

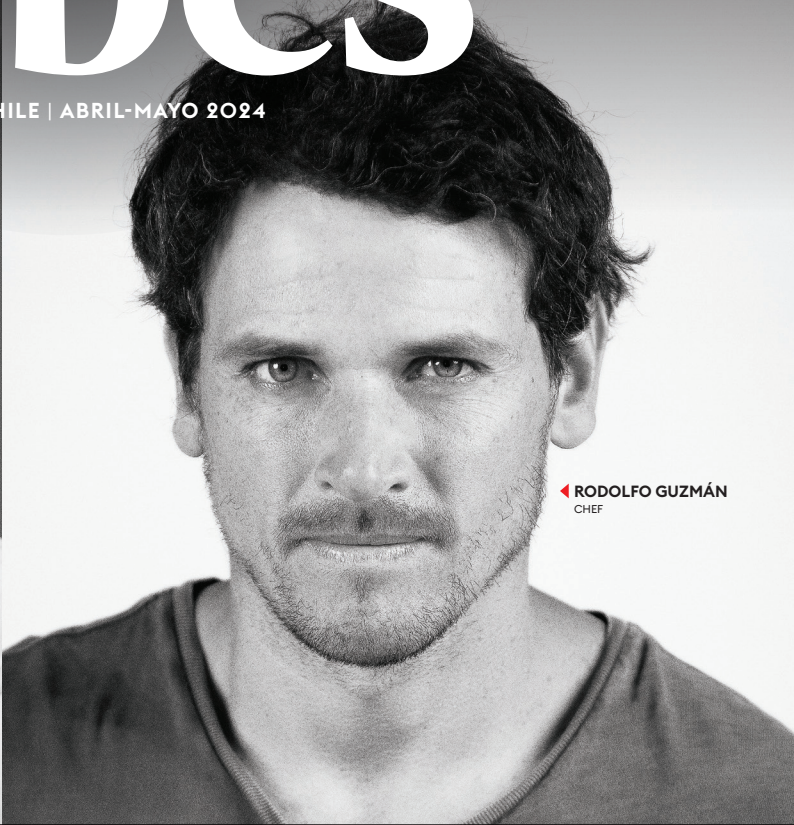
Forbes

LEERLA ES NEGOCIO | CHILE | ABRIL-MAYO 2024

MAITE ALBERDI ▶
DIRECTORA DE CINE



◀ RODOLFO GUZMÁN
CHEF



Los 50 chilenos + creativos

LEONARDO CHIESI ▶
PUBLICISTA



◀ CARI LETELIER
ASTROFOTÓGRAFA





UNLOCK NEW EXPERIENCES

LE MERIDIEN
SANTIAGO

S 33° 26' 0 70° 38'



DESCUBRE EL PRIMER HOTEL LE MERIDIEN DE SUDAMÉRICA

lemeridien.com/santiago
reservas@lemeridiansantiago.cl
+56 2 2638 1042
[@lemeridien_santiago](https://www.instagram.com/lemeridien_santiago)

