

e-

Negocios

CREED
1760

Stanton Chase

Socias Principales de Stanton Chase en Chile, Valeria Cox y Bernardita Mena

"La brecha digital en Chile crece más rápido de lo que el mercado laboral puede responder."

Eduardo Pooley

Director de empresas y miembro del directorio de Emprende Tu Mente

"La visión de Emprende tu Mente es acortar la brecha entre emprendedores, empresarios y el mundo corporativo, generando la mayor cantidad posible de redes y conexiones entre ellos."

Claudio Díaz Cuevas

CEO & Managing Partner de Tèmpus Asset Management

"Cuando la ficción del dinero y del Estado se alinea con productividad y responsabilidad, crea bienestar; cuando se separa, la ficción se come a la política y el ciudadano paga el costo."

Casa Creed

Abre sus puertas en Chile de la mano del Grupo DPG.

Contenido

01. Empresa

- 05 Stanton Chase
- 07 Fanny Tora



02. Portada

- 10 DPG y Creed Chile



03. Emprendimiento

- 20 Óscar Cáceres
- 22 Eduardo Pooley

04. Innovación & Tecnología

- 24 Google Cloud
- 25 Ciudades inteligentes

05. Economía & Finanzas

- 26 Claudio Díaz
- 28 DEC

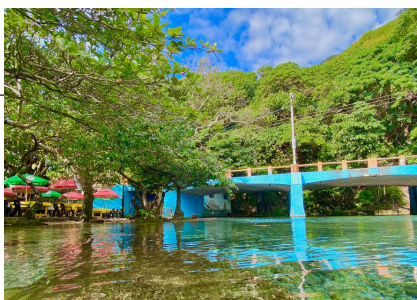
06. Mujeres

- 30 Southbridge
- 32 Mónica Nadal
- 35 Daniela Fredes



07. Gastronomía & Gourmet

- 36 República Dominicana



08. Fundaciones

- 40 Corporación Jesús Niño
- 43 IKO

09. Sociales

- 44 Fundadoras
- 45 Creed
- 46 Google





En e-Negocios creemos que el desarrollo de Chile se impulsa con energía, innovación y visión estratégica. Sectores como la minería y la electricidad son pilares fundamentales de nuestro crecimiento, y hoy viven una transformación que combina tecnología, sostenibilidad y talento humano. Esta edición especial busca ser un punto de encuentro entre quienes lideran ese cambio: las empresas, ingenieros, ejecutivos y emprendedores que están redefiniendo el futuro energético y productivo del país.

Este número reúne entrevistas y reportajes a protagonistas que marcan tendencia en la industria: compañías que apuestan por energías limpias, mineras que integran innovación y responsabilidad social, y líderes que entienden que el progreso va de la mano de la eficiencia y el respeto por el entorno. Queremos ofrecerte una mirada que inspire, que te invite a reflexionar sobre los desafíos que enfrenta nuestro ecosistema económico y a proyectar nuevas oportunidades en un escenario de cambio constante.

Nuestro propósito sigue siendo el mismo: conectar, inspirar y entregar valor a una comunidad empresarial que mira hacia el futuro con decisión. En un contexto global exigente, donde la competitividad se mide también por la capacidad de adaptarse, e-negocios se consolida como una plataforma que amplifica la voz de las grandes empresas y de quienes están impulsando la transformación energética del país.

Otro de los objetivos aparte de informar es conectar, conectar con empresarios, emprendedores, mentores y grandes profesionales que aportan su conocimiento, entrega y desarrollo de nuestro país en cada una de las entrevistas que hacemos en cada edición de e-Negocios.

Gracias por acompañarnos en esta edición, con portadas dedicadas a grandes compañías de importación y del rubro aeronáutico, en donde ambas apuestan por un desarrollo económico principal y representan la fuerza y el compromiso de Chile con un futuro más sostenible, innovador y colaborativo.

Cada página de e-Negocios es una invitación a mirar el progreso desde la energía que lo mueve: las personas, las ideas y la visión de quienes hacen posible el cambio.

Un afectuoso saludo.

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



Magaly Álvarez
Directora
Revista e-Negocios



Constanza Prats
Directora
Revista e-Negocios



Juan Andrés Sastre
Director Asociado
Revista e-Negocios

e- Negocios

EQUIPO EDITORIAL:

Directora: Constanza Prats

cprats@e-negocios.cl

Directora: Magaly Álvarez

malvarez@e-negocios.cl

Director: Juan Andrés Sastre

jsastre@e-negocios.cl

Directora Comercial: Pamela Pavez / pamela.pavez@me.com

Editora Periodística: Pierinne Méndez / pierinemendezyaeger@gmail.com

Periodista: Juan Pablo Morales / juanpablomoralessg@uc.cl

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

Comunicación Audiovisual: Domingo Sandoval / domingo@doppel.cl

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

STANTON CHASE



Stanton Chase

**Socias Principales de Stanton Chase en Chile,
Valeria Cox y Bernardita Mena**

*Más que escasez de perfiles, lo que falta
son competencias como pensamiento
estratégico, flexibilidad e innovación.*

Por Arturo Arriagada



La transformación del liderazgo en las nuevas tendencias laborales de Chile

Las socias principales de Stanton Chase en Chile, Valeria Cox y Bernardita Mena, analizan los desafíos actuales del mercado laboral chileno, como la brecha digital, la evolución de las políticas de diversidad e inclusión, y el impacto cultural de los sesgos que aún persisten en las empresas.

¿Qué tipos de talentos escasean y están siendo demandados en el mercado chileno?

Bernardita Mena (BM): Cada industria y nivel de cargo enfrenta sus propios desafíos en términos de oferta y demanda de talento. Desde nuestra experiencia en la búsqueda de altos ejecutivos, más que hablar de escasez de perfiles, lo que observamos es una alta demanda por ciertas competencias que no siempre están presentes en los candidatos disponibles, como el pensamiento estratégico, la flexibilidad, capacidad de innovación, alfabetización tecnológica, entre otros.

¿Qué tan grave es la brecha de habilidades digitales en el mercado laboral chileno?

BM: La brecha digital en Chile representa un desafío significativo que afecta el empleo, la innovación y la productividad del país. El ritmo de desarrollo de habilidades digitales es más lento de lo que exige el mercado laboral actual, lo que ha incrementado el costo del talento y ha impulsado la importación de profesionales desde el extranjero con competencias más avanzadas.

Diversidad, equidad e inclusión (DEI)

Tras la ola del movimiento Me Too se aceleró la implementación de políticas de diversidad, equidad e inclusión. Sin embargo, desde principios de años hay una tendencia contracíclica, relacionada al anti-wokismo ¿Cómo perciben desde sus labores este cambio?

Valeria Cox (VC): Pienso que los ajustes recientes en políticas DEI que se han hecho, parecen responder más a contextos políticos que a una falta de compromiso genuino. En EEUU se ligó mucho el movimiento woke y el apoyo a la diversidad a la izquierda, y el anti woke a la extrema derecha, por lo que las compañías no querían que las asocien a una u otra tendencia política. La verdad es que en Chile el debate aún no se da de forma tan abierta como en otros países, por ejemplo Estados Unidos. Por lo mismo, el impacto ha sido mucho menor.

¿Cuál es su estrategia para incorporar de manera efectiva la diversidad?

VC: Nuestra estrategia abarca múltiples frentes. En primer lugar, reconocemos que todas las personas tenemos sesgos inconscientes y nos esforzamos por identificarlos y minimizarlos en cada etapa de nuestro proceso. Además, impartimos charlas de sensibilización, capacitaciones y procesos de onboarding a todos los integrantes de nuestros equipos en cada país donde operamos.

BM: Cada fase representa un desafío en términos de inclusión dentro de nuestros procedimientos. Esto involucra definir qué preguntas son apropiadas, solicitar autorización para incluir información personal en informes, emplear diversas fuentes tradicionales y no tradicionales en la búsqueda de candidatos(as), hasta evitar decisiones preconcebidas sobre la compatibilidad de una persona con un cargo.

“
La brecha digital en Chile crece más rápido de lo que el mercado laboral puede responder.
”

¿Hay empresas con las que no trabajen por su mirada valórica sobre las políticas DEI?

VC: El valor de la diversidad también es abrazar la tolerancia. En esa línea, no podemos pretender que todos pensemos de la misma

forma y es un desafío cuando nos enfrentamos a empresas o clientes con los cuales no opinamos lo mismo en temas de diversidad, pero también es una oportunidad de debatir ideas.

¿Qué sesgo está más presente en Chile y cómo esto afecta a las empresas?

VC: Nuestra cultura latina y chilena está llena de sesgos y prejuicios. Estamos acostumbrados a encasillar o clusterizar a las personas según donde viven, de dónde vienen, la edad que tienen, donde estudiaron. No sabría jerarquizarlos. En lo personal, siempre tomo alguna bandera de lucha y por ahora el sesgo de género y edad, especialmente hacia las personas mayores.

¿Qué repercusiones han observado tras la implementación de la Ley Karin? ¿Cómo la evalúan?

BM: Creo que el objetivo principal de la ley es bueno, pero como todo, tiene luces y sombras. Ha habido una cantidad inmanejable de denuncias con una muy baja tasa de casos constatados, y aún hay que mejorar en la estandarización de las metodologías de investigación, de interpretación, fiscalización y protección de víctimas.

Fanny Tora

Socia de Consultoría de Forvis Mazars

“Todavía no existe conciencia de que el riesgo climático es estratégico para las compañías.”



La experta analiza los hallazgos del estudio de mercado “Transparencia ASG, auditoría y más allá 2025”.

Forvis Mazars dio a conocer la tercera edición de su estudio anual sobre sostenibilidad y gobierno corporativo en Chile, “Transparencia ASG, auditoría y más allá 2025”. El análisis, basado en la revisión de las Memorias Integradas más recientes de 209 compañías, se realizó bajo el marco de la Norma de Carácter General N°461 y su actualización N°519 emitidas por la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

Fanny Tora, socia de Consultoría de Forvis Mazars, lidera este estudio desde su experiencia como especialista en ASG y finanzas sostenibles. En esta entrevista, aborda los principales resultados del estudio y plantea los desafíos que enfrenta el ecosistema empresarial chileno.

¿Cuál es el principal hallazgo del estudio?

El principal hallazgo es que solo un 2% de las empresas reporta el impacto financiero del cambio climático. Es una cifra alarmantemente baja, especialmente considerando que los estándares IFRS S2 obligarán a hacerlo desde 2026. Además, el análisis revela que solo el 1% de los directores tiene experiencia demostrada en cambio climático, lo que explica en parte esta brecha, todavía no existe conciencia de que el riesgo climático es estratégico para las compañías, porque se traducen en impactos financieros relevantes.

¿Por qué cuesta tanto entender que el riesgo climático afecta al ámbito financiero?

Porque durante años se trató como un tema reputacional o “de imagen verde”, más que como un riesgo real de negocio. Muchas empresas aún reportan sostenibilidad para cumplir con la norma de la CMF, pero no porque hayan integrado esos riesgos a su modelo operativo o financiero. Falta un cambio cultural.

¿Y qué tan preparadas están las empresas chilenas para los nuevos estándares IFRS S1 y S2?

En general, poco. IFRS S2 pedirá reportar

el efecto financiero de los riesgos climáticos, y IFRS S1 ampliará ese alcance a todos los temas de sostenibilidad. Eso significa que el mercado deberá medir cómo estos riesgos afectan sus resultados y proyecciones.

¿Ves avances concretos en transparencia o verificación de datos?

Sí, hay progreso. En un año, según el estudio de Forvis Mazars, las empresas que recurrieron a verificación externa pasaron del 10% al 22%, y en las firmas IPSA el salto fue del 34% al 72%. Es una señal de madurez, pero aún falta robustez en los sistemas de reporte. Mientras no haya datos verificables, la confianza de los inversionistas seguirá siendo limitada.

“

Si los líderes no son evaluados ni recompensados por su desempeño en sostenibilidad, es muy difícil que la integren a la estrategia.

”

En ese sentido, ¿qué papel juegan los directores?

El estudio muestra que solo un 2% de los directores tiene formación en ASG. Eso es crítico porque son ellos quienes definen la estrategia. Si el cerebro no está preparado, la sostenibilidad se queda sin dirección.

¿Cómo avanza la equidad de género en esos espacios de decisión?

Hay avances, pero insuficientes. Las mujeres ocupan el 19% de los cargos en directorios y el 23% en empresas IPSA. Estamos por debajo del 34% de Europa y lejos de la meta del 40% que Chi-

le se propuso para 2031. Además, más del 25% de las empresas que reportan brecha salarial lo hacen mal, o simplemente no lo hacen. A esta altura, eso no se puede atribuir a desconocimiento.

Otro dato, menos del 8% de las empresas vincula los indicadores ASG a los incentivos de su alta gerencia.

¿Qué significa eso?

Significa que la sostenibilidad todavía no está en el corazón de las organizaciones. Si los líderes no son evaluados ni recompensados por su desempeño en sostenibilidad, es muy difícil que la integren a la estrategia.

Con este panorama, ¿cuál sería tu llamado a las empresas chilenas?

Que empiecen ahora a medir el riesgo financiero del cambio climático y de la sostenibilidad. Que inviertan en formación de directorios, verificación externa y análisis de materialidad. Las empresas que actúen hoy estarán mejor posicionadas ante inversionistas.

Mirando hacia 2026, ¿cómo ves el escenario ASG en Chile?

En 2026 la Taxonomía de Actividades Económicas Medioambientalmente Sostenibles del Ministerio de Hacienda va a estar muy en la mira de las empresas, pero su adopción se va a consolidar cuando el sector financiero la use como base para inversiones, bonos o préstamos, para marcar una diferencia competitiva.

Por último, las organizaciones deberán vincular sostenibilidad con la gestión del negocio, esto es prioritario para estar en línea con los estándares IFRS S1 y S2, que la CMF comenzará a fiscalizar.



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



CREED
1760

DPG y CREED Chile

“El lujo verdadero no está en lo masivo, sino en lo auténtico.”

*“True luxury is not found in the massive,
but in the authentic.”*

Por Magaly Álvarez



Nacido en India en 1986, Deepu Dayanani llegó a Chile junto a su familia, como parte de una generación de migrantes hindúes que buscaban nuevas oportunidades en un país en expansión. Con el paso del tiempo, su familia comenzó a desarrollarse en el rubro de la perfumería, introduciendo al mercado chileno los perfumes de diseñador importados directamente desde Estados Unidos y Europa.

Fue precisamente esa primera experiencia la que encendió la pasión de Dayanani por el universo del perfume. Al asumir el liderazgo dentro de la segunda generación familiar, decidió ir más allá del comercio tradicional y apostar por un nuevo concepto: introducir la perfumería de nicho y de lujo en Chile, un segmento completamente inexplorado en ese entonces.

Hace más de ocho años, cuando el mercado local aún desconocía este tipo de propuestas —consideradas poco accesibles y reservadas para unos pocos— Dayanani apostó por la idea de crear una plataforma que acercara las casas de alta perfumería al público chileno. Su visión, audaz y sostenida en el tiempo, transformó esa apuesta en un modelo de éxito.

Hoy, gracias a su liderazgo, Maison Niche se ha consolidado como la casa de perfumería de lujo más importante de Chile, y una de las principales de América, representando a las marcas más prestigiosas del mundo y convirtiéndose en un referente regional del lujo contemporáneo. Su historia en-

Born in India in 1986, Deepu Dayanani arrived in Chile with his family as part of a generation of Hindu migrants seeking new opportunities in a growing country. Over time, his family began developing in the perfume industry, introducing designer fragrances imported directly from the United States and Europe to the Chilean market.

It was this early experience that ignited Dayanani's passion for the world of perfume. As he took on leadership within the second generation of the family business, he decided to go beyond traditional retail and bet on a new concept: introducing niche and luxury perfumery to Chile — a segment completely unexplored at the time.

More than eight years ago, when the local market was still unfamiliar with these exclusive proposals — considered accessible only to a few — Dayanani envisioned a platform that would bring the great houses of haute perfumery closer to Chilean consumers. His bold vision and sustained commitment turned that idea into a successful business model.

Today, under his leadership, Maison Niche has become Chile's most important luxury perfumery house and one of the leading ones in Latin America, representing some of the world's most prestigious brands. His story embodies the perfect blend of heritage, vision, and excellence — that of an entrepreneur who transformed his origins and passion into a brand that stands as a symbol of sophistication, artistry, and authenticity.

carna la combinación perfecta entre herencia, visión y excelencia: la de un emprendedor y hoy gran empresario del lujo, que supo transformar su origen y su pasión en una marca símbolo de sofisticación, arte y autenticidad.

¿Cómo ha sido la evolución de Maison Niche desde su llegada a Chile hasta convertirse en la casa que más marcas de nicho ha traído al país?

Desde su llegada a Chile, Maison Niche ha protagonizado una evolución excepcional dentro del mercado de la alta perfumería. Lo que comenzó como una propuesta audaz para introducir la perfumería de autor en el país, se transformó en pocos años en la casa líder en traer las marcas más exclusivas y reconocidas del mundo. Su crecimiento se ha sustentado en una visión clara: acercar el verdadero lujo olfativo a un público que valora la autenticidad, la historia y el arte detrás de cada fragancia.

A través de una curaduría meticulosa, Maison Niche ha incorporado casas icónicas como Creed, Bond Nº9, Mancera, Parfum de Marly, Initio, entre otras, consolidando la oferta más amplia de perfumes de nicho en Chile. Cada apertura —desde sus boutiques en Alonso de Córdova y el Distrito de Lujo de Parque Arauco, hasta sus expansiones en retail— ha reafirmado su compromiso con entregar experiencias sensoriales únicas, donde el cliente es guiado por expertos que entienden el perfume como una forma de expresión personal.

Su éxito también radica en haber educado y cultivado una nueva cultura del perfume en Chile, posicionando la perfumería de nicho como símbolo de sofisticación, arte y distinción.

Hoy, Maison Niche no solo representa la mayor plataforma de difusión de marcas internacionales de alta perfumería en el país, sino también un referente en elegancia, innovación y excelencia en servicio.

¿Qué factores considera que han sido claves para que Maison Niche se consolide como una plataforma real para la expansión de marcas internacionales en Chile?

El éxito de Maison Niche como plataforma de expansión de marcas internacionales en Chile se ha sustentado en una combinación de visión empresarial, solidez económica y una reputación construida sobre la confianza y la excelencia constante. Desde sus inicios, la compañía entendió que para atraer a las casas de perfumería más exclusivas del mundo era necesario ofrecer algo más que un punto de venta: un ecosistema sólido, profesional y confiable que garantizara el mismo estándar de experiencia y cuidado que estas marcas exigen en los principales mercados globales.

El crecimiento sostenido de Maison Niche ha estado respaldado por una gestión financiera responsable y una estrategia de expansión gradual pero firme, que ha permitido consolidar su presencia en ubicaciones de alto valor comercial. Este enfoque, junto con una profunda comprensión del consumidor chileno de lujo, ha generado la estabilidad y credibilidad necesarias para convertirse en un socio estratégico de las marcas más prestigiosas del mundo.

How has Maison Niche evolved since its arrival in Chile to become the leading house bringing the largest number of niche brands to the country?

Since its arrival in Chile, Maison Niche has experienced an exceptional evolution within the high-end fragrance market. What began as a bold proposal to introduce artisanal perfumery into the country quickly transformed into the leading house representing the world's most exclusive and renowned brands.

Its growth has been driven by a clear vision: to bring true olfactory luxury to an audience that values authenticity, history, and the artistry behind each fragrance.

Through meticulous curation, Maison Niche has incorporated iconic houses such as Creed, Bond Nº9, Mancera, Parfums de Marly, Initio, among others—consolidating the most extensive niche fragrance offering in Chile. Each milestone—from its boutiques in Alonso de Córdova and Parque Arauco's Luxury District to its retail expansions—has reaffirmed its commitment to delivering unique sensory experiences, guided by experts who understand perfume as a form of personal expression.

