiencia y conocimiento. Y a través de WoT podemos entregar un sello de compromiso con la equidad de género, que las empresas lo pueden informar en sus reportes ESG (compromiso medioambiental, social y de gobernanza).

El 8 de marzo cumplimos 1 año desde que lanzamos WoT, y ya tenemos 4 empresas usuarias y más de 1.400 mujeres con sus perfiles. Ahora tenemos el desafío de salir al mundo con esta plataforma, para que nunca más se diga que “no hay mujeres”.

¿Qué opina del actual gobierno en relación a la ayuda que brinda a las empresas y emprendedores?

Corfo es la institución que, independiente del gobierno, permite que exista el emprendimiento y para ello hace una labor tremenda, con distintos subsidios y líneas de fomento. Mujeres Empresarias es la única aceleradora con foco en emprendimiento femenino que ha sabido trabajar y

colaborar con CORFO para apoyar emprendimientos de alto impacto. Pero de todos modos necesitamos que la economía se reactive y tener seguridad para atraer una mayor inversión y así atraer el crecimiento que tanto necesitamos para generar mayor empleo y salir de este estancamiento.

¿Qué proyectos tiene ME para 2024?

Se viene el desafío de poder seguir creciendo en nuestras áreas: queremos crecer mucho en la academia de Mujeres Empresarias, que es aparte del BOW y donde ya hemos formado a más de 1.200 mujeres. Vamos a lanzar el programa PAD para apoyar a mujeres con menos de 10 años de experiencia a potenciar su desarrollo de carrera, a través de ciertas habilidades como negociación, storytelling y liderazgo, para dar un salto en sus carreras profesionales.

También queremos repetir la Cumbre de las 100 Mujeres Líderes, que tuvo mucho éxito este año, y que en esta versión tenga muchas más integrantes, y que se generen encuentros improbables y conexiones entre las mujeres que han recibido este reconocimiento, donde las hacemos pensar en soluciones para el Chile del futuro.

Otro tema que siempre ha estado pendiente es la internacionalización de Mujeres Empresarias y nos encantaría en este año 2024 explorar mercados extranjeros. ■

Le Bistrot Viet

Kim My - Dueña restaurant

Deliciosa aventura de magia y sabores exóticos

Por Pierine Méndez

La amistad surgida hace más de 20 años en la cocina de un pequeño restaurante del territorio insular de Caledonia Francesa, entre los chef Kim My y Gaëtan Eonet, fructificó en un exitoso emprendimiento que hoy ofrece a los comensales chilenos toda la rica variedad en preparaciones y sabores de la gastronomía tradicional vietnamita.

Los constantes cambios y transformaciones que experimentan las tendencias de consumo de la población, hoy se traducen en múltiples oportunidades de crecimiento y desarrollo para las empresas que se atreven a innovar.

Una condición que es especialmente válida para el rubro gastronómico, donde en los últimos años se ha vivido una auténtica evolución exponencial en las ofertas de sabores y propuestas cada vez más variados y "exóticos", que precisamente responden a las nuevas exigencias de un público ávido de preparaciones atrevidas y sensorialmente distintas.

Propuestas que vayan más allá de los límites de la gastronomía tradicional y permitan "abrir la puerta emocional", mediante platos que también inviten, con cada nuevo bocado, a viajar en cuerpo y alma hacia latitudes lejanas, mágicas y misteriosas.

Así lo entendió en su momento la chef y empresaria gastronómica vietnamita Kim My, quien hace algunos años decidió ofrecer a los comensales chilenos la aventura de trasladarse a esos mágicos parajes de ensueño, a través de la atractiva carta del restaurante Le Bistrot Viet, que conjuga toda la mágica esencia conquistadora de las cocinas oriental y francesa.



“Yo nací en Laos, de padre laosiano y madre vietnamita, pero después de la independencia de estos dos países, mi familia se mudó al territorio francés de Nueva Caledonia, donde pasé mi infancia y juventud, siempre distribuyendo mi tiempo entre el colegio y el restaurante de mi madre”, comenta Kim, exhibiendo con orgullo las profundas raíces culturales y gastronómicas de su familia.

Una tradición que posteriormente se enriqueció gracias a su espíritu autodidacta, que la llevó a viajar por el mundo, ejerciendo múltiples profesiones y estudiando diversas disciplinas por su cuenta.