Le **MERIDIEN**

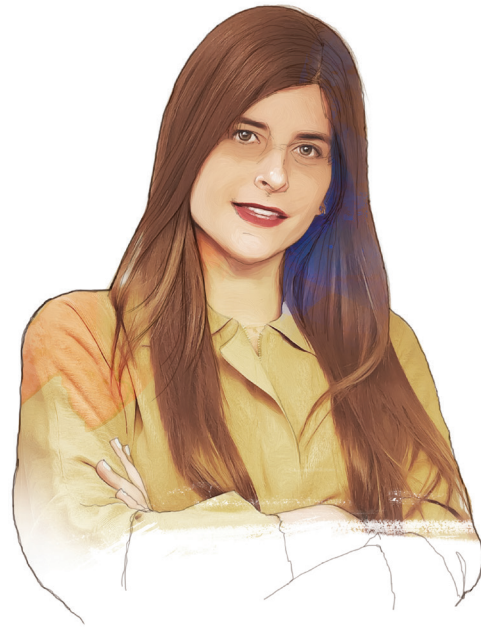
CHILE Y SU ADN CREATIVO

2

No cabe duda de que la creatividad forma parte del ADN chileno y el alcance del trabajo de artistas del país a nivel internacional es una clara evidencia de ello. En múltiples disciplinas —entre ellas, la literatura, las artes plásticas o el cine—, numerosos chilenos han destacado por su trabajo más allá de las fronteras y en este número reconocemos su trabajo con el lanzamiento del primer listado de “Los 50 chilenos más creativos”. Se trata de una lista en la que destacamos a los chilenos cuyos logros y trabajos se han ganado un espacio en el mundo de las industrias creativas. Cuatro de ellos protagonizan nuestra portada: la directora de cine Maite Alberdi, especializada en cine documental, con destacados premios internacionales —entre ellos, un reciente Goya—; Rodolfo Guzmán, chef que pone en valor los productos locales y que es recurrente en los rankings de los mejores chefs de América Latina; la astrofotógrafa Cari Letelier, la primera fotógrafa chilena ganadora de la Astronomy Picture of the Day de la NASA; y el publicista Leonardo Chiesi, con exitosas campañas publicitarias, una de las cuales ganó en 2023 el oro en Cannes Lions.


América Latina en general, y Chile en particular, es un mercado con alto potencial en muchas industrias, entre ellas la tecnológica y la aerocomercial. En este número abordamos algunas de las oportunidades en ambas. Fabrizio Carbone, gerente general y *technology leader* de la multinacional estadounidense IBM en Chile, nos cuenta cuáles serán sus focos a nivel local en un escenario en el que la inteligencia artificial (IA) va ampliando su impacto en los negocios y en el que empiezan a capitalizar la innovación de Watson, su plataforma de IA y datos.

En la esfera aerocomercial, una de las novedades más destacadas de los últimos años en América del Sur fue la alianza entre Delta y Latam Airlines. En esta edición, Alex Antilla, vicepresidente de la aerolínea estadounidense para América Latina, da cuenta de lo avanzado por este *joint venture*, además del cambio que ha supuesto para la compañía en la parte sur del continente americano y sus promisorias perspectivas. También nos explica cómo la aerolínea está dirigiendo su estrategia




LAURA VILLAHERMOSA

Editora general de **FORBES**
CHILE y PERÚ

 lvillahermosa@forbes.pe

de sostenibilidad, en aras de reducir su impacto en el medio ambiente.

En la esfera medioambiental, Chile se está posicionando como uno de los referentes en la región tanto desde el punto de vista de su estrategia gubernamental como en el frente empresarial. En este número, en el Especial Economía Circular, damos a conocer los avances locales en la migración hacia un modelo de economía circular, que busca transformar la forma en la que se producen y consumen los productos a través de la reutilización, la renovación y el reciclaje de productos. Según los especialistas consultados, si bien las empresas están avanzado hacia este modelo y existe un marco legal que promueve la economía circular, todavía faltan pasos para “cerrar el círculo”. 

• DIRECTORIO •

Editora general de
Forbes Chile y Perú
LAURA VILLAHERMOSA
lvillahermosa@forbes.pe

Editor ejecutivo de
Forbes Chile y Perú
HUGO FLORES CÓRDOVA
hflores@forbes.pe

Reportera
VANESSA ARENAS
varenas@forbes.cl

Realizador audiovisual
RODOLFO ANDRÉS JARA VERDUGO
rjara@forbes.cl

Director regional de Arte
ABRAHAM SOLÍS

Subdirector regional de Arte
RODRIGO RUIZ

Diseñador
JESÚS CHÁVEZ

Director de Fotografía
FERNANDO LUNA

Editor regional Forbes Life
ALBERTO ROMERO
aromero@forbes.com.mx

Editora adjunta
Forbes Life
SHEILA RAMÍREZ

Chief Strategy Officer
ELISABETTA LAMPEDECCHIA
elampedecchia@forbeslatam.net

Representante comercial Forbes Chile
ANAMARÍA GERMÁN
agerman@forbes.pe

Directora de
Administración
MARY CARMEN VELÁZQUEZ

Director
creativo
DIEGO VILLANUEVA

Directora
de Producción y
Circulación LATAM
LAURA VEGA

PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
MARIANO MENÉNDEZ

Forbes Chile. No. 4, abril-mayo 2024, es una publicación mensual editada y publicada por Media Business Generators, S.A. de C.V. Cicerón 605, Col. Chapultepec Morales, Alcaldía Miguel Hidalgo, CP 11560, Tel. 5520 0044, por contrato y bajo licencia de Forbes Media LLC. Editor responsable:

Roberto Aguilar, raguil@forbes.com.mx Con número de reserva de derechos al uso exclusivo emitido por el Indautor, 04-2012-11210382400-102, número de certificado de licitud de título y de contenido, No. 15772. Media Business Generators no se hace responsable por los contenidos de la publicidad expresada por sus anunciantes, si bien llegado el caso investigará la seriedad de los mismos. Las opiniones expresadas por los autores no representan, en ningún caso, la postura del editor y la editorial. Prohibida su reproducción parcial o total. Impresa en Compañía Impresora A IMPRESORES Av. Gladys Marín Millie #6920 Estación Central, Santiago, Chile. CP 9190501

FORBES CHILE EDITION es una publicación de Media Business Generators, SA de CV, en virtud de un acuerdo de licencia con Forbes Media LLC, 60 Fifth Avenue, New York, New York 10011.

FORBES es una marca comercial utilizada bajo licencia de FORBES LLC.

© 2012 Media Business Generators, SA de CV.
© 2012 FORBES, todos los materiales publicados en la edición de Forbes Estados Unidos. Todos los Derechos Reservados.



BLM BUSINESS LUXURY MEDIA

www.blm.lat

Forbes Robb Report FOOD & WINE THE HAPPENING.COM InStyle



PÁG.
41

Los 50 chilenos + creativos

“FORBES CHILE” PRESENTA POR PRIMERA VEZ UN LISTADO QUE RECONOCE EL TRABAJO DE LOS CHILENOS EN ARTE, MÚSICA, CINE, CREACIÓN DE CONTENIDOS, MODA, DISEÑO, ARQUITECTURA, LITERATURA, GASTRONOMÍA Y PUBLICIDAD.

FOTOS: RODOLFO JARA / FORBES CHILE

10 • JUEGO DE NÚMEROS

Adelantamos las principales proyecciones para el mercado global de videojuegos. La IA tendrá un fuerte protagonismo.

NEGOCIOS Y REPORTAJES

18 • CAMINO PROPIO

Sridhar Vembu, cofundador y CEO de Zoho, explica la auténtica forma como ha escalado la empresa: sin inversionistas y con oficinas en zonas poco convencionales.

26 • VELOCIDAD DEEL

La empresa de recursos humanos Deel es la startup de software de más rápido crecimiento en la historia de Silicon Valley. ¿Cuáles son las claves de su ascenso?

34 • POTENCIA TECNOLÓGICA

IBM tiene el foco puesto en potenciar la IA, la nube y la ciberseguridad entre las empresas chilenas, según Fabrizio Carbone, gerente general de la bigtech en Chile.

37 • EL NUEVO VUELO DE DELTA EN LA REGIÓN

Según Alex Antilla, vicepresidente para América Latina de Delta, la demanda en la región tiene un alto potencial de crecimiento y su alianza con Latam será clave para atraerla.