Its success also lies in having educated and cultivated a new perfume culture in Chile, positioning niche perfumery as a symbol of sophistication, art, and distinction. Today, Maison Niche not only represents the largest platform for international high perfumery brands in the country, but also stands as a benchmark for elegance, innovation, and service excellence.

What key factors have contributed to Maison Niche's consolidation as a genuine platform for international brand expansion in Chile?

Maison Niche's success as a platform for international brand expansion in Chile has been built on a combination of business vision, financial solidity, and a reputation grounded in trust and consistent excellence. From the beginning, the company understood that to attract the most exclusive perfume houses in the world, it needed to offer more than a retail space—it needed to provide a solid, professional, and reliable ecosystem that mirrored the same standards of experience and care these brands demand in global markets.

The company's sustained growth has been supported by responsible financial management and a deliberate yet firm expansion strategy that has secured its presence in high-value commercial locations. This approach, combined with a deep understanding of the Chilean luxury consumer, has generated the stability and credibility necessary to become a strategic partner for the world's most prestigious brands.

Moreover, the trust Maison Niche has built with both clients and commercial partners has been decisive. Its commitment to authenticity, transparency, and quality in every detail—from brand selection to the boutique experience—has reinforced its reputation as a serious and enduring reference within the sector.

“
*La confianza no se construye con promesas,
sino con coherencia.*”

Además, la confianza que Maison Niche ha construido con sus clientes y aliados comerciales ha sido determinante. Su compromiso con la autenticidad, la transparencia y la calidad en cada detalle —desde la selección de marcas hasta la experiencia en boutique— ha reforzado la percepción de la compañía como una referencia seria y duradera dentro del sector.

Hoy, Maison Niche representa no solo la mayor red de perfumería de nicho en Chile, sino también un modelo de negocio sólido, capaz de sostener relaciones de largo plazo con las principales casas internacionales, aportando valor real a la industria del lujo en el país.

¿Podría compartir cómo ha sido el crecimiento de la compañía en términos económicos y porcentuales en los últimos años, y qué proyecciones manejan hacia el futuro?

El crecimiento de Maison Niche en los últimos años ha sido sostenido y muy por encima del promedio del mercado del lujo en Chile. Gracias a una estrategia enfocada en la expansión territorial, fidelización de clientes, la diversificación de marcas internacionales y la creación de experiencias de alto valor, la compañía ha consolidado una posición de liderazgo tanto en ventas como en reconocimiento de marca.

En términos económicos, la evolución ha sido consistente, con una facturación de USD \$60.000.000 Y con un crecimen-

Today, Maison Niche stands not only as the largest niche fragrance network in Chile but also as a robust business model capable of sustaining long-term relationships with leading international houses, bringing tangible value to the country's luxury industry.

Could you share how the company has grown economically in recent years and what projections you have for the future?

Maison Niche's growth in recent years has been steady and well above the average for the luxury market in Chile. Through a strategy focused on territorial expansion, client loyalty, the diversification of international brands, and the creation of high-value experiences, the company has consolidated a position of leadership both in sales and brand recognition.

Financially, growth has been consistent, reaching a turnover of USD \$60 million, with a strong annual percentage increase that reflects the strength of its business model. For 2025, Maison Niche projects continued growth driven by the opening of new boutiques and the addition of international brands that place full trust in the company's founders and reputation, despite the usual competitive challenges.

Looking ahead, projections remain positive for 2026, with expected growth between 30% and 40%, aligned with current performance. This outlook rests on a solid foundation: a more





to porcentual interesante anual, que refleja la solidez de su modelo de negocio. Para el año 2025, Maison Niche proyecta una facturación incrementada en relación año anterior, impulsada por la apertura de nuevas boutiques y la incorporación de marcas internacionales que confían plenamente en sus fundadores y reputación que la compañía ha construido a pesar de embates normales de la competencia.

De cara al futuro, las proyecciones mantienen una tendencia positiva para el 2026. Se espera un crecimiento estimado entre 30% a un 40% para el próximo año, en línea con el desempeño actual, ya que el plan de expansión no se detendrá. Esta proyección se sustenta en una base sólida: un consumidor cada vez más educado en perfumería de autor, una estructura organizacional madura y una estrategia de crecimiento sostenida sobre la confianza, la gestión responsable y la pasión por el lujo auténtico.

Maison Niche continúa posicionándose como un referente regional, demostrando que la excelencia, cuando se combina con visión y consistencia, genera resultados tangibles y duraderos.

¿Cómo generan seguridad y confianza tanto en los proveedores internacionales como en las entidades locales que apuestan por ustedes?

La confianza no se construye con promesas, sino con coherencia. Desde su llegada a Chile, Maison Niche ha consolidado una reputación basada en resultados tangibles, gestión impecable y una filosofía de excelencia que trasciende lo comercial. Esa consistencia es la que hoy nos permite ge-

educated audience in artisanal perfumery, a mature organizational structure, and a strategy rooted in trust, responsible management, and a passion for authentic luxury.

Maison Niche continues to establish itself as a regional benchmark, demonstrating that excellence—when combined with vision and consistency—produces tangible and lasting results.

How do you generate confidence among international suppliers and local entities that choose to partner with you?

Trust is not built through promises but through consistency. Since its arrival in Chile, Maison Niche has consolidated

a reputation founded on tangible results, impeccable management, and a philosophy of excellence that transcends commercial boundaries. That consistency allows us today to inspire confidence both in our

international partners and local institutions that choose to invest in us.

With brands, trust is born from reliability and professionalism. We represent their values with the same standards they uphold in major capitals around the world. Every detail—from the visual presentation of our boutiques to the purchasing experience—is designed to ensure that each global house sees Maison Niche as a prestigious partner capable of preserving its identity while elevating its positioning in the Chilean market.

With local entities, strength has been built through transparent, sustained management backed by consistent financial

“
Trust is not built on promises, but on consistency.
”

nerar seguridad tanto en nuestros proveedores internacionales como en las entidades locales que deciden apostar por nosotros.

Con las marcas, la confianza nace del cumplimiento y la seriedad: representamos sus valores con el mismo estándar con que operan en los grandes capitales del mundo. Cuidamos cada detalle —desde la presentación visual de sus boutiques hasta la experiencia de compra— para asegurar que cada firma global vea en Maison Niche un socio de prestigio, capaz de preservar su identidad y potenciar su posicionamiento en el mercado chileno.

Con las instituciones locales, la solidez se ha forjado a través de una gestión transparente, sostenida y respaldada por resultados económicos consistentes. Maison Niche no es solo un distribuidor de lujo, sino un referente de confianza empresarial que cumple lo que promete: crecimiento sostenido, empleabilidad, expansión territorial y aportes reales al desarrollo del retail de alto nivel en Chile.

En síntesis, generamos confianza porque cada decisión se toma desde la integridad, la visión a largo plazo y el respeto por la promesa de marca. Y en un mercado donde el lujo auténtico se mide en credibilidad, Maison Niche ha demostrado ser sinónimo de consistencia, reputación y excelencia sostenida.

Marcas de prestigio como Creed y Parfums de Marly, Bond N°9 y las nombradas recientemente, ya han confiado en ustedes. ¿Qué significa este respaldo y cómo potencia su estrategia de crecimiento?

El respaldo de marcas emblemáticas, representan mucho más que una alianza comercial: es una validación profunda de la solidez, credibilidad y visión de Maison Niche. Estas casas no confían en distribuidores, confían en socios estratégicos capaces de reflejar su herencia, su nivel de exigencia y su estándar de lujo en cada interacción con el cliente. Que hayan elegido a Maison Niche para representar sus valores en Chile es un reconocimiento al trabajo serio, sostenido y a la comprensión genuina del lenguaje del lujo contemporáneo.

En un mercado como el chileno —sofisticado, informado y en plena evolución hacia la búsqueda de experiencias auténticas— Maison Niche ha sabido interpretar al consumidor con precisión. Hemos construido un puente entre el deseo de exclusividad y el acceso consciente al arte perfumista, entregando un servicio que combina educación olfativa, asesoría experta y una experiencia boutique que emociona.

Este respaldo fortalece nuestra estrategia de crecimiento porque legitima nuestro posicionamiento ante nuevas marcas internacionales y consolida la confianza del público local. Nos permite proyectar una expansión sostenida sobre una base sólida: reputación, consistencia operativa y la capacidad de anticipar las tendencias de consumo del lujo en Chile.

results. Maison Niche is not merely a luxury distributor—it is a trusted business reference that delivers on its promises: steady growth, job creation, territorial expansion, and real contributions to Chile's high-end retail sector.

In essence, we generate trust because every decision is made with integrity, long-term vision, and respect for the brand promise. In a market where true luxury is measured by credibility, Maison Niche has proven to be synonymous with consistency, reputation, and sustained excellence.

Prestigious brands such as Creed, Parfums de Marly, and Bond N°9 have already placed their trust in you. What does this endorsement mean, and how does it strengthen your growth strategy?

The endorsement of such emblematic brands represents far more than a commercial alliance—it is a profound validation of Maison Niche's solidity, credibility, and vision. These houses do not trust distributors; they trust strategic partners capable of reflecting their heritage, standards, and level of excellence in every customer interaction. That they have chosen Maison Niche to represent their values in Chile is recognition of serious, sustained work and a genuine understanding of the language of contemporary luxury.

“

Maison Niche ha demostrado que cuando la excelencia se combina con visión y consistencia, los resultados son tangibles y duraderos.

”

In a market like Chile—sophisticated, informed, and evolving toward authentic experiences—Maison Niche has precisely interpreted the consumer's desires. We have built a bridge between the pursuit of exclusivity and the conscious appreciation of perfumery as art, offering a

service that blends olfactory education, expert guidance, and a deeply emotional boutique experience.

This endorsement strengthens our growth strategy because it legitimizes our positioning with new international brands and reinforces local consumer confidence. It allows us to project sustainable expansion on a strong foundation of reputation, operational consistency, and the ability to anticipate evolving luxury consumption trends in Chile.

In essence, when houses like Creed or Parfums de Marly place their trust in Maison Niche, they are recognizing not just an efficient business partner, but a brand that shares their same DNA: the relentless pursuit of excellence, authenticity, and perfection in every detail.

What is Maison Niche's vision for the next five years in terms of expansion and positioning within the luxury market?

Maison Niche's vision for the next five years is clear and ambitious: to consolidate its leadership in Chile and project itself as the leading reference in olfactory luxury across Latin America, maintaining sustained annual growth of at least 35%—even in a conservative scenario. This goal is supported by a strategy that combines territorial expansion, the incorporation of new international brands, and the strengthening

En esencia, cuando casas como Creed o Parfums de Marly apuestan por Maison Niche, no solo reconocen una compañía comercial eficiente, sino una marca que comparte su mismo ADN: la búsqueda constante de la excelencia, la autenticidad y la perfección en cada detalle.

¿Cuál es la visión de Maison Niche para los próximos cinco años en términos de expansión y posicionamiento en el mercado de lujo?

La visión de Maison Niche para los próximos cinco años es clara y ambiciosa: consolidar su liderazgo en Chile y proyectarse como el principal referente del lujo olfativo en América Latina, manteniendo un crecimiento sostenido de al menos un 35% anual en un escenario pesimista. Este objetivo se apoya en una estrategia que combina expansión territorial, incorporación de nuevas marcas internacionales y fortalecimiento del ecosistema digital, siempre bajo el mismo principio que nos ha guiado desde el inicio: la excelencia como base de cada decisión.

Miramos el futuro con optimismo y con una lectura atenta del contexto económico. Chile sigue siendo un mercado atractivo, estable y con un consumidor cada vez más maduro en su comprensión del lujo. Además, los análisis internacionales —como los de JP Morgan— anticipan un escenario económico favorable que podría potenciar aún más el consumo premium, especialmente ante un posible giro hacia políticas pro inversión en el próximo ciclo político. Para Maison Niche, esto representa una oportunidad concreta de acelerar su expansión y fortalecer su posición como plataforma regional.

En este marco, nuestra proyección no solo se mide en números, sino en influencia y reputación. Queremos seguir siendo

of its digital ecosystem, all under the guiding principle that has defined us since the beginning: excellence as the foundation of every decision.

We look to the future with optimism and a clear understanding of the economic landscape. Chile remains an attractive, stable market with an increasingly sophisticated luxury consumer. Furthermore, international analyses—such as those by JP Morgan—indicate a favorable economic outlook that could further boost premium consumption, especially amid potential shifts toward pro-investment policies in the coming political cycle. For Maison Niche, this represents a concrete opportunity to accelerate expansion and strengthen its position as a regional platform.

In this context, our projection is measured not only in numbers but also in influence and reputation. We aim to remain the meeting point between the world's most prestigious perfume houses and consumers who value authenticity, heritage, and artistry. The goal is clear: to establish Maison Niche as Latin America's leading reference in contemporary luxury, combining sustained growth, operational excellence, and global vision.

You were a pioneer in introducing this category to the country. What motivated you to bet on this segment, and what key lessons have you learned from this journey as founder?

When we began in Chile, I understood that starting a business in a country that was not our own meant far more than opening a store—it meant building trust from scratch. Coming from India, with a strong work ethic and a deep admiration for beauty and detail, I was convinced that relentless





el punto de encuentro entre las casas más prestigiosas del mundo y los consumidores que valoran la autenticidad, la historia y el arte detrás de cada fragancia. El objetivo es claro: convertir a Maison Niche en el referente latinoamericano del lujo contemporáneo, combinando crecimiento sostenido, excelencia operacional y visión global.

Usted fue pionero al introducir esta categoría en el país. ¿Qué lo motivó a apostar por este segmento y qué aprendizajes destacaría de este proceso como fundador?

Cuando iniciamos en Chile, entendí que emprender en un país de donde no somos originarios significaba mucho más que abrir una tienda: significaba construir confianza desde cero. Venir desde India, con una cultura de trabajo intensa y una profunda admiración por la belleza y el detalle, me dio la convicción de que el esfuerzo constante y la excelencia podían abrir cualquier puerta, incluso en un mercado tan exigente como el chileno.

Aposté por la perfumería de nicho porque siempre he creído que el lujo verdadero no está en lo masivo, sino en lo auténtico. Vi en Chile un público curioso, educado y cada vez más abierto a descubrir productos con historia, alma y propósito. Fue una apuesta arriesgada en su momento, pero también una oportunidad de traer algo diferente, de elevar la experiencia del perfume a un nivel cultural y emocional.

El aprendizaje más valioso de este proceso ha sido que el éxito no llega de un día para otro: se construye con trabajo duro, integridad y constancia. Maison Niche creció paso a paso, demostrando que cuando se trabaja con pasión y respeto, el mercado responde. Hoy miro atrás y veo que cada desafío

effort and excellence could open any door, even in a market as demanding as Chile.

I chose to bet on niche perfumery because I have always believed that true luxury does not lie in the mainstream but in the authentic. I saw in Chile a curious, educated audience increasingly open to discovering products with history, soul, and purpose. It was a bold move at the time, but also an opportunity to bring something different—to elevate the perfume experience to a cultural and emotional level.

The most valuable lesson from this process has been that success does not come overnight; it is built through hard work, integrity, and consistency. Maison Niche grew step by

step, proving that when you work with passion and respect, the market responds. Looking back, I see that every challenge was part of the path that led us to become one of the most recognized luxury perfume houses in the country.

“
Chile taught us that luxury is not merely sold – it is earned, through credibility, consistency, and dedication.
”

Chile taught us that luxury is not only sold—it is earned, through credibility, coherence, and dedication.

What does it feel like to be the leading player in Chile's luxury industry, especially in high perfumery? And how do you handle envy or competitive actions that aim to discredit your work?

Being number one in the luxury industry is no coincidence—it is the result of years of steady work, strategic vision, and an unwavering commitment to elevating the Chilean market standard. Achieving that leadership brings great rewards but also naturally attracts envy from those observing from the sidelines.

fue parte del camino que nos llevó a consolidarnos como una de las casas de perfumería de lujo más reconocidas del país.

Chile nos enseñó que el lujo no solo se vende, se gana —y se gana con credibilidad, coherencia y dedicación.

¿Qué se siente ser el actor número uno de la industria del lujo en Chile, especialmente en el segmento de la alta perfumería? ¿Y de qué modo manejan la envidia o las acciones de la competencia que buscan desacreditar su trabajo?

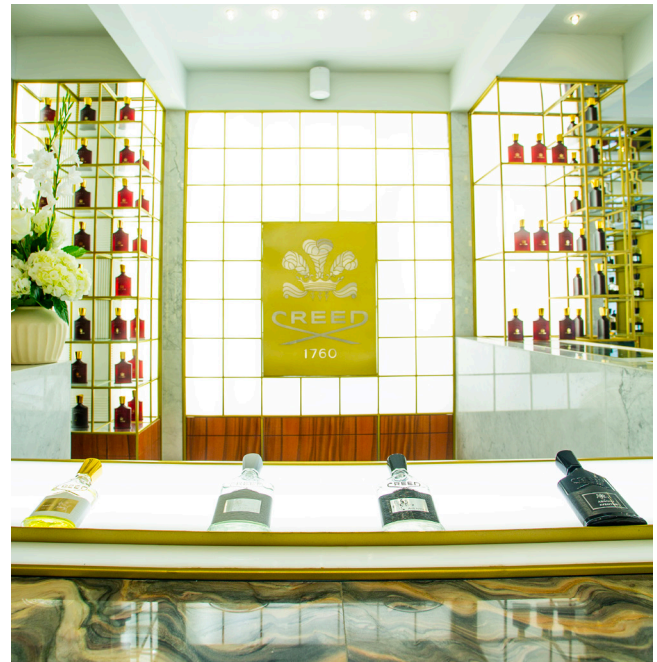
Ser el número uno en la industria del lujo no es una casualidad, sino el resultado de años de trabajo sostenido, visión estratégica y una convicción inquebrantable por elevar el estándar del mercado chileno. Alcanzar ese liderazgo conlleva grandes beneficios, pero también despierta envidias naturales de quienes observan muy desde fuera lo que hemos construido.

A lo largo del tiempo, hemos visto intentos de la competencia por deshonrar nuestro trabajo, pero jamás les hemos dado un carácter relevante, dado que los hechos, los resultados y la confianza de nuestros consumidores y fuertes lazos con proveedores, hablan por sí solos.

Nuestro foco no está en lo que otros hagan, sino en seguir otorgando excelencia, clase, jerarquía a la industria y una experiencia que mantenga a Chile en el mapa internacional del lujo gracias a todo lo que hemos construido y las agradables sorpresas para nuestros clientes que tenemos preparadas con el ingreso de nuevas marcas de lujo que se han querido sumar a lo que hemos venido desarrollando para el 2026 y que en su momento develaremos.

Over time, we have witnessed attempts by competitors to discredit our work, yet we have never given them significance. Facts, results, and the trust of our clients and partners speak for themselves.

Our focus is not on what others do but on continuing to deliver excellence, class, and distinction to the industry—ensuring Chile remains on the global luxury map through what we have built and the exciting new brands joining our portfolio in 2026, which we will unveil in due time.



AHORA EN PUNTA ARENAS

EXPERTOS EN
PARABRISAS

Desde 1995 en Chile



Pioneros en la reparación de parabrisas!
Nuestra trayectoria, basada en calidad y innovación, nos ha consolidado como líderes del sector automotriz.

Hoy inauguramos nuestra sucursal en Punta Arenas, acercando a Magallanes el mismo estándar de excelencia, garantizando seguridad y durabilidad en cada reparación.