Este proceso de aventura y aprendizaje precisamente permitió el nacimiento de “Le Bistrot Viet”, restaurante que surgió tras el reencuentro entre Kim y Gaëtan Eonet, cocinero y dueño del Bistrot de Gaëtan, en Providencia, quienes compartieron durante los años de juventud de Kim My en Nueva Caledonia.

Si bien sus vidas corrieron por carriles separados durante mucho tiempo, la amistad forjada en esos años y la experiencia culinaria tanto de Kim como de Gaëtan, permitió madurar, luego del reencuentro en nuestro país, la idea de elaborar una cocina tipo “Bistrot”, inspirada por la gastronomía tradicional vietnamita.

Experiencia que gracias al empuje creativo y la pasión gastronómica de ambos socios, hoy es todo un éxito del circuito culinario santiaguino.

¿Cuál fue su motivación para abrir un restaurante tan diferente y hasta cierto punto complejo en su propuesta culinaria?

El éxito de “Le Bistrot de Gaëtan” demostró que Chile estaba abierto a las cocinas internacionales y eso me motivó a presentar la cocina vietnamita, reconocida como una de las mejores y sanas del mundo.

¿Confían en tener una respuesta positiva del público chileno, o existía cierto temor e incertidumbre respecto de cómo sería la recepción?

Todas las aventuras implican riesgos y incertidumbre...





¿Los resultados fueron positivos de inmediato?

A pesar de la ausencia de la licencia de alcohol durante los primeros seis meses, notamos que nuestra cocina tuvo muy buena aceptación por parte del público chileno, que constituye el 80% de nuestros clientes. Además recibimos 7 tenedores de la revista Wikén del Mercurio. Esto nos permitió aumentar más rápidamente la notoriedad de Bistrot Viet.

¿Cómo enfrentaron el complejo impacto de la crisis social y sanitaria?

La crisis social y sanitaria nos ha impactado fuertemente, como a todas las empresas del entorno, incluso si estuviéramos más protegidos por una ubicación más segura en el segundo piso de un pequeño centro comercial como es "La Galería Lastarria".

¿Estuvieron en riesgo de desaparecer, como le ocurrió a otros empresarios del sector?

Por supuesto, teníamos este riesgo, pero la fidelidad de nuestros clientes, empleados y proveedores nos permitió continuar esta experiencia, a pesar de todas las dificultades que atravesamos durante este complejo período.

¿A qué le atribuyen hoy su posicionamiento, dentro de un mercado tan extenso, variado y competitivo?

Nuestro posicionamiento es único, porque nuestra cocina vietnamita es tradicional e íntegramente elaborada in situ, lo cual nos concede un gran valor agregado para responder a las exigencias de nuestros clientes.

¿Y cuáles son hoy los aspectos más destacados de su carta, los elementos distintivos que les permiten superar a otras propuestas?

Los platos más típicos son los "Nems", "Pho" y "Bah Xeo", entre otros, que son los más exclusivos de la cocina vietnamita. Por eso, nos complace verlos rápidamente adoptados en Chile.

¿Creen que el público nacional, en especial las nuevas generaciones apuestan por una renovación de sabores y propuestas más exóticas y creativas?

Por supuesto, hoy los clientes chilenos de todas las generaciones están cada vez más y más abiertos a nuevos sabores y productos, lo que también se refleja en su cada vez mayor gusto y preferencia por nuestra cocina.

Además, las nuevas generaciones que consumen más productos vegetarianos y veganos, también pueden encontrar los platos que buscan en nuestras propuestas, así que tenemos la posibilidad de atender un amplio abanico de gustos, preferencias y necesidades.

¿Se sienten ya bien asentados dentro del circuito culinario nacional?

Sí, aunque debemos recordar que el éxito es frágil. Nosotros y nuestros equipos lo sabemos, por eso, trabajamos cada día para mejorar todos nuestros productos y nuestros servicios, porque la satisfacción y el placer de nuestros clientes, seguirán siendo siempre el motor de nuestro restaurant.

¿Aspiran a seguir renovando su propuesta, apostando por nuevos sabores o preparaciones innovadoras?