ESPECIAL ECONOMÍA CIRCULAR

58 • CERRANDO EL MODELO

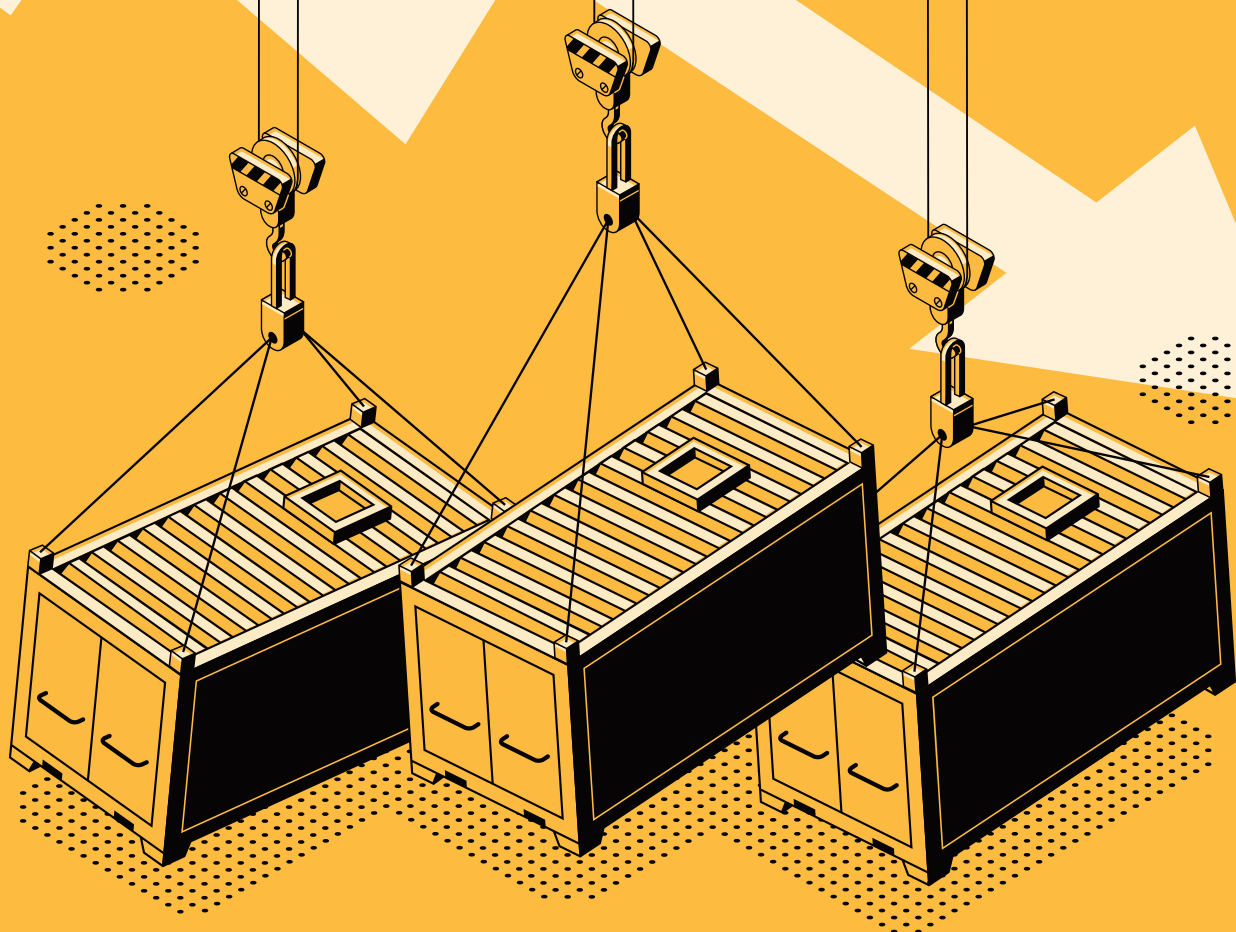
Con una ruta clara y una fuerte cooperación público-privada, hoy se multiplican las empresas con casos de éxito de implementación de economía circular en Chile.

LIFE

66 • EL ÉXITO DE “LOS COLONOS”

A través de su primera película, Felipe Gálvez continúa abriéndose paso hacia el reconocimiento internacional y genera diálogos agudos sobre el pasado y presente de Chile

FRONTAL



-2,2%

CAYÓ EL VALOR DE LAS EXPORTACIONES DE BIENES DE LATINOAMÉRICA EN 2023, CONTRA EL ALZA DE 17% REGISTRADO EN 2022. ESTO, DEBIDO A LA BAJA DE PRECIOS Y VOLÚMENES DE MERCANCÍAS. EN PERÚ, EL VALOR DE LOS ENVÍOS SE REDUJO UN 6,6% FRENTE AL AÑO ANTERIOR. LA PERSPECTIVA PARA EL PRIMER TRIMESTRE DE 2024 SE MANTIENE A LA BAJA.