Nuestros servicios premium son:

- Reparación de parabrisas & Sunroof
- Cambio de : Parabrisas, Vidrios laterales, lunetas, etc
- Instalación de láminas de seguridad
- Vidrios polarizados
- Grabado de patentes



Instagram **premiumglasscl**

WhatsApp **+56 9 3068 0063**

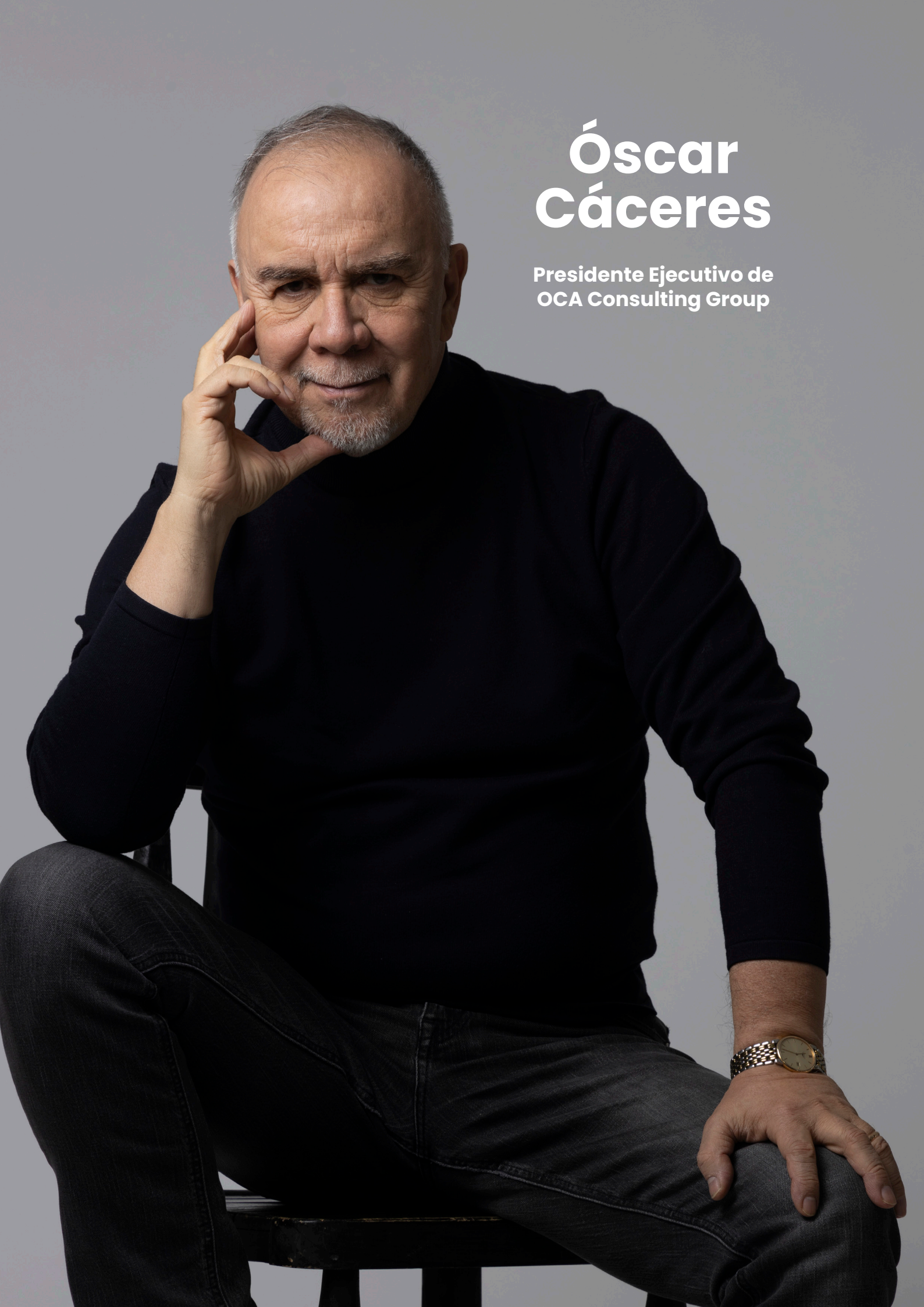


Instagram **patagoniapremiumglass**

WhatsApp **+56 9 7515 4306**

Website **www.premiumglass.cl**



A portrait of Óscar Cáceres, a middle-aged man with a grey beard and mustache, wearing a black turtleneck and dark jeans. He is sitting on a chair, resting his chin on his right hand. The background is a plain, light grey.

Óscar Cáceres

Presidente Ejecutivo de
OCA Consulting Group

“El Fuerte Interés”

Hace más de 30 años, cuando me entrené en Programación Neurolingüística, tomé la decisión de dedicarme al mundo de las organizaciones. Había tenido la oportunidad de trabajar en posiciones corporativas para dos compañías en las áreas de Recursos Humanos y siempre tuve la certeza de que las personas podían dar mucho más, pero por alguna razón no lo hacían. Warren Bennis, el notable escritor sobre liderazgo, ya lo advertía en sus ensayos: “Estamos en una crisis de compromiso en nuestras compañías”. Estaba decidido a utilizar esas nuevas herramientas inspiradas en el cambio a través del lenguaje para revertir esta realidad.

Inicié esta travesía después de renunciar a mi cómoda posición ejecutiva en una empresa del norte de Chile. En esa época, cuando los directivos me contrataban, la expectativa de muchos era lograr que su gente, sus supervisores y trabajadores se “pusieran la camiseta”. Era un dolor transversal. Bennis estaba en lo cierto: no solo no había compromiso, sino que además esto era alimentado por una severa ausencia de liderazgo y graves debilidades comunicacionales en los líderes esparcidos por las diferentes empresas que comenzaba a conocer, muchas de ellas en esa época (y hasta hoy) pertenecientes a la industria minera.

Los tiempos no han cambiado mucho desde entonces. Aunque hoy esa metáfora de “ponerse la camiseta” ya no se utiliza, resulta mucho más complejo movilizar las mentes y los corazones de nuestros colaboradores hacia mayores niveles de compromiso y engagement. La pregunta que surge entonces es: ¿qué hace que nuestros equipos y colaboradores no muestren ese entusiasmo y deseo intenso por involucrarse, por “dejarlo todo”, por interesarse y finalmente lograr los cometidos, libres de excusas y justificaciones?

En nuestros hallazgos a través de los años, hemos determinado que una de las características más notables de las personas extraordinarias —aquellas que se desmarcan y logran brillar— es justamente un factor que denominamos “fuerte interés”. Este factor revela el grado en que un ser humano hace suyo un propósito, un objetivo o una relación.

Podemos definir, de manera general, el fuerte interés como

la manifestación de la energía vital en un ser humano por generar afinidad con personas, proyectos o visiones. Es lo que, de alguna forma, Napoleón Hill definía como “deseo ardiente” en su libro Las leyes del éxito.

Cuando observamos nuestras culturas organizacionales, hemos detectado lo contrario: una característica que toma forma a través del clásico chilenismo “no estoy ni ahí”, propio de nuestras costumbres locales y que se ha esparcido en la mente de muchos compatriotas como un virus letal.

Es una postura de desconexión, a veces alimentada por la arrogancia y el desprecio, que en el mundo de las empresas se traduce en una irritante apatía, en falta de deseo por la vida y en una insensibilidad e indolencia ante los dolores de los demás.

En la vida cotidiana lo vemos en las conductas agresivas de nuestros conductores, en el desencanto aprendido de nuestros jóvenes y en la decadencia generalizada de nuestra so-

ciudad. Pareciera ser que la apatía se ha convertido en el tono emocional promedio de una sociedad como la nuestra, y esto, damas y caballeros, mantiene en reflexiones sin respuestas a tantos directivos, ejecutivos de recursos humanos e incluso consultores.

A veces, los impactos son dolorosos, particularmente en la minería, cuando este fenómeno incide de manera letal en los índices de fatalidad. Y la pregunta sigue siendo: ¿qué hacemos?

Pareciera que la salida a este desalentador escenario es gestionar un esfuerzo deliberado por transitar con determinación hacia la excelencia, cortar los lazos con toda manifestación de mediocridad e instalar visiones de grandeza. Entrenar a nuestros líderes en el arte de inspirar, en ser efectivos al comunicarse; en definitiva, programar las mentes de los actores para entrar en un espacio de alto estándar. Ahí está la responsabilidad de todos quienes, de alguna forma, tenemos la oportunidad de formar, dirigir y liderar.

Ese es el desafío al cual los invito a través de este breve artículo. Quizás, finalmente, comencemos a “ponernos la camiseta” y a desarrollar un “fuerte interés” por lograr los cometidos para los cuales fuimos contratados.

“*El ‘fuerte interés’ es la energía vital que despierta propósito, compromiso y excelencia; sin él, las organizaciones quedan atrapadas en la apatía y la mediocridad.*”



Óscar Cáceres es Ingeniero Comercial y especialista en Desarrollo Organizacional en el Reino Unido. Master Practitioner y Trainer en Programación Neurolingüística, además de Coach Ontológico, ha dedicado más de 33 años a facilitar procesos de cambio y transformación humana en Chile y el extranjero.

Presidente Ejecutivo de OCA Consulting Group y creador del Modelo EPM® (Extraordinary People Model), impulsa la excelencia personal y organizacional a través de su trabajo como consultor y speaker internacional.

Eduardo Pooley

Director de empresas y miembro del directorio de Emprende Tu Mente

“La visión de Emprende tu Mente es acortar la brecha entre emprendedores, empresarios y el mundo corporativo, generando la mayor cantidad posible de redes y conexiones entre ellos.”

Por Magaly Álvarez

¿Cuál es la visión que guía a EtM en su contribución al ecosistema de emprendimiento e innovación en Chile a nivel nacional?

La visión de Emprende tu Mente es acortar la brecha entre emprendedores, empresarios y el mundo corporativo, generando la mayor cantidad posible de redes y conexiones entre ellos. El emprendedor que está comenzando o el que quiere iniciar un proyecto necesita entrar en contacto con personas que puedan ayudarlo o guiarlo hacia mejores estrategias y oportunidades. Eso aumenta sus posibilidades de sostenibilidad futura y le permite escalar de forma más acelerada, llegando más rápido al mercado y generando ventajas competitivas en el sector productivo. Cuando ingresan nuevos actores al mercado, dinamizan la industria enfrentando problemáticas con soluciones innovadoras, que se transforman en referentes en la forma de producir.



EtM se ha posicionado como un espacio clave de encuentro entre emprendedores, inversionistas y empresas consolidadas. ¿Qué impacto concreto han visto en el desarrollo de proyectos y en la comunidad emprendedora?

Hemos visto de todo un poco. Los eventos son cada vez más grandes y con una asistencia creciente. Solo el año pasado, más de 40.000 personas llenaron el Parque Bicentenario, interactuando con un despliegue de iniciativas que apoyan al emprendimiento y que se reúnen durante tres días para fortalecer un espíritu colaborativo y crear mejores puentes de comunicación con los emprendedores. En las ruedas de contactos, más de 4.000 conexiones cobraron vida, y a través de las mentorías, más de 2.000 emprendedores salieron con ideas de negocio más desarrolladas. Además, más de 400 startups y 100 pymes mostraron sus propuestas durante los tres días del evento.

Por otro lado, hemos trabajado en incluir una mayor participación internacional para abrir mercados y atraer nuevos mecanismos de inversión. Se logró una mejor conectividad entre los emprendedores que ya están en etapa de escalamiento y quienes recién comienzan, junto con una mayor difusión gracias al apoyo de los medios y las redes sociales. Las charlas de speakers como Uri Levine, el año pasado, o Patrick McGinnis, que nos acompañará en esta versión 2025, reflejan el papel crucial que ha jugado EtMday en tender puentes y visibilizar tanto a los miembros del ecosistema como al mundo del emprendimiento a nivel global.

Desde su experiencia, ¿cuáles son los principales desafíos que enfrentan hoy los emprendedores en Chile para escalar sus negocios y atraer inversión?

Sin duda, el acceso al capital. Cuando un emprendedor inicia un proyecto, necesita validar su idea y comenzar a generar

ventas. Pero entre ambas etapas hay una distancia muchas veces enorme, ya que se trata de soluciones innovadoras que requieren tiempo para madurar y encontrar ese “fit” con el cliente real. Es por eso que eventos como el EtMday les ofrecen la oportunidad de participar en distintas actividades, interactuar con reconocidos emprendedores, exponer sus ideas y recibir consejos concretos que pueden aplicar directamente a sus planes de negocio.

¿Cómo cree que tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial o la transición energética, transformarán el emprendimiento y la forma de hacer negocios en los próximos años?

La adopción tecnológica siempre es un desafío, al igual que liderar el desarrollo de nuevas soluciones basadas en éstas. Sin embargo, el foco central no debe estar puesto en la tecnología en sí, sino en el problema en el que queremos solucionar y en cómo ésta se transforma en un instrumento para acercarnos a la solución.

“*Nuestro sello es promover la colaboración y buscar soluciones conjuntas más allá del interés individual, porque ser generosos también es una forma más sostenible y valiosa de construir futuro.*”

El emprendedor debe estar en tres frentes: adoptar de manera inteligente y temprana las nuevas tecnologías, liderar la creación de soluciones y visibilizar problemáticas tanto a corto como a largo plazo.

¿Qué proyecciones tienen para EtM en los próximos cinco años? ¿Cómo piensan seguir ampliando su impacto y relevancia en la región?

Proyectamos que EtM continúe creciendo por mucho tiempo, congregando a más sectores del ecosistema emprendedor. Apostamos por lograr un mayor alcance internacional, atrayendo a empresarios e inversionistas de todo el mundo para fomentar la inversión, exportar capacidades y ampliar la mirada desde lo local hacia lo global. Estamos construyendo una vitrina del ecosistema emprendedor chileno y esperamos, a futuro, incluir de manera más fuerte a otros países en la agenda, visibilizando las oportunidades de sus mercados. Algo que me gustaría mencionar es que Emprende tu Mente es una organización sin fines de lucro, por lo que nuestros objetivos son distintos a los de otras entidades. Lo que queremos es seguir visibilizando y conectando el emprendimiento de distintos países de Latinoamérica, hacer crecer a los emprendedores, fomentar colaboraciones, generar influencia y potenciar el ecosistema en su conjunto. Es fundamental para nosotros que este propósito y filosofía se mantengan intactos.

Más allá de los resultados de la organización, ¿qué le gustaría que fuera el legado de su gestión en EtM, tanto para el ecosistema como para las nuevas generaciones de emprendedores?

Me gustaría que el sello sea el de siempre: promover la colaboración, buscar soluciones conjuntas más allá del interés individual de que “me vaya bien”. No es tarea fácil: hay que buscar consensos, dejar de lado el ego y enfocarse en cómo contribuir más y dar paso a otros. En esencia, ser generosos, lo que no es opuesto a generar ingresos; al contrario, es una forma más sostenible y valiosa de construir futuro.





Anunciamos la disponibilidad general de las TPU de Ironwood y las nuevas máquinas virtuales Axion para impulsar la era de la inferencia

Los modelos de vanguardia actuales, como Gemini de Google, Veo, Imagen y Claude de Anthropic, se entrenan y ejecutan en Unidades de Procesamiento de Tensores (TPU). Para muchas organizaciones, el enfoque está cambiando: de entrenar estos modelos a potenciar interacciones útiles y ágiles con ellos. La constante evolución de las arquitecturas de los modelos, el auge de los flujos de trabajo automatizados y el crecimiento casi exponencial de la demanda de computación definen esta nueva era de la inferencia. En particular, los flujos de trabajo automatizados, que requieren orquestación y una estrecha coordinación entre la computación de propósito general y la aceleración del aprendizaje automático, están creando nuevas oportunidades para el silicio personalizado y las arquitecturas de sistemas cooptimizadas verticalmente.

Llevamos tiempo preparándonos para esta transición y hoy anunciamos la disponibilidad de tres nuevos productos construidos sobre silicio personalizado que ofrecen un rendimiento excepcional, costes más bajos y nuevas capacidades para cargas de trabajo de inferencia y agentes:

- **Ironwood, nuestra TPU de séptima generación, estará disponible para**

el público general en las próximas semanas. Ironwood está diseñada específicamente para las cargas de trabajo más exigentes: desde el entrenamiento de modelos a gran escala y el aprendizaje por refuerzo (RL) complejo hasta la inferencia de IA de alto volumen y baja latencia y el servicio de modelos. Ofrece una mejora de rendimiento máximo de 10 veces con respecto a la TPU v5p y un rendimiento por chip más de 4

“

La nueva era de la IA no se trata solo de entrenar modelos, sino de habilitar interacciones útiles y ágiles, impulsadas por silicio personalizado y arquitecturas cooptimizadas extremo a extremo.

”

veces superior tanto para cargas de trabajo de entrenamiento como de inferencia en comparación con la TPU v6e (Trillium), lo que convierte a Ironwood en nuestro silicio personalizado más potente y eficiente energéticamente hasta la fecha.

- **Nuevas instancias Axion basadas en Arm®.** N4A, nuestra máquina virtual de la serie N más rentable hasta la fecha, ya está disponible en versión preliminar. N4A ofrece una relación precio-rendimiento hasta dos veces superior a la de las máquinas

virtuales x86 de última generación comparables. Nos complace anunciar también que C4A metal, nuestra primera instancia bare metal basada en Arm, estará disponible próximamente en versión preliminar.

Ironwood y estas nuevas instancias de Axion son solo los últimos ejemplos de una larga trayectoria de innovación en silicio personalizado en Google, que incluye TPU, unidades de codificación de vídeo (VCU) para YouTube

y cinco generaciones de chips Tensor para dispositivos móviles. En cada caso, desarrollamos estos procesadores para impulsar avances en el rendimiento que solo son posibles mediante un diseño conjunto profundo a nivel de sistema, con investigación de modelos, desarrollo de software y hardware integrados. Así fue como creamos la primera TPU hace diez años, lo que a su vez desbloqueó la invención del Transformer hace ocho años: la arquitectura que impulsa la mayor parte de la IA moderna. También ha influido en avances más recientes como nuestra arquitectura Titanium y la refrigeración líquida avanzada que hemos implementado a escala de gigavatios con un tiempo de actividad de aproximadamente el 99,999 % en toda la flota desde 2020.

Ciudades inteligentes: la innovación urbana que redefine la eficiencia energética

Por Pierine Méndez

Las ciudades inteligentes logran la eficiencia energética mediante tecnologías que optimizan el consumo, integran energías renovables y mejoran la gestión de recursos. Iluminación pública con sensores, monitoreo energético y transporte eléctrico son parte de un modelo que reduce emisiones y promueve el bienestar urbano.

Según Juan Carlos Reyes, ingeniero civil y gerente general de JC Reyes Ingeniería y Gestión (www.jcreyesingenieria-y-gestion.cl), "la eficiencia energética ya no es una opción, sino una responsabilidad. Los proyectos deben planificarse con materiales inteligentes, aislación térmica y autogeneración de energía".

La experiencia de Reyes se ha desarrollado especialmente en el sur de Chile, donde lidera iniciativas que incorporan innovación y reutilización del agua, un recurso esencial para la sustentabilidad. "Trabajar en el sur implica entender su identidad y su ritmo natural. No se trata solo de construir, sino de crear espacios armónicos que beneficien a las personas y respeten el entorno", afirma.

Chile vive un cambio estructural hacia ciudades más sostenibles. Ya no son solo las grandes capitales las que apuestan



por la eficiencia: las regiones también impulsan la innovación, el capital humano y la convivencia con la naturaleza. La tecnología y la inteligencia artificial (IA) hoy permiten anticipar riesgos, analizar escenarios y planificar obras con mayor precisión. "Podemos proyectar el impacto de una construcción antes de ejecutarla, optimizando recursos y reduciendo riesgos", explica Reyes.

En el mundo inmobiliario surgen nuevas tendencias para mejorar la eficiencia energética:

- **Edificios de energía sostenible, que producen lo mismo que consumen.**
- **Materiales sostenibles e inteligentes, como hormigones ecológicos o vidrios térmicos.**
- **Domótica y automatización, que controlan el consumo eléctrico desde una app.**
- **Gestión hídrica, con reciclaje de aguas grises y captación de lluvia.**
- **Conectividad digital, esencial para que sensores e IoT operen en tiempo real.**
- **IA y Big Data, que optimizan la logística y el diseño sustentable.**
- **Movilidad eléctrica y planificación verde, que reducen la huella de carbono.**

Estas estrategias demuestran que la eficiencia energética no depende solo de la tecnología, sino de una visión integral del desarrollo urbano. Como concluye Juan Carlos Reyes, "la verdadera innovación no está en el cemento ni en los sensores, sino en la visión. Una ciudad inteligente es aquella que evoluciona junto con quienes la habitan y construyen su futuro".