Por supuesto. Por ejemplo, solo el mes pasado introdujimos dos nuevos platos y dos nuevos cócteles que estamos seguros serán de gran éxito entre el público chileno. Es parte de cómo hacemos las cosas.

¿Cuáles son sus proyectos? ¿Creen que la situación actual del mercado y la sociedad les permite trazar nuevos planes de mediano o largo plazo?

Hoy en día, la situación económica global cambia muy rápidamente, sea de manera positiva o negativa. Por ende todas las empresas, tanto en Chile como en todo el mundo, deben saber esperar y elegir el momento adecuado para invertir y desarrollarse. Y eso también cuenta para las empresas del rubro gastronómico.

Esta es y será la filosofía que guía nuestro futuro. ■

R
RENAISSANCE®
SANTIAGO HOTEL

TUS EVENTOS EN RENAISSANCE SANTIAGO



**REUNIONES, CONFERENCIAS Y SEMINARIOS, DENTRO DE UN
AMBIENTE SUSTENTABLE.**

¿Sabías que al realizar tus eventos en Renaissance Santiago
reduces la huella de carbono?

Somos el primer hotel con certificación Leed Gold.

Llámanos: +56 2 2678 8812 | +56 2 2678 8888 | mariajose.burgos@renaissancehotels.cl
Av. Kennedy 4.700. Vitacura



Los Pioneros de Melipeuco

Centro Turístico

*Rincón de magia natural,
que deleita el alma y los sentidos*

Por Pierine Méndez

Enclavado en pleno corazón de la exuberante región de la Araucanía, este atractivo emprendimiento vacacional ofrece a sus visitantes la posibilidad de conectarse con el alma más profunda de un territorio virgen y encantador, que permite escapar por un instante de las exigencias de la vida, para renacer en plenitud y en dichosa paz interior.

La belleza natural del sur de Chile, especialmente de la región de la Araucanía ha sido, tradicionalmente, un elemento extraordinariamente cautivador para el turismo, tanto a nivel nacional como internacional.

Un atractivo que nace tanto de la magia de sus paisajes, como de la amabilidad de su gente y la plácida tranquilidad de un entorno pleno de belleza natural, donde a cada paso, la vida parece estallar en múltiples cantos de dicha, tranquilidad y paz interior.



Así lo vivió desde su infancia la empresaria Paola Parra, fundadora del Centro Turístico Los Pioneros de Melipeuco, que en esta temporada promete a todos sus visitantes, disfrutar de la delicada e inigualable experiencia de combinar la belleza innata de la Araucanía, con la posibilidad de desconectarse del "mundanal ruido" y de revivir en paz y armonía, rodeado por una exuberante y maravillosa naturaleza viva.

¿Cómo y cuándo surgió la idea de desarrollar este atractivo emprendimiento turístico? ¿Qué los motivó a desarrollarse en un mercado tan competitivo?

La idea de desarrollar el Centro Turístico Los Pioneros en Melipeuco surgió de mi profundo amor y conexión con este paraíso cordillerano. Siendo la única de cuatro hermanos nacida en Melipeuco y criada en este entorno, siempre sentí un vínculo especial con los impresionantes paisajes prístinos y las araucarias milenarias que hacen de nuestra región un lugar único en el planeta.

Mis padres, desde que tengo memoria, se dedicaron al turismo en Melipeuco, transmitiéndome su pasión y conocimiento del rubro. Con el tiempo, adquirí la experiencia necesaria para emprender por mi cuenta y decidí llevar adelante este proyecto familiar, convencida de que nuestro destino tiene una riqueza y belleza escénica insuperable. La idea no solo era ofrecer servicios turísticos estándar, como hospedaje y camping, sino destacar la singularidad de nuestro entorno.

La motivación para desarrollarnos en un mercado tan competitivo radica en la convicción de que Melipeuco cuenta con un potencial turístico excepcional que merece ser reconocido a nivel nacional e internacional. Más allá de la competencia en servicios de hospedaje y otros, confiamos en que la autenticidad y singularidad de nuestros paisajes son elementos diferenciadores que atraerán a los visitantes.