FUENTE: BID

Por Forbes Staff

4 CONSEJOS PARA IMPLEMENTAR NUEVAS TECNOLOGÍAS

ALCANZAR EL ÉXITO EN LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS ES TODO UN DESAFÍO. EXPERTOS DE SAP E IDC PROPONEN 4 EJES PARA CAMINAR EN UNA DIRECCIÓN CORRECTA.

La tecnología es vista ya como una aliada estratégica que permite a las empresas ser más eficientes, optimizar recursos, gestionar procesos y alinear a los equipos de trabajo. En ese camino, una de las principales estrategias es capacitar a la fuerza laboral. Pero lograr el éxito demanda tener en cuenta estas cuatro acciones, al menos...

Identifique las habilidades

Una mayor visibilidad y retroalimentación sobre las capacidades que se tienen y las habilidades que se pueden alcanzar dentro de la organización crea una ventaja competitiva que motiva a los colaboradores. Este ejercicio no solo permite conocer los intereses de los empleados, sino también sus áreas de oportunidad.



Ofrezca aprendizaje

Desarrollar nuevas habilidades también depende de tener los recursos adecuados. A medida que las organizaciones busquen capacitar a sus colaboradores, deberán recurrir a sistemas de gestión capaces de respaldar sus necesidades. Lo mejor es que los colaboradores pueden tomar talleres en su oficina o en sus casas, ya sea utilizando un computador o un dispositivo móvil. Existen soluciones en el mercado para que las empresas entreguen contenido basado en los intereses, objetivos y preferencias de los trabajadores.



Dé seguimiento

Capacitar sobre una nueva tecnología es una tarea que se debe implementar rápidamente dentro de los equipos para que sea eficiente y escalable, pero debe estar sujeta a un seguimiento. En este punto surgen los equipos dinámicos, que, alineados con tecnología, permiten a las empresas crear, administrar y seguir el progreso de los equipos. Esto puede proporcionar una visibilidad única del éxito con objetivos y resultados clave (OKR), así como de las nuevas habilidades que los empleados adquieran.



Impulse la retroalimentación

Hacer coincidir los objetivos de los empleados con los objetivos corporativos es clave para mejorar la productividad y el rendimiento general dentro de las organizaciones. Existen herramientas tecnológicas con las que las metas y los objetivos comerciales se pueden distribuir automáticamente a todos los niveles y en todos los departamentos para ayudar a garantizar la alineación. El entrenamiento y la retroalimentación ayudan a que los empleados se sientan apoyados y mantengan el desempeño por buen camino.



Por Joselin Cuartas Barrios

MÁS VERSÁTIL QUE VERTICAL

LA DEFINICIÓN DE ÉXITO HA CAMBIADO PARA LOS COLABORADORES: YA NO ASPIRAN A ESCALAR POSICIONES Y PERMANECER DÉCADAS EN LA MISMA EMPRESA, SINO A ADQUIRIR COMPETENCIAS QUE LES PERMITAN UNA MOVILIDAD PROFESIONAL MÁS FLEXIBLE.



La versatilidad profesional y las experiencias gratificantes encabezan las características del ‘nuevo éxito’ que persiguen los colaboradores en sus empresas. Así lo sugiere el más reciente Workmonitor, elaborado por la firma multinacional de recursos

humanos Randstad, que aborda la ‘redefinición de la ambición’ como una tendencia en 2024.

En términos generales, indica que dicha redefinición está atada a tres componentes: ambición, balance y conexión (ABC). Las expectativas de las personas respecto a su trabajo van

más allá de la estabilidad que ofrece la empresa y de escalar posiciones verticalmente, y más bien están priorizando tener experiencias diferenciales de crecimiento, para una mayor movilidad profesional.