Ficción Legal S.A. de Bretton Woods a ChatGPT

Por Claudio Díaz Cuevas

CEO & Managing Partner de Tempus Asset Management

Del patrón oro a una liquidez inusual

El siglo XXI aceleró una transición que venía incubándose desde 1971, el término del ciclo Bretton Woods y la hegemonía del dinero fiduciario. A partir de ahí, y con sucesivas “innovaciones” de los Bancos Centrales, la expansión monetaria dejó de ser un evento excepcional para convertirse en herramienta habitual. Ya venía sucediendo anteriormente como algo sostenido, sin embargo, el agregado Monetario (M2), o sea el dinero que está en poder del sector privado no bancario, creció a tasas récord, especialmente post crisis subprime y especialmente entre el 2020-2022 y luego se contrajo a ritmos también inusuales, un péndulo que ilustra la elasticidad del sistema cuando la política y los balances públicos deciden empujarlo. Ese mismo período llevó el stock de M2 de US\$15 billones a inicios del 2020 a US\$21,22 billones a fines del 2022, un salto cercano a US\$7 billones en dos años.

El dinero como ficción útil y peligrosa a la vez

El conocido historiador y filósofo Israelí postgraduado en Oxford, Yuval Harari, lo dice sin anestesia: “religiones, naciones, corporaciones y dinero son ficciones compartidas que coordinan a millones de desconocidos”. El punto no es descalificar la ficción, sino reconocer su poder performativo, cuando todos creemos, la ficción funciona; cuando dejamos de creer, esta se licúa. En esa lógica, el dinero fiduciario—una ficción jurídica respaldada por la capacidad recaudatoria del Estado y por reglas creíbles—habilitó la multiplicación de prueba y error en tecnología, finanzas y pagos.

La era del Consenso de Washington

En los años noventa, la caja de herramientas del Consenso de Washington dotó a la región –y a Chile en particular– de disciplina macroeconómica, apertura y competencia, de esta forma con sus luces y sombras, pero con reglas claras para asignar capital. El resultado fue, mayor profundidad financiera, mayor bancarización y adopción digital acelerada. A nivel global, en economías en desarrollo, la proporción de adultos que hicieron o recibieron pagos digitales saltó de 35% (2014) a 57% (2021); en la OCDE es casi universal. En Chile, presentaciones oficiales han mostrado que el 84% de los adultos realizó al menos un pago digital en 2021, una proxy potente de inclusión funcional.

Demografía y cultura: más población y otra estética

Así el planeta llegó a 8.000 millones de habitantes en 2022. Más bocas, más datos y más fricciones, lo que conlleva a que las instituciones deban adaptarse a esta nueva realidad. En paralelo, la democratización de títulos y la masificación de la educación superior doblaron la matrícula global desde comienzos de este siglo, con una tasa bruta que pasó de 19% en el 2000 a 42% en 2022 (UNESCO, 2025). Un resultado no trivial, ya que la multiplicación de credenciales puede superar la demanda laboral, incentivando el aburguesamiento de la burocracia, con más capas administrativas, más procesos y menos resolución.

Democracia en déficit

Esto ha llevado a conclusiones de que el macrosistema está pesado, deudas, gastos y expectativas crecientes. Los déficits promedio de la OCDE llegaron a -10,2% del PIB en 2020, y si bien mejoraron en 2023, estos siguen por encima de la “normalidad” prepandemia (-2,9%). Ya el FMI proyecta una deuda del 93% del PIB Mundial y una trayectoria que sigue ascendente hacia el final de la década, un telón de fondo que prueba la resiliencia (o fragilidad) de nuestra ficción fiscal. La política, sometida a ciclos de ansiedad y promesas

fáciles, enfatiza la forma sobre el fondo, slogans por sobre ingeniería institucional y una preferencia por gestionar percepciones, en vez de gestionar realidades.

Del jornal al algoritmo

Así, a diferencia de las primeras revoluciones industriales— intensas en mano de obra—, esta ola comienza a automatizar tareas cognitivas. La evidencia apunta a que, hacia 2030, un 30% de las horas trabajadas podría automatizarse, acelerado por la nueva Inteligencia Artificial generativa (gen-AI). La OCDE estima que el 27% del empleo está en ocupaciones con alto riesgo de automatización, especialmente el de menor calificación, lo que, si bien no destruye trabajo “per se”, si lo redistribuye, polariza salarios e impone reconversión. El shock de adopción es vertiginoso, ChatGPT alcanzó 100 millones de usuarios mensuales a dos meses de su lanzamiento, fijando un nuevo estándar de difusión tecnológica.

IA como palanca de productividad

Si hacemos bien la pega, buena data, nuevos procesos y los incentivos correctos—la gen IA podría sumar de 0,5 a 3,4 puntos del PIB a la productividad en una primera etapa. Ahora, si la usamos solo para mantener estructuras paquidérmicas, terminaremos engrosando más reportes, más compliance de formulario y cero mejora en los rendimientos reales.

“*Cuando la ficción del dinero y del Estado se alinea con productividad y responsabilidad, crea bienestar; cuando se separa, la ficción se come a la política y el ciudadano paga el costo.*”

Chile, un laboratorio ordenado

Mucho se criticó el que Chile fuese un piloto del monetarismo, sin embargo, frente a esta nueva realidad, lo aprendido es una ventaja y habilidad que hoy no tendríamos, más ahora que el desafío es institucional. El país ya mostró que puede combinar disciplina macroeconómica, innovación regulatoria y adopción tecnológica (pagos, fintech, identidad digital). Es por ello, que la pregunta no es si la IA nos reemplazará, sino qué capas de la burocracia reemplazaremos, antes de que el ciudadano se desconecte de esta ficción —la confianza— por cansancio. La receta es concreta: simplificar reglas, medir por resultados, evitar inflación normativa, incitar al entrenamiento continuo y automatizar como parte de la mejora, alineando gasto público con proyectos de TIR social positiva y realista.

Cierres sin moralina

El dinero, las corporaciones y los estados, son ficciones potentes, y no son baratas. Cuando esos relatos se alinean con productividad y responsabilidad fiscal, la ficción crea realidad, empleo, bienestar e innovación. Cuando se separan, la ficción se come a la política y el ciudadano termina absorbiendo los costos. En esta bisagra histórica (post-Bretton Woods, post-QE, pro-IA), está el dilema que enfrentamos hoy, lo que no es tecnológico necesariamente, y donde reducir los malentendidos procesos de acrecentamiento de la burocracia, dan una oportunidad a la IA para multiplicar un valor medible, no hacerlo es continuar perfeccionamos los ritos del Excel.

Yo elijo lo primero.





DEC: Liderando la cultura de la experiencia

DEC es una asociación plural, multidisciplinar y abierta a todos los profesionales y empresas, públicas y privadas, de todos sectores de la economía y volúmenes de negocio. Entendemos que la importancia de las experiencias es estratégica y ha de ser igual para todos.

Al momento, cuenta con 63 socios que son grandes empresas y más de 20 socios profesionales que disfrutan de más de 50 eventos entre online y presencial al año, destacando el Congreso y la premiación anual como los grandes protagonistas de la experiencia a nivel nacional.

Propuesta de Valor

- **Conocimiento:** Fuente oficial en temas de experiencia con eventos, actividades, formación, informes, artículos, observatorio de tendencias e indicadores.
- **Networking:** Comunidad de profesionales en gestión de experiencias para crear relaciones de alto nivel, obtener recomendaciones, ampliar áreas de actuación y representación institucional.
- **Reconocimiento:** Escaparate de prestigio para socios con premios destacados, presencia en medios y visibilidad de sus casos de éxito o best practices.

Da un impulso a las actividades realizas en tu empresa o negocio para mejorar las experiencias que ofreces, compártelas con el resto de los asociados y conviértete en un evangelizador de la Experiencia, que te permitirá ganar en visibilidad, posicionamiento estratégico y mejorar tus resultados.

Síguenos en RRSS

LinkedIn: Asociación DEC Chile <https://be.linkedin.com/company/asociaciondeccl>

Instagram: Decchile_

Sitio Web: Asociación DEC Chile – Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente





Revista e-Negocios

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

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

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

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

+120.000
LECTORES DIGITALES

+3.400
VISITAS DIARIAS WEB

+20.000
SEGUIDORES EN RRSS

+300
ENTREVISTADOS



magaly@globalbusinessg.com
constanza@globalbusinessg.com

+569 88030121 / +569 98882708



www.e-negocios.cl



Mes de la Lucha contra el Cáncer de Mama: Expertos llaman a fortalecer la detección temprana y el acceso equitativo a tratamientos oncológicos

En el marco del Mes de la Lucha contra el Cáncer de Mama, la compañía de seguros Southbridge y Clínica IRAM, centro especializado en salud oncológica con más de 47 años de trayectoria, realizaron el conversatorio “Cuidarte es quererte”, instancia que reunió a especialistas del ámbito médico y asegurador para debatir sobre los desafíos en la detección temprana, tratamiento oportuno y acceso equitativo a atención oncológica en Chile.

El encuentro contó con la participación del Dr. Manuel Inostroza, ex Superintendente de Salud; la Dra. Valentina Ovalle, oncóloga radioterapeuta de Clínica IRAM; Rodrigo Stern, Gerente General de Clínica IRAM; y Joanna Knoeppchen, Directora de Líneas Personales de la compañía de seguros Southbridge.

Los panelistas coincidieron en la urgencia de fortalecer la colaboración público-privada para que más personas puedan acceder a diagnósticos tempranos y tratamientos sin barreras económicas, considerando que en Chile el cáncer de mama sigue siendo la principal causa de muerte oncológica entre las mujeres, con cerca de 5 mil nuevos diagnósticos anuales.

“En los últimos seis años, 862 mil personas han abandonado el sistema de isapres y se han trasladado a Fonasa. Sin embargo, muchas siguen atendándose en prestadores privados, donde la cobertura cubre en promedio solo un 38% de la cuenta. El resto, un 62%, es gasto de bolsillo”, advirtió el Dr. Manuel Inostroza, quien llamó a “buscar soluciones que garanticen un acceso más equitativo a los tratamientos oncológicos”.

La alianza entre la compañía de seguros Southbridge y Clínica IRAM surge precisamente para abordar este desafío. A través del Seguro Oncológico IRAM, ambas instituciones ofrecen un modelo integral que entrega cobertura médica y acompañamiento financiero frente al diagnóstico de cualquier tipo de cáncer.

El convenio contempla mamografías anuales sin costo para mujeres desde los 35 años y exámenes de PSA gratuitos desde los 45, reforzando la prevención y detección precoz. Además, en caso de diagnóstico, el paciente recibe atención médica en un plazo máximo de 48 horas por un equipo especializado que guía todo el proceso de tratamiento.

“Nuestro compromiso es que las familias se enfoquen en el tratamiento y no en los trámites administrativos. En Clínica IRAM creemos que el acceso a un tratamiento oportuno y de calidad no puede depender de barreras económicas”, sostuvo Rodrigo Stern, Gerente General de Clínica IRAM.

Por su parte, Joanna Knoepchen, de la compañía de seguros Southbridge, subrayó que esta alianza *“está comple-*

tamente alineada con nuestro propósito de democratizar el acceso a los seguros, especialmente para el segmento Fonasa, que representa a la gran mayoría de los chilenos”.

Un respaldo financiero que marca la diferencia

El Seguro Oncológico IRAM, respaldado por la compañía de seguros Southbridge, incluye una cobertura sin tope en tratamientos, hospitalización, radioterapia y seguimiento médico, además de un apoyo económico directo de 50 UF (aprox. \$1,9 millones) de libre disposición al momento del diagnóstico.

“Cuando se recibe un diagnóstico de cáncer, la vida de una persona y su familia cambia por completo. Por eso creemos fundamental que existan seguros que acompañen a las familias tanto en la salud como en la tranquilidad económica”, destacó Knoepchen.

El conversatorio “Cuidarte es quererte” logró poner sobre la mesa un tema urgente: cómo avanzar hacia una atención oncológica más humana, inclusiva y accesible, donde la detección temprana y la protección financiera sean parte de una misma solución.

En este Mes del Cáncer de Mama, la compañía de seguros Southbridge y Clínica IRAM hacen un llamado a las mujeres —y a la comunidad en general— a priorizar la prevención y conocer las alternativas de protección disponibles para enfrentar de manera más tranquila y segura un eventual diagnóstico.



Mónica Nadal

Ingeniera, estratega y especialista
en transformación organizacional

“Lo invisible también lidera.”

Por Magaly Álvarez

En un contexto donde la tecnología avanza más rápido que las personas, Mónica Nadal —ingeniera en sistemas, argentina y patagónica— ha construido una carrera que une dos mundos: la precisión técnica y la comprensión profunda de lo humano. Desde sus primeros años en la era digital hasta su rol actual acompañando a empresas y líderes en procesos de transformación, su enfoque combina estructura, propósito y empatía.

Una conversación que profundiza en cómo una profesional de la ingeniería aprendió que “ninguna estrategia funciona si no se entiende la arquitectura humana que la sostiene”.

Mónica, comenzaste tu carrera en los inicios de la revolución digital. ¿Cómo fue abrirte paso en un mundo tecnológico dominado por hombres en los años 90?

Fue un tiempo fascinante y desafiante. Éramos muy pocas mujeres en tecnología, y eso me obligó a trabajar con mucha estructura, rigor y resiliencia. En ese entorno aprendí a liderar equipos en terrenos completamente nuevos, sin modelos previos, donde todo era prueba y aprendizaje. Creo que esa experiencia temprana me dio una capacidad enorme para moverme con claridad en contextos inciertos y mantener el foco cuando el entorno es cambiante.

Has dicho que los mayores obstáculos en las empresas no son técnicos, sino humanos. ¿Cómo llegaste a esa conclusión?

Después de muchos años liderando proyectos tecnológicos y de transformación digital, noté un patrón: los proyectos muchas veces fallaban no por fallas tecnológicas, sino porque las personas no estaban alineadas. Había conflictos, miedos o dinámicas invisibles que bloqueaban los procesos. Comprendí que las organizaciones tienen una arquitectura interna, igual que un sistema informático, y que para que funcione, no basta la lógica: hay que entender lo humano, hay que conocer las dinámicas humanas más allá del proyecto digital. Esa fue mi gran transición, integrar la ingeniería con la mirada sistémica.

¿Cómo se traduce esa integración entre lo técnico y lo humano en tu metodología de trabajo?

Trabajo con un modelo que combina diagnóstico preciso y visión sistémica. Primero identifico las causas reales detrás de los síntomas —conflictos, ineficiencia o proyectos trabados— y luego diseño un plan de acción que no se queda en lo teórico, sino que se implementa con tareas y acompañamiento real.

Mi objetivo es que las empresas logren resultados sostenibles, no mejoras pasajeras. La clave es hacer visible lo invisible: los patrones de trabajo, las tensiones en los equipos y las resistencias que frenan el avance. De este modo, los procesos, proyectos y estrategias se ajustan a la realidad operativa y logran resultados medibles al resolver la raíz del problema.

Has tenido una trayectoria destacada en el sector público chileno. ¿Qué aprendizajes te dejó esa etapa?

Muchísimos. Llegué a Chile en 2004 y trabajé en proyectos fundacionales: ChileCompra, Corfo, Ministerio de Economía y Gobierno Digital. Fueron años intensos donde aprendí el valor de las políticas públicas bien implementadas y la importancia de la ejecución. Entendí que el Estado puede ser un laboratorio de innovación si se combina gestión con visión y compromiso. Lo que más me marcó fue ver cómo una buena estrategia tecnológica puede realmente mejorar la vida de las personas.

¿Cómo ha sido trabajar en el sector privado después de tantos años en el sector público?

El tránsito fue natural y mi paso por Deloitte Assurance, extraordinario. Pude volcar experiencia “en terreno” al acom-

pañar la implementación de un ERP en una organización de más de 10.000 personas a lo largo del país. Mi aporte estuvo en articular equipos, ordenar la gobernanza del proyecto, anticipar riesgos y ser puente entre negocio, tecnología y proveedores. Ese rol de “ensamblar y traducir” permitió que la tecnologización de la operación avanzara con claridad y adopción real. Fue un aprendizaje valioso que hoy sostiene mi modelo de trabajo: procesos claros, personas comprometidas y tecnología al servicio de resultados medibles.

¿Cómo defines hoy tu propósito profesional?

Mi propósito es acompañar a empresas y personas a identificar los bloqueos invisibles que impiden su desarrollo. Ayudo a integrar lo técnico y lo humano para que puedan avanzar con claridad, cohesión y resultados que perduren en el tiempo. Después de más de dos décadas en distintos países y sectores, entendí que la verdadera transformación ocurre cuando la causa raíz del problema se hace visible y cuando la estrategia se convierte en acción. El desafío es dejar de mirar y atender el síntoma y abordar el problema real, ese que no ve sin embargo está presente.

En tus consultorías también trabajas con mujeres líderes. ¿Qué desafíos observas con más frecuencia?

Las mujeres enfrentamos tensiones muy particulares. Muchas veces sentimos que debemos adaptarnos a modelos masculinos de liderazgo o que nuestra voz no tiene el mismo peso. Lo que hago es acompañarlas a descubrir su autenticidad, su capacidad de influencia y su poder personal sin perder su esencia. La clave no es competir con el modelo anterior, sino construir uno nuevo, más empático, colaborativo y efectivo.

“*La verdadera transformación ocurre cuando hacemos visible lo invisible: las dinámicas humanas que sostienen —o bloquean— cualquier estrategia organizacional.*”

¿Qué consejo le darías a las empresas que hoy buscan transformarse sin perder su esencia?

Que no intenten acelerar procesos sin mirar sus raíces. La velocidad sin dirección no sirve. Primero hay que entender qué dinámicas internas están operando, qué cultura sostiene las decisiones y si las personas, todas las personas de la empresa, realmente comparten el propósito. Cuando eso se alinea, la tecnología y la estrategia fluyen naturalmente.

¿Y a las mujeres profesionales que sienten que se han postergado?

Les diría: no esperen a tener todo resuelto para volver a ustedes mismas. Priorizarse no es egoísmo, es inteligencia emocional, es sabiduría. La energía con la que te lideras a ti misma es la misma con la que lideras tu entorno. Y eso marca una diferencia.

Finalmente, ¿cómo imaginas el futuro de tu trabajo y su impacto?

Creo que el futuro de las organizaciones que serán exitosas dependerá de quienes sepan unir dos mundos: la razón y la emoción, la estructura y la empatía. Mi trabajo es justamente ese puente. Quiero seguir acompañando a empresas y líderes que entiendan que el verdadero cambio comienza por dentro y desde adentro.

Tu momento de bienestar
**Centro wellness de
cuidado integral**



Planes
reductivos



Packs
para novias



Medicina
**estética y
regenerativa**



Limpiezas y
**tratamientos
faciales**

Una experiencia completa pensada en ti



Liderar desde la coherencia interior: el nuevo desafío de emprender

Por Daniela Fredes
Emprendedora y terapeuta Integral

Emprender o dirigir un negocio en estos tiempos no es solo una tarea profesional: es, sobre todo, un camino interior. Vivimos en una época de grandes transformaciones, donde las emociones, la incertidumbre y la velocidad del cambio nos invitan a replantear qué significa realmente liderar.

Hoy, el éxito de un emprendimiento o de una organización depende tanto de la estrategia como del estado emocional y energético de quienes la conducen. Si no estamos en equilibrio, si no hay coherencia entre lo que sentimos, pensamos y hacemos, difícilmente podremos inspirar, motivar o acompañar a otros hacia un resultado exitoso.

La felicidad organizacional empieza en el interior

Se habla mucho de bienestar laboral y de felicidad organizacional, pero pocas veces se comprende que todo comienza dentro de nosotros. Un equipo no puede florecer si su líder está desconectado, agotado o en lucha interna. La energía emocional del líder es contagiosa: si vibra en calma, transmite seguridad; si vibra en miedo, genera tensión.