Desde pequeña, escuché a mi papá decir que vivíamos en un paraíso, y con el tiempo, al recorrer otras latitudes del mundo, confirmé que teníamos un tesoro natural incomparable. Esa admiración y amor por este paraíso cordillerano de Melipeuco se convirtieron en la base de nuestro

emprendimiento turístico. Cada rincón de nuestra región es una joya, y nuestro objetivo es compartir esa belleza con aquellos que buscan experiencias auténticas y memorables.

¿Por qué decidieron instalarse en la Región de la Araucanía? ¿Tienen raíces especiales en esta zona?

Melipeuco no es solo un lugar en el mapa; es el hogar que ha sido testigo de generaciones de mi familia dedicadas al turismo. Esta conexión íntima con la región y sus habitantes ha sido un factor determinante en nuestra decisión de quedarnos aquí y establecer el Centro Turístico Los Pioneros. Cada rincón de Melipeuco tiene un significado especial para mí, lleno de recuerdos y experiencias que han moldeado mi identidad.

Además, la Región de la Araucanía, con su riqueza cultural, belleza natural y presencia de las imponentes araucarias milenarias, ofrece un entorno único que no solo nos enamoró, sino que también vemos como un tesoro que merece ser compartido con los visitantes. Decidimos quedarnos en esta región porque creemos en su potencial turístico y en la posibilidad de contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad local.

¿Cuál es el valor agregado que hoy ofrecen a sus visitantes, el plus especial que les permite ser una alternativa atractiva para los turistas?

El valor agregado que ofrecemos a nuestros visitantes se basa en la diversificación de productos y servicios, así como en estrategias para romper la estacionalidad y atraer visitas durante todo el año. Nos hemos esforzado en diseñar experiencias únicas que resalten la belleza de Melipeuco en cada temporada.

En primer lugar, hemos implementado tours fotográficos en otoño, aprovechando la extraordinaria diversidad de colores y paisajes que ofrece el Parque Nacional Conguillío, China Muerta y Sollipulli durante esta estación. Hemos posicionado a Melipeuco como la "Capital del Otoño" en la región, destacando la singularidad de nuestros paisajes y promoviendo esta temporada como un momento ideal para visitarnos.





En invierno, nos hemos enfocado en travesías familiares, ofreciendo una alternativa atractiva para aquellos que buscan disfrutar de la nieve en un entorno natural. Aunque no contamos con instalaciones de esquí convencionales, hemos destacado la posibilidad de realizar travesías en vehículos preparados para la nieve, explorando lugares hermosos y disfrutando de la temporada invernal de una manera diferente.

Además, hemos impulsado actividades turísticas deportivas, como competiciones de alto nivel en paisajes impresionantes. Eventos como trote, Trail, XCM con categoría Gravel y Pwen son oportunidades para invitar a personas de todo el mundo a explorar nuestra comuna mientras participan en eventos deportivos de exigencia, pero también enfocados en promover la vida sana y las actividades al aire libre.

Estas estrategias no solo permiten atraer visitantes en diferentes épocas del año, sino que también contribuyen a difundir y posicionar a Melipeuco como un destino turístico atractivo, destacando no solo su belleza natural, sino también las diversas actividades que se pueden disfrutar en la región.

¿Cuál es hoy su mercado objetivo, apuntan por el turismo interno o externo?

Nuestro mercado objetivo se orienta hacia un turismo de intereses especiales, buscando atraer a personas que compartan una afinidad por la naturaleza, la tranquilidad y la paz que ofrece nuestro territorio en Melipeuco. Nos dirigimos a aquellos que buscan escapar del bullicio de la vida urbana, y desean sumergirse en la serenidad del campo y la cordillera.

En nuestro enfoque, valoramos la calidad de la experiencia sobre la cantidad de visitantes. No aspiramos a ser un destino con vida nocturna bulliciosa ni con actividades frenéticas. Más bien, nos esforzamos por ofrecer un ambiente apacible y relajado, donde los turistas puedan disfrutar de la vida de pueblo, lejos del ruido de la ciudad.

Promovemos un turismo que permita a nuestros visitantes sumergirse en la paz y tranquilidad que caracteriza a Melipeuco. Queremos que experimenten el placer de realizar trekking en entornos hermosos, escuchando el canto de los pájaros y dejándose llevar por la melodía del viento entre las montañas. En resumen, buscamos atraer a aquellos que aprecian la autenticidad, la conexión con la naturaleza y el disfrute de momentos tranquilos en un entorno único como el nuestro en la Cordillera.