Por eso, antes de buscar nuevas herramientas de gestión, conviene detenerse y mirar hacia adentro. ¿Cómo estoy?

¿Desde qué lugar estoy tomando mis decisiones? ¿Estoy disfrutando lo que hago o solo sobreviviendo al día a día? Estas preguntas abren la puerta a un liderazgo más consciente y humano.

La confianza como motor del éxito

La confianza en uno mismo es la base de cualquier proyecto sólido. No se trata de una confianza arrogante ni de creer que todo está bajo control, sino de una certeza profunda: la de saber que puedo sostener lo que venga, aprender de los errores y avanzar con autenticidad.

Cuando un líder confía en sí mismo, transmite esa misma energía a su equipo. La confianza se convierte en un puente invisible que permite trabajar con fluidez, asumir desafíos y crear entornos más creativos, colaborativos y felices.

Estrategias para liderar desde la conciencia

1. Practicar la autoobservación. Tomarse algunos minutos al día para conectar con la respiración y observar cómo te sientes. Esta simple práctica puede cambiar tu forma de reaccionar ante los desafíos.

2. Reconocer las emociones sin juzgarlas. Permitir que las emociones fluyan

y entender qué mensaje traen. La gestión emocional consciente evita conflictos innecesarios y mejora la comunicación.

3. Confiar en el propósito. Todo emprendimiento necesita un “para qué” claro. Conectarse con ese propósito da dirección y sentido a cada acción.

4. Fomentar la empatía. Escuchar genuinamente a los demás, comprender sus motivaciones y reconocer sus talentos fortalece la cohesión del equipo.

5. Cuidar la energía personal. Dormir bien, alimentarse de forma consciente y dedicar tiempo a actividades que nutran el alma no son lujos: son parte del liderazgo.

Liderar es servir desde el equilibrio

Ser líder hoy implica mucho más que dirigir: significa servir, inspirar y sostener desde la coherencia interior. Cuando una persona se lidera a sí misma con equilibrio y autenticidad, puede guiar a otros hacia un mismo propósito con amor, claridad y confianza.

Porque al final, no hay emprendimiento exitoso sin bienestar humano. La verdadera prosperidad nace cuando hacemos las paces con nosotros mismos y decidimos liderar desde el corazón.



República Dominicana se consolida como destino preferido del turismo sudamericano

Durante la gira regional del evento Meet in Paradise, realizada en Buenos Aires, el ministro de turismo dominicano David Collado, expresó su satisfacción por el aumento de visitantes provenientes de Argentina, Chile, Colombia y Perú, que en tan solo nueve meses, superaron el millón de personas.

Por Pierine Méndez

El turismo se ha consolidado, como una de las actividades más trascendentes para la economía de los países de Centroamérica y el Caribe. Por ello, sus autoridades sectoriales realizan constantemente actividades de difusión informativas a gran escala, que les permiten dar a conocer las bellezas de sus respectivos territorios, dar a conocer nuevos destinos emergentes y, al mismo tiempo, generar más y mejores oportunidades de negocio e intercambio comercial.

Uno de los destinos más atractivos de las últimas temporadas es República Dominicana, cuyas playas, balnearios y centros turísticos han sido desde hace varias décadas sinónimo de vacaciones soñadas, diversión y aventuras paradisíacas, en playas de arena dorada y aguas de intenso color turquesa, que bañan complejos turísticos de última generación, o bien, pueblitos pintorescos donde la única compañía es la bondad de la gente y la magia del paisaje.

Este magnetismo mágico ha impulsado al gobierno dominicano a realizar una atractiva gira de encuentros turísticos en toda la región, denominada Meet in Paradise, en la cual congrega a los principales agentes de viajes, operadores turísticos, medios de comunicación y líderes de opinión, con el objetivo de dar a conocer las bondades de sus principales destinos vacacionales, de cara a la siguiente temporada.

A mediados de octubre se realizó en Buenos Aires la edición sudamericana de esta experiencia, oportunidad en la que se congregaron más de 1.500 invitados especiales de Argentina, Chile, Perú, Bolivia, Brasil y Uruguay, lo que refleja la consolidación del liderazgo de República Dominicana como el destino turístico más popular y completo del Caribe.

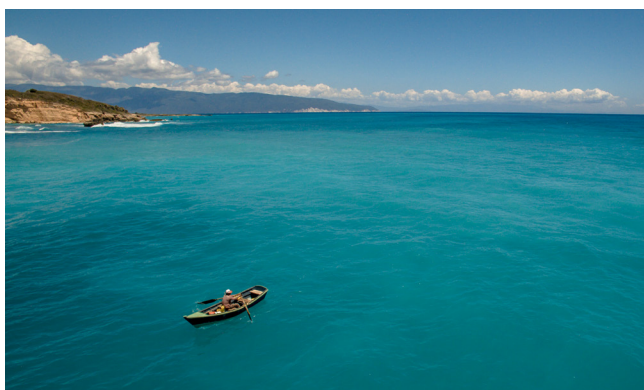
Durante el encuentro, que se realizó en el Centro de Convenciones La Rural de la capital argentina, Meet in Paradise ofreció una jornada de formación, inspiración y conexión con la esencia dominicana, a partir de una oferta programática que combinó capacitaciones interactivas, paneles temáticos y experiencias culturales y gastronómicas, que transmitieron a los asistentes los valores que distinguen la marca país de República Dominicana: autenticidad, alegría, hospitalidad y diversidad.

Así lo expresó el ministro de Turismo de dicho país, David Collado, quien recientemente estuvo también de visita en Chile para promocionar sus diversos destinos turísticos entre los operadores y líderes de opinión nacionales, oportunidad en la que destacó tanto la importancia de las giras informativas que se enmarcan en el evento Meet in Paradise, como las bondades de los diferentes balnearios y resorts dominicanos.

“El objetivo de este tipo de actividad es mantener nuestro contacto cercano con los agentes de viajes, y operadores turísticos del cono sur, que realmente se han convertido en una fortaleza importantísima para la sostenibilidad y el crecimiento del turismo en República Dominicana”, manifestó el secretario de Estado.

Visitantes de todo el continente

Si bien en la actualidad, la mayor cantidad de visitantes que la nación-isla caribeña recibe al año, son argentinos, el ministro Collado destacó que el flujo de turistas chilenos que acuden, atraídos por la belleza de sus playas y la calidez de sus habitantes, aumenta cada año, lo que abre interesantes oportunidades de negocio para su país.





“Hoy Argentina es uno de los países con mayor número de turistas en el año, pero Chile también tiene un crecimiento fuertísimo y se estima que más de 125.000 chilenos visitan cada año la República Dominicana”, explica.

“También tenemos una presencia importante de viajeros de Perú, Uruguay y Brasil, y por ello queremos seguir manteniendo un contacto permanente con los operadores, comunicadores y líderes de opinión de todos estos países hermanos, porque deseamos mostrarles en forma permanente parte de la esencia, del alma, de la interioridad de la República Dominicana, como nuestro ron, nuestros bailes, música y cultura, y qué mejor que hacerlo a través de actividades lúdicas y atractivas como Meet in Paradise donde podemos conectarlos mejor, de modo que los protagonistas sectoriales e influenciadores de Sudamérica transmitan a todo el público esta visión mágica integral de nuestro querido país”, expresó el ministro Collado.

Objetivo que, para el personero de gobierno dominicano, también puede abordarse mediante el uso intensivo de las nuevas tecnologías y al análisis estratégico de la información, especialmente a través del uso de programas de Inteligencia Artificial que permitan identificar de mejor forma a los visitantes, y así ofrecerles una experiencia mucho más satisfactoria.

“Hoy nosotros sabemos cuántos turistas llegan a República Dominicana diariamente, y la data que manejamos también nos permite saber si van de vacaciones, o por trabajo, o si viajan

en familia, o solo para practicar turismo de aventura. De hecho, nos hemos dedicado a conocer a fondo a nuestros turistas y el uso de Inteligencia Artificial ha sido muy importante para el análisis de esta información. Por eso, creo que en estos nuevos tiempos los países que hagan un uso acorde de esta herramienta tecnológica en el ámbito turístico se quedarán rezagados”, manifiesta.

La clave de este uso, radica, de acuerdo con el ministro Collado en la capacidad de las entidades turísticas para interpretar correctamente los datos y, de este modo, generar más oportunidades para captar las preferencias de nuevos viajeros y, al mismo tiempo, brindarles una mejor estadía, de acuerdo con sus intereses y gustos específicos.

“

República Dominicana no solo se visita: se vive, se siente y se recuerda; por eso hoy se consolida como el destino preferido del turismo sudamericano.

”

“Para tales efectos, nos hemos enfocado en hacer una promoción dirigida a lo que buscan nuestros turista. Es decir, dedicamos tiempo a conocer a cada uno de nuestros visitantes, de acuerdo con sus gustos y preferencias, a partir del análisis de las actividades más recurrentes, sean bodas, convenciones, fiestas o paseos familiares, así como de los destinos más visitados, lo cual ha sido parte fundamental del éxito de nuestro país, pues no estamos improvisando”, enfatiza.

Con esta edición, “Meet in Paradise”

reafirma el compromiso de la marca país República Dominicana de seguir conquistando corazones, construyendo alianzas estratégicas y proyectando al país como un destino que no solo se visita, sino que se vive, se siente y se recuerda.

Crecimiento constante

Gracias a estos esfuerzos, hoy América del Sur se consolida como el primer mercado emisor en crecimiento de turistas y como el segundo más importante a nivel mundial para República Dominicana, cuyas autoridades sectoriales confirmaron que solo entre enero y septiembre de 2025, recibieron a más de 1 millón de turistas sudamericanos, consolidando un crecimiento de 26% interanual en comparación con 2024.

Argentina se consolidó como el principal mercado emisor, con 339,871 visitantes, lo que equivale al 33% del total de llegadas sudamericanas y representa un aumento del 76% respecto al mismo período del año anterior. Le siguió Colombia, con 274,287 turistas, con un crecimiento del 17% interanual; y Chile, con 116,443 visitantes, que se mantuvo prácticamente estable con un incremento de 1%.

Luego, Brasil sigue con 98,939 llegadas, 16% más que en 2024; Perú, con 88,054, y un crecimiento de 43%; Ecuador, con 52,189 y un aumento de 9%; y Uruguay, con 25,408 turistas, cifra que se mantuvo en niveles similares al año anterior. Esto permite que la región sudamericana supere por segundo año consecutivo a Europa en el flujo de turistas que visitan República Dominicana.

EXEED
BORN FOR MORE

DESCUBRE TU PRIMER SUV PREMIUM



NEW EXEED
LX
EXPLORA SIN LÍMITES



MOTOR 1.6
TURBO - 183 HP

6

MODOS DE
CONDUCCIÓN

7

VELOCIDADES
- TRANSMISIÓN
AUTOMÁTICA DCT

6

AIRBAGS

9

PARLANTES SONY
ALTA FIDELIDAD

18

EXEED ADAS
(ASISTENCIA A
LA CONDUCCIÓN)



LA GARANTÍA
MÁS EXTENSA
DEL MERCADO

EXEED ADAS
ADVANCED DRIVER ASSISTANCE SYSTEM

CONOCE MÁS EN EXEEDBORNFORMORE.CL

Tres décadas de transformación: la Corporación Jesús Niño en su 30° aniversario

Cecilia Muñoz Fernández

Vicepresidenta del directorio de Corporación Jesús Niño

Por Magaly Álvarez



La Corporación Jesús Niño cumple tres décadas acompañando a niñas, niños, jóvenes y familias en La Pintana. Desde su mirada como vicepresidenta del directorio, ¿cuál considera que ha sido el mayor impacto o transformación que la corporación ha logrado generar en la comunidad durante estos años?

Lo más relevante ha sido que Jesús Niño ha hecho de la educación una oportunidad concreta en contextos donde muchas veces parecía inalcanzable.

Hemos demostrado que la educación con sentido, enraizada en el territorio, cambia trayectorias de vida cuando creamos vínculos, porque sin ese piso afectivo no hay aprendizaje duradero. A partir de ahí, habilitamos aprendizajes significativos y participación protagónica: niñas, niños y jóvenes que opinan, diseñan y ejecutan proyectos con impacto comunitario.

Durante estas tres décadas, la Corporación ha acompañado a niñas, niños,

jóvenes y sus familias desde una convicción muy clara: la educación es el camino para abrir horizontes y construir confianza.

El resultado es tangible: alta asistencia y adherencia a los espacios educativos; permanencia en el sistema escolar regular; y familias que revaloran la educación como herramienta cotidiana de movilidad y protección. En contextos donde no falta capacidad sino espacios de participación efectiva, he-

mos abierto esas puertas para que se transformen en oportunidades.

Ese trabajo sostenido ha permitido que cientos de personas vuelvan a creer en sus capacidades, que los niños y jóvenes accedan a aprendizajes significativos y que la comunidad valore la educación como una herramienta de transformación cotidiana.

Uno de los ejes más potentes de la corporación es su trabajo desde el enfoque de derechos y los vínculos significativos. ¿Cómo se traduce ese compromiso ético y afectivo en las prácticas diarias con las infancias y sus familias, especialmente en contextos de alta vulnerabilidad como El Castillo?

En Jesús Niño, el enfoque de derechos se vive en la práctica, no solo se declara.

Cada espacio educativo busca que los niños y niñas aprendan en entornos que los cuidan, los escuchan y los hacen sentir seguros. Los vínculos son el punto de partida: el aprendizaje ocurre cuando hay confianza y afecto.

En territorios donde lo que falta no son las ganas, sino redes de apoyo y acompañamiento, cuidar los vínculos es una forma de proteger

Y ese cuidado se fortalece gracias a la Política de Protección de Infancias, que orienta cómo actuar frente al riesgo y cómo sostener entornos educativos seguros donde cada niño y niña pueda desarrollarse plenamente.

La Teoría de Cambio destaca la participación protagónica de las infancias y juventudes como motor de transformación. ¿Qué aprendizajes deja este enfoque sobre la capacidad de los propios niños y jóvenes para incidir en su entorno y construir comunidades protectoras?

La experiencia nos ha mostrado que los niños y jóvenes tienen una gran capacidad para involucrarse, proponer y generar cambios en lo cotidiano.

Cuando participan de manera activa en talleres, proyectos o decisiones, se apropian de sus espacios y desarrollan habilidades que fortalecen su confianza y liderazgo. Cuando damos espacios reales para decidir, las infancias asumen liderazgo y cuidan lo que construye. En Jesús Niño buscamos que cada programa fomente el desarrollo de competencias socioemocionales y de desarrollo de proyectos. Así, niños, niñas y jóvenes dejan de ser solo “beneficiarios” y se convierten en agentes de cambio que multiplican conductas protectoras en su entorno.

Esta participación genuina los convierte en referentes para otros y en parte de la construcción de comunidades más protectoras. Un ejemplo concreto. En el programa Actúa Más, un grupo de niños y niñas propuso el proyecto de agradecer a los recolectores de residuos de la comuna. Ellos/as diseñaron,

prepararon un homenaje y gestionaron la visita a los trabajadores de la empresa SOLOVERDE. Aprendieron logística, comunicación respetuosa y trabajo en equipo y la comunidad vio a la infancia liderando una acción con sentido social

La educación, en este sentido, deja de ser un proceso individual y se vuelve una experiencia colectiva, donde todos —niños, jóvenes y adultos— aprenden a cuidar y a construir juntos.

En estos años, la corporación ha trabajado muy de cerca con mujeres y familias para fortalecer su rol en la comunidad. ¿Cómo ha cambiado ese papel a lo largo del tiempo y por qué es tan importante para acompañar el desarrollo y la educación de los niños y niñas?

A lo largo del tiempo, las mujeres se han fortalecido y han asumido

un papel cada vez más activo en el proceso educativo de sus hijos e hijas.

Muchas comenzaron participando en espacios impulsados por Jesús Niño y hoy se involucran con mayor confianza en la educación de sus niños, en el diálogo con las educadoras y en las decisiones que acompañan su desarrollo.

Ese avance muestra algo muy valioso: cuando una mujer se siente fortalecida y parte del proceso educativo, la relación entre escuela y familia se vuelve más cercana y colaborativa.

“*Jesús Niño ha hecho de la educación una oportunidad concreta en contextos donde muchas veces parecía inalcanzable, demostrando que la educación con sentido y enraizada en el territorio cambia trayectorias de vida.*”



El trabajo con las familias ha confirmado que la educación no ocurre solo dentro del aula; también se construye en el hogar, en la conversación cotidiana y en la manera en que se acompaña y se valora el aprendizaje de los niños y niñas.

A la luz de esta nueva Teoría de Cambio y del proceso participativo que la originó, ¿cómo visualiza el futuro de la Corporación Jesús Niño? ¿Qué desafíos y oportunidades identifica para seguir fortaleciendo su impacto social y educativo en los próximos años?

El futuro de Jesús Niño se proyecta con esperanza y foco.

El gran desafío será seguir ampliando el impacto educativo sin perder la cercanía que define su trabajo.

Eso implica fortalecer alianzas con escuelas, universidades, empresas y el Estado, para que más niñas, niños y jóvenes accedan a experiencias educativas integrales, seguras y de calidad.

La Política de Protección de Infancias seguirá siendo un pilar importante, porque asegura que el crecimiento institucional se mantenga coherente con el cuidado y la ética que siempre han estado en el centro.

Las oportunidades están en seguir haciendo de la educación una experiencia viva, humana y transformadora que nazca del vínculo y devuelva esperanza a los territorios.

Por eso, te invito a conocernos y a visitarnos; a sumar tu mirada, tu tiempo y tus recursos. Cada aporte cuenta: lo más concreto es hacerte socio o socia en socios.jesusnino.cl y vincularte a nuestra comunidad a través de las redes [@corpjesusnino](https://twitter.com/corpjesusnino). Desde donde estés, puedes ayudarnos a que más niñas y niños crezcan protegidos, aprendiendo y participando.



Arte con sentido en Sodimac: una colección de productos inclusivos de la mano de Edudown y Iko



El arte de jóvenes con síndrome de Down llega al retail en una alianza inédita entre Edudown, Iko y Sodimac con el lanzamiento de una línea exclusiva de cuadros, totebags, mugs, botellas reutilizables y tazones enlozados. El evento de activación reunió a artistas, creadores e influencers en una jornada que celebra la inclusión efectiva y el impacto social.

Con emoción, creatividad y propósito se vivió el evento de Arte con Sentido, una colección de productos desarrollada por jóvenes con síndrome de Down. La iniciativa nace de la colaboración entre la Corporación Edudown, la empresa de innovación social Iko y Sodimac.

Iko es una empresa de innovación social que impulsa la inclusión, la sostenibilidad y el desarrollo de comunidades. A través del diseño, el arte y la creatividad, articula alianzas entre empresas, organizaciones sociales y creadores locales para generar propuestas con alto impacto social y económico.

La jornada se llevó a cabo en la Casa de la Cultura de Ñuñoa que comenzó a las 10:30 horas, liderada por la animación de María Luisa Godoy. Jóvenes artistas de Edudown compartieron espacio creativo con cerca de 500 personas, quienes observaron y compartieron en sus redes sociales una jornada llena de sensibilidad y talento, centrada en el proceso creativo de talleres de arte, flores, baile, magia y cuentacuentos.

Durante la actividad, los asistentes pudieron conocer y participar del proceso detrás de las artes de los productos: cuadros, totebags, mugs, botellas reutilizables y tazones enlozados, que hoy forman parte de la colección. A través de diversas técnicas y el innovador modelo productivo de Iko, compartieron con el público su visión artística, demostrando que la inclusión también puede generarse desde lo creativo.

La colección –que está disponible para compras online en Sodimac.com, solo con retiro en tiendas– tiene un objetivo ambicioso: financiar la primera escuela de arte permanente para jóvenes con discapacidad intelectual en Chile, beneficiando a más de 1.200 personas atendidas gratuitamente por Edudown en Santiago, La Serena y Temuco. Esta escuela contará con un modelo de autosustentabilidad económica, que permitirá transformar los resultados de los talleres en nuevas colecciones, productos y hasta regalos corporativos que generen ingresos para sustentar las clases.

“Este proyecto tiene un propósito claro: ofrecer una plataforma de participación cultural y social para jóvenes con discapacidad intelectual, basada en el arte. Hemos visto cómo el resultado estético de sus creaciones no sólo eleva su autoestima, sino que también transforma la percepción social sobre sus capacidades. La escuela de arte y esta colección, sin duda, están cambiando la vida de estos jóvenes, y también la nuestra como sociedad”, señaló Max Parada, Director Ejecutivo de Edudown, quien además durante el mismo evento firmó un importante acuerdo de inclusión laboral en la municipalidad de Ñuñoa, de la mano de su alcalde, Sebastián Sichel.

Durante el evento, por el lado musical estuvieron presentes los grupos Cantando Aprendo a Hablar y Mazapán que hicie-

ron vibrar a todos los asistentes, quienes cantaron y bailaron acompañando a los jóvenes artistas y visibilizaron el talento y energía de los jóvenes artistas en sus redes sociales.

“Para Iko, este proyecto no se trata sólo de una colección, sino de un nuevo paradigma sobre cómo pueden relacionarse las empresas con el impacto social. Detrás de cada producto hay un proceso creativo donde los jóvenes con discapacidad intelectual son protagonistas. La alianza con Edudown y Sodimac, es clave para descubrir y formar a futuros artistas con síndrome de Down y discapacidad intelectual. Desarrollar talleres de este tipo, no sólo eleva las obras, sino también construye puentes. La sostenibilidad no es filantropía: se construye haciendo mejores negocios, capaces de generar valor económico y social. Esta colección sostiene una escuela de arte permanente que transforma vidas. Este modelo demuestra que el diseño no es un lujo, sino una herramienta real de inclusión y transformación.”, comentó Macarena Cortés, Socia Fundadora y Directora Creativa de Iko. “A veces pensamos que innovar es solo hablar de inteligencia artificial o nanotecnología, pero olvidamos que una forma poderosa de innovar es compartir el conocimiento para crear cosas completamente originales. Esta iniciativa demuestra que el diseño y el arte también puede ser una herramienta de transformación social real, que activa talentos y rompe barreras”, agregó Alejandra Mustakis, socia fundadora de Iko y reconocida empresaria chilena.

“Estamos felices de poder contribuir a la inclusión laboral de jóvenes con síndrome de Down a través de la innovación y la creatividad. Como la Casa de Todos, trabajamos por ser una empresa sostenible y contribuir a impulsar transformaciones reales y positivas en la sociedad. Nuestros clientes son parte fundamental de este esfuerzo, por lo que agradecemos la preferencia que han tenido por estos productos desde su lanzamiento. Cabe destacar que Sodimac ha desarrollado un completo programa de productos eco-sostenibles, que cuenta ya con más de 6.450 artículos diferentes que cumplen atributos sociales y ambientales verificados por Sodimac y una entidad técnica externa, como es Ecoestrategia”, destacó Juan Carlos Corvalán, Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento de Sodimac.

Arte con Sentido es una señal clara del futuro que queremos: uno donde el diseño, la inclusión y la colaboración entre empresas y comunidades generen modelos de transformación cultural, social y económica con impacto real.

Los productos están disponibles en Sodimac.cl. Para más información sobre esta iniciativa y futuras activaciones, revisa las redes sociales oficiales de las organizaciones involucradas: @homecenter_cl (Sodimac), @edudownoficial (Corporación Edudown) y @iko.cl (Iko).

Business Festival Fundadoras 2025

El Business Festival Fundadoras reunió a mujeres emprendedoras, líderes, ejecutivas e inversionistas en una jornada vibrante que puso en el centro la colaboración, la economía del cuidado y el poder transformador del emprendimiento femenino en Chile y Latinoamérica. Más que un evento, fue una experiencia de conexión real, donde las historias personales, las estrategias de negocio y la visión de futuro se entrelazaron para abrir nuevas oportunidades.

El encuentro destacó por su atmósfera cercana y enérgica, con paneles que abordaron temas clave como el financiamiento con perspectiva de género, la construcción de marcas con propósito, la digitalización como ventaja competitiva y la importancia de sostener redes que impulsen el crecimiento de manera colectiva. Hubo talleres prácticos, mentorías uno a uno y espacios de networking diseñados para generar alianzas concretas y colaboraciones de valor.

El festival se consolidó como un punto de encuentro imprescindible para las mujeres que están modelando la nueva economía: aquella que innova sin perder humanidad, que crece con perspectiva, y que entiende que cuando una avanza, avanzamos todas.



Apertura Boutique Creed Chile

Una noche de herencia y elegancia marcó la inauguración oficial de la exclusiva boutique House of Creed en Alonso de Córdova, un hito para la alta perfumería en Chile. Invitados especiales, prensa y amigos de la marca se reunieron en un ambiente de sofisticación y arte olfativo, donde cada detalle evocaba la tradición y excelencia que distinguen a la maison británica.

Entre aromas icónicos, copas de champagne y elegantes atuendos, los asistentes disfrutaron de una experiencia sensorial única, celebrando junto a Revista Pellehome, media partner del evento, el desembarco de Creed en el corazón de Vitacura.



Encuentro Empresarial Google Cloud Chile x Revista e-Negocios

El pasado 30 de octubre, se llevó a cabo un nuevo Encuentro Empresarial E-Negocios en las oficinas de Google en Santiago, instancia que reunió a líderes del sector corporativo en torno a un tema clave para la competitividad del país: la innovación como motor de transformación empresarial.

La jornada se inició con una presentación sobre las tendencias globales en inteligencia artificial, automatización y adopción cloud, destacando cómo las organizaciones chilenas están acelerando su transición hacia modelos más ágiles, sostenibles y centrados en la experiencia del cliente.

Posteriormente se desarrolló un panel de conversación moderado por nuestro equipo editorial, que contó con la participación de:

Luis Rodríguez, Gerente General de Atento Chile
Verónica Tejeda, Gerenta de Alianzas Kyndryl
Claudio Díaz, CEO de Tempus Asset Management

Los panelistas compartieron visiones complementarias sobre los desafíos actuales de la digitalización, la necesidad de fortalecer culturas de trabajo basadas en datos y el rol de la innovación colaborativa para escalar soluciones que impacten de manera real en los negocios y en las personas.

Desde Revista e-Negocios, agradecemos la apertura y colaboración de Google Cloud Chile y el entusiasmo de nuestra comunidad. Continuamos promoviendo espacios que generen reflexión, vínculos y nuevas oportunidades para impulsar el desarrollo de organizaciones más eficientes, inclusivas y visionarias.





e-

Negocios

Carolina Riquelme

CEO de Hydroming SPA

"Estamos aportando a la economía circular, y hemos participado en eventos de electromovilidad (...) para convertirnos en una empresa de gran contribución a la energía sostenible."

Gina Ocqueteau

Presidenta Sociedad Química y Minera de Chile (SQM)

"Chile no solo puede liderar la producción de litio; puede liderar el estándar ético y ambiental de la minería del futuro."

La activa agenda internacional de Codelco en 2025:

"Codelco, como principal productor de cobre del planeta, tiene una influencia que trasciende fronteras, no sólo por sus volúmenes de producción, sino también por su compromiso con la innovación, la reducción de emisiones y una minería responsable con el entorno."

Estuardo Ortiz

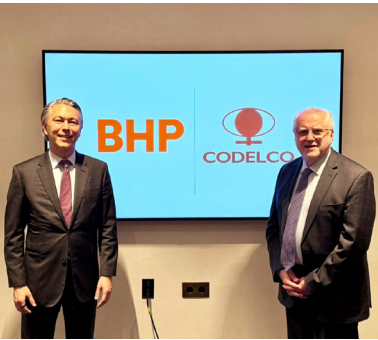
CEO y fundador de JetSMART Airlines

"Nacimos para abrir los cielos de Sudamérica."

Contenido

01. Portada

50 Estuardo Ortiz – Jetsmart



02. Minería & Sustentabilidad

- 55 Máximo Pacheco – Codelco
- 59 CEIM
- 61 Arcadis
- 62 SQM
- 64 Carolina Riquelme



03. Política & Actualidad

- 66 Evelyn Matthei
- 68 GTR Abogados





JetSMART

Estuardo Ortiz

CEO y fundador de JetSMART Airlines

“Nacimos para abrir los cielos de Sudamérica. Nuestro propósito ha sido, desde el día uno, conectar a más personas al mejor precio posible.”

Por Magaly Álvarez

Aerolínea de bajo costo con presencia en Chile, Perú, Argentina y Colombia. Con más de 30 años de experiencia en la industria aérea, ha ocupado cargos ejecutivos en Avianca, Grupo TACA y Copa Airlines, liderando procesos de expansión, eficiencia operativa y transformación empresarial.

Bajo su liderazgo, JetSMART se ha consolidado como una de las aerolíneas de mayor crecimiento en Sudamérica, con una visión enfocada en abrir los cielos del continente, combinando seguridad y sostenibilidad.

**Estuardo Ortiz (CEO):****¿Qué los motivó a lanzar este modelo ultra low cost y cómo se ha mantenido fiel a ese propósito?**

“Nacimos para abrir los cielos de Sudamérica. Nuestro propósito ha sido, desde el día uno, conectar a más personas, al menor precio posible, volando en la flota más nueva de toda Sudamérica, de forma confiable y a tiempo. En los últimos tres años, después de la pandemia, hemos más que triplicado nuestra oferta y hoy somos el principal referente del modelo ultra low cost en la región. La llegada de JetSMART al mercado permite que más personas accedan a volar, al ofrecer tarifas ultra bajas. Más de 47 millones de personas ya volaron SMART y estimamos que al menos 8 millones nunca habían viajado en avión. La clave es mantenernos consistentes con nuestro modelo, siendo cada vez más productivos ofreciendo precios bajos y alta calidad de servicio”.

Estuardo Ortiz (CEO):**¿Cómo tradujeron esa visión inicial en una estructura operativa sólida?**

“Es clave tener claro el propósito y la visión. Y luego debe traducirse en un modelo de negocio claro, el modelo ultra-low-cost de JetSMART se basa en formar un equipo de clase mundial, Rockstars, una operación SECA (segura, confiable,

eficiente y a tiempo) y un costo más bajo que toda nuestra competencia. Y con eso viene la cultura SMART, que al final define cada acción y decisión que tomamos basada en: Safety, Mindest, Authenticity, Radical Low Cost y Team. Esa disciplina nos ha llevado a ser la aerolínea de más rápido crecimiento de Sudamérica, a tener el menor costo del mercado y a obtener reconocimientos internacionales, como la mejor low cost de Sudamérica, según Skytrax World Airline Awards por tres años.

“

La clave es mantenernos consistentes a nuestro modelo, siendo cada vez más productivos, ofreciendo precios bajos y alta calidad de servicio.
(Estuardo Ortiz (CEO)).

”

Estuardo Ortiz (CEO):

JetSMART se encuentra cerca de los 47 millones de pasajeros transportados en su noveno aniversario. ¿Qué desafíos enfrentaron para triplicar su capacidad desde 2022 y cómo proyectan mantenerse como referentes regionales hacia 2030?

“La pandemia ha sido muy difícil para la industria de la aviación y sus síntomas aún se sienten. En Sudamérica se ha dado una consolidación, que llevó a 14 aerolíneas a cerrar sus operaciones. Esto abrió un espacio, una oportunidad para JetSMART para entrar a nuevos mercados, como Perú y Colombia. Crecer tan rápido presenta innumerables desafíos operativos, regulatorios, financieros y comerciales; más en JetSMART la cultura emprendedora, de start-up, nunca la hemos perdido y no paramos hasta lograr lo que necesitamos”.

Estuardo Ortiz (CEO):

Con un crecimiento interanual del 47% y una participación del 16% en el mercado chileno, ¿cuáles son hoy los principales motores de crecimiento en sus operaciones regionales?

"Argentina y Colombia son hoy los mayores impulsores. En Argentina transportamos más de 13 millones de pasajeros con un crecimiento del 118% interanual, alcanzando el 24% del mercado doméstico. En Colombia, en apenas un año, movilizamos 5,6 millones de pasajeros, logrando el 11% de participación. En Perú ya superamos los 6 millones en tres años. El motor de todo esto es un modelo disciplinado y una red diversificada que nos permite balancear ciclos económicos diferentes por país.

Estuardo Ortiz (CEO)

Proyectan operar con 120 aviones al 2031. ¿Qué criterios estratégicos están utilizando para definir la expansión y renovación de la flota?

"Es una ventaja competitiva muy importante poder contar con un plan de flota, contratado con Airbus, para el largo plazo. Nos deja claro el camino que debemos tomar proactivamente para crecer en nuestras 7 bases de operación en Sudamérica, tanto en las redes domésticas como internacionales. La clave es estar preparado para adaptarse al cambio, pues en los próximos años seguramente los mercados cambiarán y algunos tendrán altibajos. Esta expansión se define bajo criterios de eficiencia (aviones nuevos y de

bajo costo por asiento), flexibilidad y una red sólida (movemos flota según mercados que más crecen) y sostenibilidad (SAF, menor huella de carbono)".

Estuardo Ortiz (CEO):

Un 18% de sus pasajeros viajaron por primera vez en avión con JetSMART. ¿Cómo evalúan el impacto social y territorial de su modelo low cost en la democratización del transporte aéreo?

"Ese es el verdadero impacto. Solo entre 2023 y 2024, uno de cada cinco pasajeros voló por primera vez en avión con nosotros. En Chile y los demás países, además volamos rutas SMART de punto a punto que permite acercar las comunidades y las personas. Mucha gente, dado el factor JetSMART, hoy puede ver a su familia, estudiar o trabajar en otra ciudad, a hacer negocios y a generar más turismo

y desarrollo económico. Nuestra entrada generó una disrupción en el mercado, llevando a que los precios bajarán y la competencia evolucionara a ser más accesibles".

Gabriela León (Country Manager):

Redujeron en 35% los reclamos ante SERNAC en el primer trimestre de 2025. ¿Qué medidas han implementado en atención al cliente y gestión de calidad para lograr esta mejora?

"Primero, transparencia en políticas. Segundo, digitalización

“
El logro más grande no está en las cifras: es haber cambiado la vida de millones de personas que nunca habían volado y hoy pueden hacerlo.
(Estuardo Ortiz (CEO)).
”



Gabriela León, Country Manager



para dar respuestas rápidas. Y tercero, capacitación de equipos. Eso confirma que bajo costo no es sinónimo de mala calidad: podemos ser eficientes y cercanos al mismo tiempo.

Austral, el pingüino rey que adorna la cola de un avión de JetSMART, fue transformado en el rostro de un chatbot basado en inteligencia artificial generativa, capaz de atender consultas en WhatsApp y Webchat en español, inglés y portugués. Entrenado con la base de conocimiento de la aerolínea y adaptado a las particularidades lingüísticas de cada país, Austral integra IA generativa con tecnología de Smart Intents y NLU, lo que le permite comprender las intenciones de los usuarios y entregar respuestas precisas. Su implementación se apoya en Flow Builder, una herramienta que facilita al equipo interno crear y mantener flujos automatizados, brindando una atención más cercana y eficiente en toda la región.

Estuardo Ortiz (CEO):
Reconocidos como la mejor aerolínea low cost de Sudamérica. ¿Qué significa este reconocimiento para la compañía y cómo influye en la percepción del cliente?

“Obtuvimos el premio Skytrax 2025 a la mejor aerolínea low cost de Sudamérica, siendo esta la tercera vez que recibimos este galardón, lo que reafirma que vamos en la dirección correcta, ofrecerle al pasajero un vuelo en avión nuevo, confiable, seguro y a tiempo por unos pocos pesos. No es solo un galardón: es la confianza de millones de pasajeros, y un impulso para seguir innovando con productos como JetSMART GO, la primera suscripción aérea en Sudamérica”.

Gabriela León (Country Manager): El premio Skytrax 2025 también refuerza la posición en el mercado nacional: Ser reconocidos por tercera vez confirma que, en todos los mercados y por supuesto en Chile, estamos en el camino correcto. Este logro conecta con la percepción local, consolidando a JetSMART como la low cost más confiable en Chile.

Estuardo Ortiz (CEO):

¿Cómo logran mantener altos estándares de desempeño en un modelo ultra low cost, donde los márgenes son más ajustados?

“El modelo ultra low cost ha sido exitoso por décadas en el mundo y con los márgenes más altos de la industria. La clave está en la productividad y la eficiencia que permite ofrecer precios más bajos, sin sacrificar calidad. Con eficiencia operativa de 82,9% y regularidad de 98,8% en Chile Esto prueba que el low cost no está reñido con calidad ni confiabilidad. Además, en JetSMART hemos incorporado innovaciones como Digital Winglets, una tecnología desarrollada por APIJET y licenciada por la NASA, que optimiza trayectorias de vuelo en tiempo real y permite reducir en más de 2% el consumo de combustible por operación. Esto no solo mejora la eficiencia, sino que también reduce las emisiones de CO₂ y se traduce en ahorros de costos que podemos trasladar a nuestros pasajeros”.

La confianza de millones de pasajeros y el reconocimiento internacional, como el premio Skytrax 2025, nos confirman que vamos en la dirección correcta.
(Estuardo Ortiz (CEO)).

Gabriela León (Country Manager):
¿Cuál es la estrategia para potenciar la conectividad nacional y captar oportunidades en mercados emergentes?

“La clave es operar donde hay demanda insatisfecha. Nuestro modelo es claro: dar conectividad interregional sin depender siempre de capitales acercando a más personas a viajar SMART.

En la búsqueda de ofrecer una buena conectividad interregional reforzamos los vuelos desde La Serena a los diferentes puntos del país. Así también, rutas entre Temuco – Balmaceda y Concepción – Balmaceda desde noviembre. A nivel internacional tenemos la expansión con la ruta Santiago – Punta Cana vía Medellín desde diciembre de 2025. Esto demuestra el compromiso de JetSMART con la conectividad regional dentro de Chile y hacia destinos internacionales clave”.

Gabriela León (Country Manager):

Con presencia creciente en vuelos chárter hacia regiones mineras, ¿cómo visualizan el rol de JetSMART en el traslado laboral, especialmente donde hay déficit de infraestructura como en La Serena?

"Las rutas mineras son parte del ADN de la conectividad territorial. Con nuestro modelo chárter hemos respondido en zonas como el norte de Chile, apoyando traslados laborales flexibles, seguros y accesibles. Eso es parte de democratizar el aire: no solo turismo, también trabajo y productividad. Para lograr estos objetivos, dentro del mercado chileno, la infraestructura de aeropuertos es un tema crítico, por lo que JetSMART, junto con ACHILA e IATA, proponen priorizar la modernización de los aeropuertos regionales existentes, a través de la implementación de sistemas como el ILS, asegurando una buena conectividad".

Estuardo Ortiz (CEO):

¿Qué proyectos de ley o marcos regulatorios pueden impactar positiva o negativamente la expansión del modelo low cost en Sudamérica? ¿Existe coordinación con autoridades?

"El desarrollo del modelo low cost en Sudamérica está estrechamente relacionado con la libertad tarifaria, la estabilidad regulatoria y la eficiencia operativa. Cuando esos principios se mantienen, el resultado es más competencia, precios más bajos y un acceso más amplio al transporte aéreo. En cambio, cuando se imponen restricciones o normas que limitan la flexibilidad comercial, se encarece el pasaje y se reduce la conectividad.

Entendemos la importancia de resguardar los derechos de los pasajeros y de promover prácticas transparentes en la industria. Sin embargo, hoy observamos con atención distintas discusiones legislativas en la región que, aunque buscan proteger al consumidor, podrían generar efectos contrarios.

En distintos países de la región se han abierto debates legis-

lativos en esta línea. En Chile, también se discuten medidas similares, como la gratuidad obligatoria del equipaje, el re-tracto cercano al vuelo o la fijación de condiciones tarifarias por ley. Estas iniciativas, más allá de su intención, terminan afectando la libertad de elección de los usuarios, el turismo, la inversión y la conectividad entre regiones.