Los últimos años han sido especialmente duros para el sector hotelero, ¿cómo lo sortearon ustedes? ¿Tuvieron que hacer muchos ajustes para sobrevivir el impacto económico?

Los últimos años, especialmente tras la pandemia, han supuesto un desafío significativo para nuestro sector hotelero. Para sortear estos tiempos difíciles, nos hemos enfocado en volver a cautivar a nuestro público, en especial al extranjero que solía frecuentar nuestro territorio. Reconocemos que el impacto económico ha sido considerable, y hemos tenido que reinventarnos para adaptarnos a la nueva realidad.

Hemos trabajado arduamente para reconectar con nuestros visitantes europeos, brasileños y aquellos que solían disfrutar de Melipeuco antes de la pandemia. Queremos transmitirles que en este rincón del mundo, en medio de un escenario global convulsionado, aún hay mucho por descubrir y disfrutar. Melipeuco sigue siendo un refugio de paz, tranquilidad y experiencias auténticas en la naturaleza.

En nuestra estrategia de adaptación, nos hemos esforzado por resaltar la belleza única de nuestra región, promoviendo la idea de escapar del caos del mundo actual y encontrar aquí un remanso de serenidad. Queremos que nuestros visitantes vivan un turismo de experiencias memorables, donde cada día se disfrute contemplando la naturaleza, recuperando fuerzas y reconectándose consigo mismos.

La calma que ofrece la Cordillera de los Andes en Melipeuco se convierte en el escenario perfecto para vivir estas experiencias inolvidables. Queremos que cada momento aquí sea un encuentro con la naturaleza, una pausa para disfrutar el día a día y un viaje hacia la tranquilidad que solo nuestra región puede brindar. A pesar de los desafíos económicos, estamos comprometidos en ofrecer un refugio donde los viajeros puedan encontrar la paz y la calma que tanto necesitan.

¿Y cómo los ha afectado, a su vez, el actual contexto social que afecta a la región, han tenido dificultades derivadas de esta contingencia?

Afortunadamente, nuestro centro turístico en Melipeuco no ha experimentado impactos significativos derivados del actual contexto social que afecta a la región. Nos consideramos un lugar seguro, alejado de conflictos regionales, donde las personas viven en paz y las comunidades trabajan de manera productiva en pro del desarrollo de la comuna.

La tranquilidad y estabilidad de nuestra zona son activos importantes que promovemos entre nuestros visitantes. La seguridad y el ambiente apacible se han convertido en parte integral de la experiencia que ofrecemos. Nos esforzamos por mantenernos al tanto de cualquier situación que pueda afectar la percepción de seguridad, y trabajamos en estrecha colaboración con las autoridades locales para garantizar un entorno seguro para nuestros visitantes y el personal del centro turístico.

En este contexto, hemos destacado la belleza y la serenidad de Melipeuco como un refugio ideal para aquellos que buscan escapar de la agitación urbana y disfrutar de la paz que ofrece nuestra región. La colaboración continua con las comunidades locales ha fortalecido aún más nuestra posición como un lugar seguro y acogedor.

¿Cómo esperan que se desarrolle la actual temporada? ¿Creen que será positiva para ustedes y para el sector turístico-hotelero de la región?

Estamos optimistas y esperamos que la actual temporada sea positiva tanto para nosotros como para el sector turístico-hotelero de la región. En particular, esperamos que el año 2024 marque una reactivación económica a nivel mundial, lo que podría tener un impacto positivo en la afluencia de turistas.

Confiamos en que las personas valorarán aún más lo que Melipeuco tiene para ofrecer: paz, tranquilidad y un refugio para el descanso. La tendencia hacia destinos más tranquilos y alejados, donde se pueda disfrutar de la naturaleza y encontrar serenidad, podría beneficiarnos. Estamos comprometidos en resaltar la belleza única de nuestra región y en ofrecer experiencias memorables que permitan a los visitantes reconectar consigo mismos y con la naturaleza.

Además, continuaremos adaptándonos a las circunstancias cambiantes, asegurando que nuestro centro turístico cumpla con todas las normativas de seguridad y salud. La colaboración con las autoridades locales y la promoción de Melipeuco como un destino seguro y apacible serán esenciales para generar confianza entre los turistas.