Hemos destacado ante autoridades y legisladores la importancia de mantener un entorno equilibrado que promueva la competencia y beneficie al consumidor. El modelo low cost no es solo una forma de volar, es una herramienta de desarrollo que impulsa economías locales, amplía las oportunidades del turismo y permite que más personas puedan acceder al avión por primera vez.

El desafío está en avanzar hacia regulaciones que protejan al pasajero sin limitar la innovación ni la eficiencia. Ese es el camino para una aviación moderna, competitiva y verdaderamente accesible para todos."

“

Con disciplina y consistencia en nuestro modelo, mantendremos a nuestro equipo de Rockstars enfocado, eficiente y preparado para los desafíos que vienen.

(Estuardo Ortiz (CEO)).

”

Estuardo Ortiz (CEO):

¿Cuál considera el logro más significativo hasta hoy y qué lo inspira de cara a 2030?

"El logro más grande no está en las cifras: es haber cambiado la vida de millones de personas que nunca habían volado y hoy pueden

hacerlo. De cara a 2030, nuestra inspiración es clara: llegar a 100 millones de pasajeros y una flota de 100 aviones, expandirnos a más países y mantenernos fieles a un modelo que promueve el acceso al vuelo de Sudamérica".

Estuardo Ortiz (CEO):

¿Cómo se preparan para los próximos desafíos de escala, regulación y competencia en la región?

"Con disciplina y consistencia en nuestro modelo, manteniendo nuestro equipo de Rockstars enfocado y eficiente, adaptándonos rápido a las cambiantes condiciones del mercado y con una clara visión de largo plazo".





La activa agenda internacional de Codelco en 2025: conferencias, reuniones con socios, visitas a clientes y nuevas alianzas con terceros completan la lista

Entre las principales intervenciones en lo que va del año está la participación del presidente del directorio, Máximo Pacheco, en la Conferencia Global de Metales, Minería y Acero del Bank of America (BoFA) en Barcelona. Allí, anunció alianzas con las gigantes Rio Tinto y BHP para el desarrollo conjunto del distrito Nuevo Cobre en Atacama y del proyecto de exploración Anillo en Antofagasta, respectivamente.

“Codelco como principal productor de cobre del planeta tiene una influencia que trasciende fronteras. No sólo destaca por sus volúmenes de producción, sino también por su compromiso con la transformación tecnológica e innovación, la reducción de emisiones y el desarrollo de una minería más responsable con el entorno”, describe Pacheco.

En un año marcado por la aceleración de la transición energética y la creciente demanda global de minerales críticos, Codelco reforzó con fuerza su liderazgo mundial como principal productor de cobre —dueño de las mayores reservas de ese metal en el orbe—, y activo nuevo actor en la industria del litio.

Además de participar en distintos encuentros internacionales de renombre, continuó con el despliegue de su plan de crecimiento por medio de asociaciones con terceros y nuevas alianzas de trabajo conjunto con otras compañías del sector e instituciones relacionadas a la industria minera global.

“Codelco como principal productor de cobre del planeta tiene una influencia que trasciende fronteras. No sólo destaca por sus volúmenes de producción, sino también por su compromiso con la transformación tecnológica e innovación, la reducción de emisiones y el desarrollo de una minería más responsable con el entorno. Este enfoque nos ha permitido marcar nuevos estándares en materia ambiental y social, reafirmando nuestro compromiso en ser el pilar del desarrollo sostenible de Chile y el mun-

do”, comentó Máximo Pacheco, presidente del directorio de la estatal.

Entre las principales intervenciones de este año, destaca en mayo la participación en la Conferencia Global de Metales, Minería y Acero organizada por Bank of America (BofA) en Barcelona, donde Pacheco presentó los avances estratégicos de la Corporación ante inversionistas de todo el planeta.

“*Participar activamente en instancias internacionales fortalece nuestras relaciones comerciales y nos permite compartir la visión de una minería sustentable, reafirmando el liderazgo global de Codelco.*”

En su exposición, destacó los aportes históricos de Codelco al Fisco en sus 53 años, por US\$ 158.000 millones; las inversiones acumuladas en el mismo período, por US\$ 105.000 millones; y los proyectos estructurales en marcha que aseguran la continuidad operativa de

la compañía por los próximos 50 años. Además, subrayó el rol de Codelco en la transición energética global, gracias a sus desarrollos en cobre y litio. En esta última área destacó los avances en el desarrollo de proyectos en los salares de Maricunga y Pedernales —en el primero ya escogió como socio a Rio Tinto— y reflexionó sobre el acuerdo con SQM para el desarrollo del litio en el Salar de Atacama, que ha continuado avanzando durante este año.





Fue en esa instancia donde también anunció alianzas con las gigantes Rio Tinto y BHP para el desarrollo conjunto del distrito Nuevo Cobre en Atacama, en el primer caso, y del proyecto de exploración Anillo en Antofagasta, con BHP. También informó una colaboración tecnológica con la empresa estadounidense I-Pulse Inc., para aplicar tecnologías de alta potencia pulsada en minería.

En el primer semestre también destaca el Memorándum de Entendimiento (MoU, por sus siglas en inglés) suscrito con Anglo American —cuyo acuerdo formal fue firmado en septiembre— para impulsar el desarrollo del distrito minero Andina—Los Bronces, incrementando la producción del distrito en 120 mil toneladas anuales entre 2030 y 2051, un incremento en la generación de valor antes de impuestos en al menos US\$ 5 mil millones sin considerar potenciales sinergias operativas adicionales.

Instancias clave

Durante el primer semestre, ejecutivos de Codelco participaron activamente

en varios otros encuentros clave en el mundo minero. Entre ellos están Cesco Week realizada en abril en Santiago; la reunión de The Copper Club en Nueva York en junio; y la LME Hong Kong, en que Codelco participó a través de su oficina en Shanghai. Más recientemente, la Corporación fue anfitrión de la 37ª

“
Codelco, como principal productor de cobre del planeta, tiene una influencia que trasciende fronteras, no sólo por sus volúmenes de producción, sino también por su compromiso con la innovación, la reducción de emisiones y una minería responsable con el entorno.
 ”

asamblea general de la International Molybdenum Association (IMO) que se realizó a comienzos de septiembre en Viña del Mar. En el segundo semestre destaca la participación en distintas instancias de la LME Week realizada en octubre en Londres, que se sumará a la Asia Week que se realizará a fines de noviembre en China.

Complementando la agenda, en el área logística la compañía participó en la conferencia “Break Bulk” en Rotterdam, el principal evento de transporte naviero y logística, oportunidad en que también visitó bodegas de almacenamiento en Europa —Rotterdam, Dunkerque, Barcelona— donde sus productos son recibidos por clientes. Además, se visitaron laboratorios especializados en análisis de muestras de concentrados, reforzando la importancia de resultados precisos y oportunos para la valorización de sus productos.

En otras instancias internacionales, Codelco participó en junio en el pabellón de Chile en la Expo Osaka 2025. En el marco de la Semana de la Minería la compañía proyectó imágenes de sus operaciones y ofreció información interactiva sobre innovación, inclusión, sustentabilidad y el rol del litio y el molibdeno en el mercado japonés. Uno de los focos principales fue el molibdeno, metal que conecta estratégicamente a Chile con Japón, como principal consumidor.

Durante esa semana, la Corporación sostuvo reuniones con clientes japoneses del Japan Moly Working Group y participó en la Cumbre Empresarial Chile-Japón.

“Participar activamente en instancias internacionales no sólo fortalece nuestras relaciones comerciales, sino que también nos permite estar al tanto de las tendencias que están marcando el futuro de la minería. Para Codelco, estos espacios son clave para reafirmar nuestro liderazgo global, compartir nuestra visión de una minería más sustentable y estrechar vínculos con clientes, socios estratégicos y actores relevantes del mercado”, describió Braim Chiple, vicepresidente de Comercialización de Codelco.

Visitas y acuerdos

En la agenda del primer semestre destaca también la visita que realizó Máximo Pacheco a instalaciones del Grupo Adani en India, que incluyó recorridos por instalaciones portuarias, una planta solar y una fundición de cobre. Como resultado, se acordó el suministro de concentrados de cobre al conglomerado indio.

Además, Codelco firmó un MoU con la compañía estatal Hindustan Copper Ltd. para colaborar en exploración, explotación y procesamiento de minerales, abriendo la puerta a intercambios técnicos en áreas como geotecnia, metalurgia, inteligencia artificial y big data.

A ese acuerdo se sumaron varios otros. En el ámbito de la sostenibilidad, destaca la firma de un acuerdo con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) de España para desarrollar soluciones innovadoras en gestión hídrica y sustentabilidad. Este convenio, con una duración de 36 meses y un financiamiento de €1.800.000, permitirá enfrentar desafíos ambientales clave como la eficiencia en el uso del agua, el monitoreo de cuencas y la reducción de emisiones.

“**El Memorándum de Entendimiento con Anglo American incrementará la producción del distrito Andina-Los Bronces en 120 mil toneladas anuales entre 2030 y 2051, generando un valor adicional estimado de al menos US\$ 5 mil millones.**”

Mientras que, en el ámbito tecnológico, sobresale el acuerdo con Huawei Chile para impulsar la transformación digital en minería, incluyendo pilotos conjuntos en áreas como automatización con inteligencia artificial, conectividad en faenas, servicios en la nube y tecnologías aplicadas a procesos mineros. Esta alianza busca mantener a Codelco como líder global en innovación minera.





Gira Minera Suecia–Finlandia 2025: CEIM conoce modelos nórdicos de descarbonización e innovación

*Actividad organizada por Latnord permitió
conocer las experiencias de los países nórdicos
en minería sustentable, electrificación y
formación técnica avanzada.*

Representantes del Centro de Entrenamiento Industrial y Minero (CEIM) participaron en la Gira Minera Suecia-Finlandia 2025, organizada por Latnord, consultora especializada en fortalecer las relaciones entre América Latina y los países nórdicos, que promueve el intercambio de conocimiento en sostenibilidad, innovación y minería verde.

La actividad se desarrolló en el marco de la 2ª Conferencia Anual “Los Países Nórdicos y América Latina: Minería Sostenible”, realizada en el Luleå Tekniska Universitet, en Suecia.

Durante la visita, la comitiva fue recibida por representantes de la universidad anfitriona y recorrió HYBRIT, la primera planta del mundo en producir acero libre de emisiones de CO₂ mediante hidrógeno verde en el proceso de reducción de hierro.

La experiencia permitió conocer de primera fuente cómo los países nórdicos están impulsando un modelo industrial que combina innovación tecnológica, colaboración público-privada y compromiso ambiental, marcando un camino concreto hacia la descarbonización y la minería verde.

Prácticas Internacionales

La participación de CEIM en esta misión representa un paso clave en la búsqueda de buenas prácticas internacionales que fortalezcan la formación técnica en Chile, en sintonía

con los desafíos de la transición energética y la industria 4.0.

“La minería del futuro no se construye solo con tecnología, sino con personas capacitadas para operarla, mejorarla y hacerla más humana. Agradecemos esta invitación, que nos permitió conocer de cerca cómo Suecia y Finlandia se han consolidado como referentes globales en la transición hacia una minería baja en emisiones”, destacó José Antonio Díaz, Gerente General de CEIM.

“Como Centro de Entrenamiento Industrial y Minero, nuestro foco está en fortalecer la formación de capital humano especializado en áreas estratégicas de la energía, apoyando procesos clave de la transición energética a través de programas en hidrógeno verde y electromovilidad”, enfatizó.

“*La minería del futuro no se construye solo con tecnología.*”

La gira culminó en Estocolmo, con una visita a la Embajada de Chile en Suecia y al headquarters de Sandvik, donde los representantes de CEIM participaron en reuniones orientadas a explorar alianzas para el desarrollo de formación técnica avanzada y cooperación tecnológica.

Estos espacios de vinculación refuerzan el compromiso de CEIM con la colaboración internacional y la construcción de puentes entre la formación, la industria y la innovación, contribuyendo así al fortalecimiento del capital humano que impulsa la minería del futuro.





John Vogeley

Director Global de Energía y Recursos de Arcadis

Chile se posiciona como líder en recursos estratégicos para la transición energética en América Latina

Durante su visita al país, John Vogeley, Director Global de Energía y Recursos de Arcadis, destacó las oportunidades que ofrece el mercado chileno en minería y energías renovables. La firma neerlandesa ha adaptado sus estrategias a las necesidades del ecosistema local, promoviendo proyectos responsables e innovadores en múltiples sectores.

Chile ha consolidado su rol como un actor clave en el escenario energético global gracias a su riqueza en recursos naturales estratégicos, esenciales para la transición hacia energías limpias y sostenibles. Vogeley enfatizó la importancia de aprovechar estas ventajas de manera responsable, fomentando a la vez la innovación y el crecimiento empresarial.

“La principal oportunidad y desafío es la transición energética. Actualmente no contamos con suficiente energía renovable ni con recursos minerales suficientes para alcanzar nuestras metas de transición energética. Debemos desarrollarlos de manera responsable y sostenible”, señaló Vogeley, quien aporta más de 35 años de experiencia en gestión de proyectos y liderazgo estratégico en el sector energético y de recursos naturales.

Arcadis acompaña a sus clientes a lo largo de todo el ciclo de la transición energética, desde la planificación hasta la implementación de proyectos con impacto tangible. Entre sus soluciones clave se encuentran la descarbonización industrial, la gestión eficiente del agua y la energía, y el uso de materiales de construcción sostenibles.

Innovación con adaptabilidad

Según Vogeley, el mercado chileno destaca no solo por su riqueza en re-

La compañía contribuye a la descarbonización de la matriz energética nacional mediante iniciativas en eficiencia hídrica y energética, optimización de procesos industriales e infraestructura sostenible que incorpora tecnologías limpias. Estas acciones no solo ayudan a reducir emisiones y respaldar los compromisos climáticos, sino que también generan oportunidades económicas y sociales para las comunidades locales.

“El enfoque integral de Arcadis combina innovación tecnológica con adaptabilidad a las condiciones locales, asegurando que los proyectos no solo sean viables, sino también sostenibles y socialmente responsables. Estamos construyendo confianza a largo plazo con nuestros clientes y socios, al mismo tiempo que establecemos nuevos estándares para la industria”, añadió Vogeley.

Chile como ejemplo regional

Para Vogeley, Chile representa un claro ejemplo de cómo un país con una sólida base de recursos naturales puede desempeñar un papel decisivo en la transición energética global. Sin embargo, advirtió que el éxito dependerá no solo de sus atributos, sino también de mantener un equilibrio entre crecimiento económico, innovación tecnológica y sostenibilidad ambiental.

“*La verdadera oportunidad está en crear proyectos que generen un impacto medible: reducir emisiones, aumentar la competitividad y fomentar un crecimiento inclusivo para las comunidades.*”

cursos naturales, sino también por la complejidad y escala de sus proyectos, lo que ha posicionado a los equipos locales entre los más capacitados dentro de las operaciones de Arcadis en más de 30 países.

“Chile es un actor de gran relevancia en el sector de energía y recursos. Los proyectos en los que estamos trabajando y las soluciones que estamos entregando son realmente impresionantes y líderes en la industria”, subrayó.



Regenerar con propósito: litio, personas y liderazgo para una transición justa

Por Gina Ocqueteau
Presidenta Sociedad Química y Minera de Chile (SQM)



Cuando hablamos de transición energética solemos mirar tecnología, metas de carbono y curvas de demanda. Pero la verdadera transición —la que perdura— ocurre en el encuentro entre territorio, personas y propósito. Ese es el prisma desde el cual entiendo el desafío: producir los minerales críticos que el mundo necesita, con estándares que honren el agua, la biodiversidad y a las comunidades que habitan los ecosistemas que sostienen esta transformación.

Chile tiene aquí una oportunidad singular: no solo proveer litio, sino definir cómo debe producirse. Ese “cómo” importa tanto como el “cuánto”. Significa menos extracción de agua continental, procesos más eficientes, energía más limpia y gobernanza con las comunidades. Significa innovación aplicada a la sostenibilidad, no como eslogan, sino como una arquitectura completa de decisiones: desde la tecnología de extracción hasta la manera en que se comparte valor con el territorio.

La industria ha oído —y debe seguir escuchando— críticas legítimas: ¿puede la minería ser realmente sostenible? La respuesta no cabe en un comunicado, cabe en un portafolio de evidencias. Cuando una operación se compromete a disminuir sostenidamente el uso de agua continental y la extracción de salmuera y puede mostrar los avances en ambos desafíos y, a la vez, avanza para poner en marcha las mejores tecnologías de producción de litio a través de investigación aplicada y desarrollo de pilotajes, estamos frente a un cambio de paradigma. Esos objetivos se vuelven creíbles cuando se sostienen con métricas auditadas (IRMA, SBTi), eficiencias hídricas y energéticas, y trazabilidad de extremo a extremo en la cadena de valor.

No se trata solo de ingeniería; se trata de liderazgo. Liderazgo para poner el agua en el centro de la ecuación; para medir lo que importa y cumplir lo que se promete; para ir más allá del cumplimiento normativo y convertir la sostenibilidad en ventaja competitiva. Liderazgo, también, para negociar de buena fe con el Estado y con las comunidades, aceptando que el valor del litio debe quedarse—y sentirse—en el territorio.

El nuevo marco de relacionamiento entre empresa y Estado solo tiene sentido si redistribuye beneficios y diversifica la economía local. Cuando un modelo asegura que una parte significativa de lo generado por el litio se invierte en la región, crea condiciones de desarrollo que sobreviven al ciclo de precios: fondos productivos, apoyo a pymes y emprendimientos liderados por mujeres y jóvenes, y mesas de gobernanza público-privada con voz y voto de las comunidades. Eso es pasar de la retórica a la arquitectura institucional.

Sin almacenamiento no hay descarbonización posible. Cada megawatt hora renovable que no se puede almacenar es una oportunidad perdida. El litio no es un fin en sí mismo; es la bisagra que permite que la electricidad limpia sea gestionable 24/7. Por eso Chile debe ganar no solo en toneladas, sino en huella de carbono por tonelada, en tecnologías de proceso más limpias y en capacidad de refinamiento que agregue valor en origen. Nosotros ya exportamos productos de litio refinado de estándar mundial que es valorado como tal por el mercado y avanzamos en exportar conocimiento, procesos y confianza.

He visto de cerca transformaciones tecnológicas que fracasan cuando olvidan a las personas. La IA, la automatización

“*El ‘cómo’ producimos litio importa tanto como el ‘cuánto’: sostenibilidad, trazabilidad y respeto por el agua son la nueva frontera de la competitividad.*”

y los sistemas integrados de gestión no reemplazan el juicio humano; lo amplifican. El caso de rediseñar —con datos confiables y equipos transversales— la cadena de valor del litio (desde envasado hasta despacho) demuestra que la excelencia operativa ocurre cuando operadores, ingenieras, mantenimiento, calidad y logística aprenden juntos, se re-entrenan (reskilling) y alinean métricas con propósito. La trazabilidad deja de ser un requisito y se convierte en una promesa cumplida al cliente y a la comunidad.

Este punto es clave: tecnología sin cultura es cosmética. La cultura sostiene la mejora continua cuando hay confianza, comunicación y espacios de aprendizaje que legitiman la incertidumbre y premian la colaboración. El liderazgo que necesitamos es el que pregunta mejor, escucha más y convoca a construir soluciones, en lugar de administrar excusas.

Cuando una operación avanza hacia el menor uso posible de agua continental, valida objetivos climáticos con SBTi y alcanza niveles IRMA exigentes en ambiente, derechos humanos y gobernanza, no solo cumple; sube la vara para toda la industria. Y ese es el verdadero impacto sistémico:

que lo que hoy es “mejor práctica” mañana sea nuevo estándar. Sostenerlo requiere disciplina de datos, innovación y una gestión ética que entienda que cada decisión técnica tiene un correlato social.

Chile puede —y debe— liderar la nueva minería del litio: baja en huella, rigurosa con el agua, transparente en su relación con comunidades, obsesionada con la seguridad y la trazabilidad. Pero ese liderazgo no se declama; se demuestra. Se demuestra con metas medibles, gobernanza abierta, transformación digital acompañada de reskilling y una convicción sencilla: la sostenibilidad es estrategia.

El mundo no necesita solo más litio; necesita más confianza. Y la confianza se construye con propósito, consistencia y resultados. Ésa es la transición que quiero ver y en la que creo: una donde progreso y respeto conviven, y donde la riqueza que nace del desierto se traduce en oportunidades reales para quienes lo habitan.

Ese futuro empieza hoy, con decisiones que honran lo esencial: el agua, las personas y la palabra empeñada.

“*Tecnología sin cultura es cosmética: la verdadera transición ocurre cuando las decisiones técnicas se sostienen en confianza, colaboración y propósito compartido.*”



Carolina Riquelme

CEO de Hydroming SPA

“Estamos aportando a la economía circular, y hemos participado en eventos de electromovilidad (...) para convertirnos en una empresa de gran contribución a la energía sostenible.”

Por Juan Pablo Morales

Hydroming SPA cuenta con más de tres décadas de experiencia en la provisión de insumos y soluciones integrales para la industria minera, siendo un actor relevante en la modernización y eficiencia de los procesos productivos. Su gestión, a cargo de Carolina Riquelme Villagrán, se distingue por un enfoque en la calidad, la seguridad y la sostenibilidad ambiental en todo el país.

La compañía ha fortalecido su compromiso con la innovación y la diversificación, incorporando nuevas líneas de trabajo vinculadas al reciclaje y la economía circular. Con proyección hacia la zona centro-sur, Hydroming SPA avanza en su propósito de apoyar al crecimiento sostenible de la industria minera y agroindustrial chilena.



HydroMing

Tu historia empresarial nace del legado de tu padre y de un vínculo familiar con la minería. ¿Cómo transformaste esa experiencia personal en una visión propia y en el propósito actual de Hydroming SPA?

Cuando se presenta una emergencia familiar, no hay mucho tiempo para pensar. Creo que, con el tiempo, he entendido que la industria minera ha tenido importantes cambios de modernización, tecnología y automatización en sus procesos. Esto me ha ayudado a aportar desde mi perspectiva y experiencia a sensibilizar y modernizar la industria de proveedores para acortar los tiempos y dar una atención de excelencia y eficiencia, un aspecto que tanto caracterizaba a mi padre. Además de armar un excelente equipo que ha sido fundamental para nosotros, el aporte de nuestro departamento comercial —liderado por Paulina M. y Daniel González— está en permanente estudio y seguimiento de la calidad de atención en tiempo y forma para nuestros clientes.

Has liderado la consolidación de Hydroming SPA en un rubro históricamente masculino. ¿Qué aprendizajes destacarías sobre abrir espacio a más mujeres en minería y cómo promueves esa inclusión desde tu gestión?

Viniendo del rubro bancario y de inversiones inmobiliarias a la minería, creo que he sido gratamente sorprendida con la acogida de la mayoría del mundo masculino. Ha sido una gran experiencia y un honor estrechar lazos con hombres altamente sensibles a incorporarnos a nosotras, las mujeres, en la industria. Distinto es el caso con las mujeres ya insertas

en el mercado, porque la relación ha sido más difícil desde un cargo de liderazgo.

Hydroming SPA se define por su compromiso con la calidad y la sostenibilidad ambiental. ¿Cómo se materializa hoy esa visión en sus operaciones, y qué rol cumple la innovación tecnológica en ello?

Actualmente, nuestra gerente comercial está liderando un proyecto incipiente de reciclaje, en el que nuestro desafío es participar en ese mercado y aportar a la zona centro norte del país con ideas innovadoras y tangibles en distintos materiales. Estamos aportando a la economía circular, y hemos participado en eventos de electromovilidad. Hoy, para nosotros, este concepto es fundamental para convertirnos en una empresa de gran contribución a la energía sostenible.

“*Aún hay muchísimo trabajo que realizar; expandirnos por el territorio nacional en la industria —donde somos expertos— es un desafío importante, de cara al 2026.*”

Por último, tras más de 30 años de historia, Hydroming SPA se ha expandido también hacia la agroindustria. ¿Qué desafíos y oportunidades visualizas para la empresa en los próximos años?

En 2024, tuvimos una pequeña marcha blanca en la agroindustria, con buenos resultados y muchos contactos realizados exitosamente, pero hoy lo proyectamos como una idea a mediano largo plazo. Nuestro enfoque es ampliarnos de la zona norte a la centro sur, desde Coquimbo a Rancagua, con la minería. Aún hay muchísimo trabajo que realizar; expandirnos por el territorio nacional en la industria —donde somos expertos— es un desafío importante, de cara al 2026.



Evelyn Matthei

**Política y economista chilena, actual
Candidata a la Presidencia de Chile**

*“Chile debe liderar la
nueva minería verde con
reglas claras, innovación y
soberanía productiva.”*

Por Magaly Álvarez



En Chile se habla mucho de la necesidad de atraer inversión extranjera en minería, pero también de fortalecer la participación nacional. ¿Cuál cree usted que debe ser el equilibrio entre capital extranjero y empresas chilenas para asegurar un desarrollo sostenible del sector?

Chile necesita inversión extranjera, pero con reglas claras. La minería chilena tiene que atraer capital y tecnología del mundo, pero al mismo tiempo fortalecer a las empresas nacionales y que están en nuestro país, a los proveedores locales y al talento chileno. Mi gobierno impulsará una Estrategia Nacional de Minerales Críticos que combine inversión internacional con encadenamientos productivos nacionales. Queremos que cada dólar invertido en minería deje empleo, innovación y formación en Chile. No se trata de cerrar puertas, sino de abrirlas con condiciones justas, estables y con una mirada de largo plazo. Chile será un país serio, confiable y competitivo, pero también un país que defiende su soberanía productiva y que agrega valor a sus propios recursos.

Las comunidades locales demandan cada vez más beneficios directos de la actividad minera. ¿Qué políticas o modelos de gobernanza propondría para que la inversión minera se traduzca efectivamente en desarrollo territorial y no solo en recaudación fiscal?

Las comunidades no pueden seguir viendo pasar los beneficios de la minería sin que eso se traduzca en progreso local. Buscamos avanzar hacia una gobernanza territorial moderna, donde las regiones mineras participen activamente de las decisiones y reciban recursos que se inviertan en infraestructura, educación técnica y emprendimiento local. Crearemos acuerdos de desarrollo territorial entre empresas, gobiernos regionales y municipios, con metas verificables. Y fortaleceremos los mecanismos de participación temprana en los proyectos, para evitar conflictos y construir confianza. Las comunidades deben ser socias del desarrollo, así se construye Chile.

La transición energética global depende de minerales estratégicos como el cobre y el litio. ¿Cómo debería posicionarse Chile para no solo ser un exportador de recursos, sino también un actor relevante en innovación y cadenas de valor de alto impacto?

Chile no puede seguir siendo solo un exportador de materias primas. Tenemos litio, cobre e hidrógeno verde, pero lo que necesitamos es una política industrial moderna que los conecte con manufactura, innovación y empleo de calidad. Propondremos un mega barrio industrial ecológico para el procesamiento de minerales y materiales tecnológicos; formaremos capital humano especializado en minería verde y promoveremos la participación femenina en el sector. El futuro está en producir baterías, componentes y conocimiento, no solo concentrado de mineral. Chile debe ser líder en innovación minera, no su proveedor barato.

La estabilidad regulatoria y tributaria ha sido un tema sensible para las inversiones mineras en el país. ¿Qué cam-

bios cree necesarios para entregar certezas a largo plazo y, al mismo tiempo, garantizar mayores estándares ambientales y sociales?

Para que haya inversión, debe haber certeza. Pero certeza no es permisividad. Queremos establecer contratos de invariabilidad tributaria de hasta 20 años, junto a un marco de invariabilidad regulatoria para los proyectos aprobados. Al mismo tiempo, fortaleceremos la institucionalidad ambiental, dotando al Servicio de Evaluación Ambiental de autonomía técnica y procesos más ágiles. La idea es clara: menos discrecionalidad, más rigor y más rapidez. Chile será un país con reglas claras y exigentes, donde se cumpla la ley y se respete el medio ambiente. Eso da confianza, dentro y fuera del país.

En un eventual gobierno suyo, ¿qué rol específico le daría al sector minero en la estrategia de desarrollo económico y social del país?

La minería será un motor central del desarrollo económico y social. Pero no solo en términos de exportaciones. Queremos que sea un eje articulador de innovación, empleo regional y transición energética. Desde la minería limpia y sustentable impulsaremos nuevas industrias en torno al cobre verde, el litio y el hidrógeno. La idea es que cada nuevo proyecto minero deje más ciencia, más empleo y más infraestructura para las comunidades. Chile tiene todo para volver a liderar, y la minería es trascendental en ese liderazgo.

¿Qué incentivos impulsaría para que el cobre, el litio y el hidrógeno verde se traduzcan en polos de innovación y manufactura local, y no solo en exportación de materias primas?

Vamos a usar los recursos naturales como palanca de valor. Crearemos incentivos tributarios y de financiamiento para empresas que inviertan en manufactura de materiales, baterías y tecnologías de energía limpia. Las universidades, los centros tecnológicos y las empresas trabajarán juntas bajo un plan público-privado de innovación minera y energética, priorizando la investigación aplicada. También fomentaremos parques industriales verdes en el norte y en la zona central. La meta es clara: que el cobre, el litio y el hidrógeno verde se transformen en polos de innovación, no solo en toneladas exportadas.

La minería enfrenta tensiones crecientes con comunidades por temas ambientales y de agua. ¿Cómo compatibilizaría el crecimiento minero con la protección de los recursos naturales y un desarrollo territorial justo?

La minería y la protección ambiental no son incompatibles. Chile puede liderar en minería verde, con eficiencia hídrica, energías limpias y nuevas tecnologías. Impulsaremos una Estrategia Nacional de Seguridad Hídrica, con desaladoras comunitarias, reutilización de aguas y gestión integrada por cuencas. Además, toda nueva faena minera deberá tener plan de cierre responsable y trazabilidad ambiental completa. Debemos compatibilizar crecimiento con sostenibilidad real. El desarrollo minero no puede ser a costa del territorio; tiene que ser en beneficio de quienes viven en él.

“
Mi gobierno impulsará una Estrategia Nacional de Minerales Críticos que combine inversión internacional con encadenamientos productivos nacionales.
”

GTR Abogados: un socio estratégico para soluciones efectivas en el desarrollo de proyectos de inversión

Por Juan Andrés Sastre

Con estrategias jurídicas eficientes y de excelencia, enriquecidas con un alto contenido técnico, GTR Abogados se posiciona como un estudio jurídico boutique que destaca por tener una alta especialización estratégica en derecho ambiental, y resolución de conflictos para grandes empresas.

GTR Abogados cuenta con la experiencia y liderazgo de sus tres socios principales: Rodrigo Guzmán Rosen, Paulina Toro Reyes y Cristián Ruiz Araneda, quienes responden --en conjunto-- esta entrevista. Ellos poseen una reconocida trayectoria en derecho ambiental y administrativo en los sectores público y privado, que se complementa con reconocimientos al estudio en rankings internacionales.

Con más de 20 años de experiencia, que aúnan trayectoria, estrategia y visión innovadora para responder a los desafíos legales de las grandes inversiones en Chile, han asesorado a empresas de diversas áreas.





¿Cómo surge GTR Abogados?, ¿qué los unió para crear este estudio especializado en derecho ambiental?

GTR Abogados nació de una convicción compartida: que una práctica ambiental moderna exige una mirada mucho más técnica, rigurosa y estratégica, capaz de integrar la complejidad regulatoria con las necesidades de los proyectos de inversión.

Como equipo, venimos trabajando juntos desde 2015, cuando formamos el área ambiental de un estudio jurídico que logró exitosos resultados.

Fortalecimos una visión común y decidimos crear una nueva propuesta alineada con nuestros objetivos y convicciones. Nos unió el interés de acompañar como socios estratégicos a nuestros clientes, aplicando un enfoque cercano y capaz de anticiparse a los desafíos legales de las grandes inversiones en Chile.

Al combinar experiencia pública y privada en temas ambientales, ¿qué los motivó a enfocarse en este nexo entre empresas y Estado?, ¿y han tenido trabas en sus procesos que les hayan imposibilitado su gestión?

Nos motivó darnos cuenta que los titulares de proyectos de inversión buscaban cumplir con las exigencias de la nueva institucionalidad ambiental. Sin embargo, no existía claridad de cómo generar y gestionar una relación entre el sector público y privado.

Nuestro profundo conocimiento del sistema público y la institucionalidad ambiental nos permitió entender el detalle de su implementación y aplicación en la gestión de la evaluación, fiscalización y judicialización de los grandes proyectos de inversión de las empresas privadas.

Comprobar que todo este conocimiento, respecto de las necesidades de ambos sectores, nos permitía articular con eficacia esta interacción. Así, nos instaló en una posición de “nexo o interlocutor válido y creíble” entre el titular de proyecto y el Servicio de Evaluación Ambiental (SEA), la Superintendencia de Medio Ambiente (SMA) y los Tribunales Ambientales.

En un escenario regulatorio cada vez más exigente en nuestro país, ¿qué buscan hoy las empresas al momento de asesorarse en materia ambiental?

Las empresas buscan ser asesoradas por consultores que diseñen e implementen estrategias jurídicas eficientes, que

les permitan planificar, invertir y cumplir eficazmente con las exigencias de la institucionalidad ambiental.

Un titular de proyecto espera reglas claras de parte de la autoridad; certeza jurídica; una gestión colaborativa con el sector público; celeridad en las evaluaciones de impacto ambiental y en la obtención de los permisos ambientales y sectoriales; además de fiscalizaciones informadas para el cumplimiento y la garantía de acceso a la justicia ambiental.

Para lograr este objetivo, las empresas exigen un acompañamiento permanente que les entregue respuestas jurídicas rigurosas, oportunas, y con celeridad, eficacia y efectividad a sus problemas ambientales.

GTR ha trabajado con sectores desde la minería hasta la agroindustria. ¿Qué principios los guían para abarcar proyectos diversos?

Trabajamos guiados por tres pilares: excelencia, celeridad y acompañamiento integral.

Nos concentramos en ayudar a nuestros clientes a identificar riesgos, oportunidades, debilidades y fortalezas, así como colaborar en la toma de decisiones, entregándoles nuestra visión jurídica y es-

tratégica de manera asertiva, oportuna y efectiva.

Tenemos como objetivo brindar una asesoría cercana y permanente, con soluciones concretas y realistas, basada en una relación de confianza, transparencia y compromiso personal con cada proyecto. Creemos que la calidad técnica debe ir siempre acompañada de un trato humano y colaborativo.

Considerando su reconocimiento, tanto a nivel nacional como internacional, ¿qué creen que distingue su forma de ejercer el derecho ambiental?

Nos distingue la manera en que abordamos los casos: con una mirada estratégica y jurídica a la vez. Nos toca trabajar en materias de alta complejidad y eso exige entender no sólo la normativa, sino también el contexto global, los factores sociales, técnicos y económicos que inciden en cada proyecto, según los requerimientos y singularidades de cada cliente.

Aseguramos una asesoría legal experta, competente, confiable y consistente, dotada de una particular sensibilidad enriquecida por el conocimiento adquirido tanto en el sector público como privado, factor fundamental para la puesta en

“*GTR Abogados se posiciona como un socio estratégico capaz de articular con eficacia el vínculo entre empresas, Estado y comunidades en contextos ambientales complejos.*”

marcha de iniciativas productivas en estos tiempos.

¿Cómo han implementado las nuevas tecnologías, como la innovación y la Inteligencia Artificial (IA), en los procesos de la empresa o con sus clientes?

Estamos en un proceso continuo de identificación de tecnologías que sirvan para el mejor desarrollo de nuestro trabajo. Así, hemos incorporado diferentes herramientas, tales como plataformas que mediante códigos API (Interfaz de Programación de Aplicaciones, por su traducción en inglés) se conectan a bases de datos abiertas permitiendo optimizar los procesos de búsqueda de información.

Además, nos mueve el convencimiento de que la inteligencia artificial es una poderosa herramienta que se ha ido integrando en distintas tareas que componen nuestros servicios y la recogemos como un componente que

asumirá un rol cada vez más preponderante.

Actualmente estamos colaborando con desarrollos que, por ejemplo, están orientados a usar la Inteligencia Artificial (IA) para procesar grandes volúmenes de información --como los expedientes de evaluación-- o para

“

La experiencia pública y privada de sus socios les permite comprender distintas miradas y transformarlas en estrategias que aseguren viabilidad y sostenibilidad en los proyectos.

”

hacer análisis de seguimiento e impacto normativo.

Por último, y pensando en el futuro, ¿cómo imaginan el rol de los abogados ambientales en los próximos años en Chile?

Hay dos aspectos centrales que nos in-

teresa relevar del rol de los abogados ambientales en Chile en el futuro.

El primero tiene relación con el cambio climático que exigirá desarrollar e implementar nuevas políticas públicas, regulaciones y mecanismos de adaptación y mitigación. En este escenario, el abogado ambiental deberá apoyar a las empresas en la traducción de esas nuevas políticas y marcos normativos en estrategias de cumplimiento.

El segundo aspecto dice relación con la tecnologización del Estado y la digitalización de la fiscalización ambiental. En los últimos años, la Superintendencia del Medio Ambiente ha incorporado de manera progresiva plataformas digitales para la recepción, monitoreo y análisis de datos ambientales, fortaleciendo la trazabilidad y verificabilidad de la información que proviene de los regulados, con lo cual la naturaleza de la fiscalización ha mutado.



Sobre sus socios

Rodrigo Guzmán Rosen

Abogado de la Universidad de Chile, reconocido desde 2014 por Chambers and Partners como uno de los abogados líderes en derecho ambiental en Chile. Es una de las figuras más influyentes y confiables del país en materia de regulación y gestión ambiental. Con más de 25 años de trayectoria en el sector público y privado, ha construido un liderazgo en derecho ambiental basado en la consistencia, el rigor técnico y la capacidad de generar certeza en entornos complejos. Formó parte de la institucionalidad ambiental desde sus inicios, lo que le otorga credibilidad para evaluar el actuar de los organismos públicos y su relación con los privados. Esta experiencia le permite diseñar estrategias jurídicas y ambientales integrales que aseguran la viabilidad de los proyectos de inversión. Es autor de dos obras en la materia: Regulación Constitucional del Ambiente en Chile (2010) y Derecho Ambiental Chileno (2012).



Paulina Toro Reyes

Abogada de la Universidad de Chile y Magíster en Antropología de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Con más de dos décadas de experiencia en el sector público y privado, su trayectoria integra conocimiento jurídico, mirada interdisciplinaria y una comprensión profunda de la institucionalidad ambiental chilena. Reconocida desde 2015 por Chambers and Partners, es una de las pocas mujeres en Chile que es socia fundadora en un estudio jurídico especializado en derecho ambiental y recursos naturales, desde donde impulsa una práctica profesional basada en la consistencia, la excelencia técnica y legal. Representa a una generación de abogadas que aportan una mirada más humana y colaborativa a la gestión ambiental. Además, ejerce como profesora de Derecho Ambiental y Recursos Naturales en la Universidad de Santiago de Chile.



Cristián Ruiz Araneda

Abogado de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Magíster (c) en Regulación de la Universidad Adolfo Ibáñez, en sus quince años de experiencia se ha destacado como profesional del derecho ambiental. Es socio fundador de GTR Abogados y su práctica se sustenta en la convicción de que el desarrollo sostenible requiere corresponsabilidad, cumplimiento y confianza mutua entre las empresas, la autoridad y las comunidades. Asesora en el diseño y ejecución de proyectos sometidos al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental y destaca su defensa en procesos sancionatorios de alta complejidad, por su conocimiento sobre los criterios aplicados por las autoridades, en particular, por la Superintendencia del Medio Ambiente. Orienta a las empresas en el desarrollo de planes de acción en escenarios complejos para transitar hacia una gestión ambiental preventiva, capaz de anticipar riesgos.