¿Ofrecen algunas ofertas o promociones especiales para la temporada? ¿Y el resto del año, cómo operan?

En cuanto a las ofertas y promociones especiales para la temporada, hemos optado por mantener los precios de años anteriores, siendo conscientes de la importancia de brindar opciones accesibles a nuestros visitantes. Además, hemos diseñado paquetes all inclusive que ofrecen estadía, alimentación y experiencias memorables, como trekking, cabalgatas, y actividades en el territorio. Queremos proporcionar a nuestros clientes una experiencia completa y única en Melipeuco.

Nuestro enfoque principal es atraer a un nicho de mercado que aprecie la tranquilidad, el deporte y la vida saludable. Nos dirigimos a aquellos que buscan relajarse, descansar y conectarse con la naturaleza. Evitamos el bullicio y nos enfocamos en ofrecer experiencias en un entorno natural único, como el Parque Nacional Conguillío, reconocido por la BBC de Londres como uno de los paisajes más prístinos del planeta.

Además, tenemos convenios con instituciones como Caja Los Andes e INJUV, permitiendo a nuestros visitantes acceder a descuentos y beneficios especiales. A largo plazo, planeamos seguir potenciando el territorio con actividades turísticas deportivas, consolidándonos como una empresa local comprometida con el amor y el cuidado por nuestra zona.

¿Cuáles son sus planes para el mediano plazo? ¿Tienen algún proyecto específico de expansión, por ejemplo, o planean seguir consolidando su actual modelo de negocios?

Nuestros planes para el mediano plazo se centran en consolidar y expandir nuestro actual modelo de negocios, especialmente a través de la colaboración con agencias extranjeras. Tenemos la aspiración de trabajar nuevamente con agencias europeas y brasileñas, así como con aquellas de Norteamérica, con el objetivo de que elijan Melipeuco como su destino turístico.



Para lograr esto, hemos preparado paquetes atractivos durante todo el año, diseñados para atender las necesidades y preferencias de agencias internacionales. Queremos encantarlos nuevamente con la belleza única de la Araucanía Andina y de Melipeuco, destacando nuestros paisajes prístinos y únicos, como el glaciar Sollipulli, uno de los más grandes de Sudamérica, y el Parque Nacional Conguillío con toda su espléndida belleza y bondades naturales.

Queremos ser un destino reconocido a nivel internacional, atrayendo a viajeros que buscan experiencias auténticas y la conexión con la naturaleza en un entorno tan excepcional como el de Melipeuco.

En resumen, buscamos seguir consolidando nuestro modelo de negocio, expandir nuestra presencia en el mercado internacional y convertir a Melipeuco en un destino preferido para aquellos que valoran la belleza prístina y la tranquilidad de la Araucanía Andina. ■

Relanzamiento Revista e-Negocios



Constanza Prats, Directora Revista e-Negocios



Mónica Retamal y Alejandra Mustakis



Tamara Marchant, Juan Pablo Herrera y Gibran Zavala



Gibran Zavala, Magaly Álvarez, Constanza Prats, Graciela Forani, Mary Díaz y Juan Andrés Sastre



Juan Andrés Sastre, Cristián Maulén, Maribel Vidal y Magaly Álvarez



Mónica Retamal, Carmencita Torres, (escultora autora del reconocimiento) y Eduardo Becerra

El pasado viernes 13 de octubre de 2023, se realizó el reconocimiento y relanzamiento de la revista e-Negocios e medio de comunicación del quehacer nacional con enfoque en economía, negocios y empresas.

Esta actividad, se realizó en los salones del hotel Renaissance y contó con la participación de más de 40 asistentes del ámbito empresarial.

wpd en ACERA



Gabriel Boric Font, presidente de Chile, en stand de wpd



Gabriel Boric Font, presidente de Chile, en stand de wpd



Lutz Kindermann, director ejecutivo wpd Chile y Diego Pardow, ministro de Energía.



Lutz Kindermann, director ejecutivo wpd Chile; Ana Lía Rojas, directora ejecutiva de ACERA y Mauricio Henríquez, gerente de Asuntos Corporativos wpd Chile.



Experiencia de realidad aumentada

Los principales ejecutivos del gremio de energías renovables se reunieron el 7 y 8 de noviembre en Centro Parque para celebrar el vigésimo aniversario de la Asociación Chilena de Energías Renovables y Almacenamiento (ACERA).

Al evento asistieron autoridades como el presidente de la República, Gabriel Boric y los ministros de Energía, Diego Pardow y de Medioambiente, Maisa Rojas. El stand de wpd captó especialmente la atención gracias a su interesante experiencia de realidad virtual, que simulaba el ascenso a un aerogenerador.

Una sinfonía innovadora, concierto gala Mininova



Juan Andrés Errázuriz, CEO de ENAEX, Dominique Viera, Presidenta de Fundación Mininova, Dr. Iván Suazo Galdames, Vicerrector de Investigación y Doctorados de la Universidad Autónoma de Chile, David Alaluf, CEO de Endress+Hauser y Anita Marambio, CEO de Workmate.



Dr. Iván Suazo Galdames, Vicerrector de Investigación y Doctorados de la Universidad Autónoma de Chile, embajadora de Finlandia en Chile, Sra. Johanna Kotkajärvi y David Alaluf, CEO de Endress+Hauser.



Anita Marambio, CEO de Workmate, David Alaluf, CEO de Endress+Hauser, Sergio Hernández, Director Ejecutivo de la Asociación de Proveedores Industriales de la Minería (APRIMIN), Makarina Orellana, Gerente de Operaciones y Carolina Lomuscio, Gerente de Personas de Compañía Minera del Pacífico (CMP), Juan Andrés Errázuriz, CEO de ENAEX, Adriana Matus, Directora de Gestión Minera, Rocio Niño, Directora de Mininova y Dr. Juan Pablo Vargas, Director de la Escuela de Minas de la Universidad de Santiago de Chile.



Dominique Viera, Presidenta de Fundación Mininova, Jessica Barrera, Talent Acquisition Senior - HR Latinoamérica (LATAM) de Orica, Rocio Niño, Directora de Mininova, Brenda Quisberth, Memorista en Teck Quebrada Blanca, Anita Marambio, CEO de Workmate y Carolina García, Presidente de la Fundación Comunidad Inclusiva.



Director de orquestas y coros, además de reconocido conferencista, Sergio Feferovich.



David Alaluf, CEO de Endress+Hauser ; Anita Marambio, CEO de Workmate; Francisco Lecaros, Presidente Fundación Minera de Chile

“La Gala de Mininova nos llevó a un viaje mágico donde la música y la minería se fusionaron en una experiencia única e inolvidable. Evento organizado por la Fundación Mininova, en colaboración con destacadas empresas del Ecosistema Minero, fue un festín para los sentidos que, reunió a autoridades, ejecutivos del sector, académicos y representantes de organizaciones sociales.”

Sociales

Expertos y líderes de la industria se reunieron para discutir el futuro sostenible del packaging en Chile



Cecilia Salinas, Ignacio Parada, Jessica Fernández



Ambiente evento



Mariana Sang, especialista en Sustainable & Impact Investing de BTG PACTUAL, César Sáez, Director del Laboratorio de Energías Renovables y Residuos de DICTUC, y María José Ureta, Líder Comercial de Giro



Público asistente



Ignacio Parada, CEO y fundador de Bioelements



Equipo Endeavor Chile: Luz Melendez, Barbara Hughes, Josefina Peterson y Mariana Poblete

El pasado miércoles 8 de noviembre, en el Edificio Tánika, se realizó la Masterclass “Innovación y Ciencia:

Perspectivas para el Futuro del Packaging” organizada por Bioelements. Líderes y expertos analizaron el futuro del embalaje en el contexto de la Ley REP y la gestión de residuos. Ignacio Parada, CEO de Bioelements, resaltó la urgencia de abordar estos desafíos, llamando a la responsabilidad compartida. El evento, que reunió a más de 100 líderes, se destacó por su enfoque en soluciones sostenibles y la promoción de la colaboración para impulsar la innovación en el packaging, alineada con la preservación del medio ambiente. Fue una oportunidad valiosa para compartir perspectivas clave y fomentar la conciencia sobre los desafíos y oportunidades en la industria del envasado.

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

Con S>Y vuelas en la
flota más nueva y
menos contaminante
de la región



S>YAIRLINE.COM