Un 39% de los encuestados por la firma dice estar contento en la posición

que ocupa y no pretende avanzar al interior de la empresa; sin embargo, sí están en búsqueda (72%) de oportunidades para formarse en habilidades digitales y explorar otros horizontes profesionales.

Mauricio Hernández, vicerrector nacional de Experiencia y Felicidad de la Fundación Universitaria del Área Andina, coincide en que hoy el éxito abarca otros factores distintos del ascenso dentro de las empresas.

“También se traduce en la posibilidad de crecer, desarrollar nuevas habilidades y conocimientos para contribuir al logro de los objetivos de la empresa, y en consecuencia a sus propios objetivos. Ser parte de un equipo que está haciendo algo importante es un elemento fundamental de este concepto”, dice.

El punto B pone de manifiesto la relevancia que ha tenido el balance entre vida personal y laboral en la toma de decisiones de los profesionales, mientras que el punto C habla de la conexión que buscan los trabajadores con sus empleadores, sus propósitos y necesidades.

Según el Workmonitor, el 93% afirma que el equilibrio entre la vida laboral y familiar es tan importante como el salario. “Los colaboradores están redefiniendo el ‘tener éxito’ como el lograr un equilibrio entre satisfacción personal, crecimiento profesional y contribución significativa a la sociedad a través de su trabajo”, explica Sandra Rodríguez, gerente de comunicación y marca de Apprecio.

VERSATILIDAD

La versatilidad es un concepto que emerge en esta comprensión de la ambición. El talento humano quiere tener las habilidades y competencias que están a la orden del día y contar con mayores herramientas para asumir nuevas responsabilidades, inclusive para cambiar de carrera cuando llegue el momento.

Para Hernández, esto evidencia que estamos ante una ola de trabajadores que valora más la formación y la diversidad de experiencias, sobre la verticalidad acostumbrada en las empresas. El experto asegura que dicho cambio responde a un entorno laboral más dinámico, flexible y que regularmente crea ventanas de nuevos empleos.

“Este fenómeno se explica por la búsqueda de estos nuevos tipos de profesionales de una carrera más adaptativa, que les permita explorar diferentes roles, industrias y desafíos. Esta versatilidad no solo responde a un interés por el autodesarrollo, sino también a la necesidad de adaptarse a un mercado laboral en constante cambio”, añade Rodríguez, de Apprecio.

Los líderes de Recursos Humanos han advertido que esas transformaciones también surgen de la llegada de generaciones jóvenes al mercado laboral, que invitan a innovar en la comprensión del trabajo y la relación de las organizaciones con su entorno.

“Varios de los hallazgos de nuestro estudio de Engagement Apprecio 2023 nos muestran cómo las generaciones más jóvenes, como los *millennials* y la Generación Z, priorizan la satisfacción personal, la flexibilidad y el propósito en su trabajo por encima de la seguridad laboral y los beneficios financieros tradicionales”, complementa la ejecutiva.

El ADN de la gen Z, sin embargo, parece ser todavía indiscifrable para algunas compañías. Un 40% de los encuestados —y que hacen parte de esta generación— afirmó que sus empleadores no entienden las necesidades del talento humano.

“Según nuestro estudio de Engagement Apprecio 2023, esta es la generación que menos se siente comprometida con su trabajo, 54% de los jóvenes entre los 19 a 29 años, no se sienten conectados ni satisfechos en sus organizaciones”, dice.

En cambio, Hernández, de

Areandina, opta por quitarle el factor de edad a la discusión y sostiene que es una cuestión del contexto actual en el que estamos. “Estas son las nuevas generaciones, y no por el año o la década en que nacieron, sino porque tienen nuevas estructuras mentales que resultan de su adaptación a los fenómenos políticos, sociales, económicos y ambientales a los que tiene que hacer frente”, apunta.

Esta redefinición de la ambición que plantea la firma Randstad ya se está evidenciando y las organizaciones están invitadas a abrazar estas transformaciones, comprenderlas e identificar cómo pueden mejorar esa relación con sus empleados. No es un tema que deba aplazarse para discusiones futuras sobre el talento.

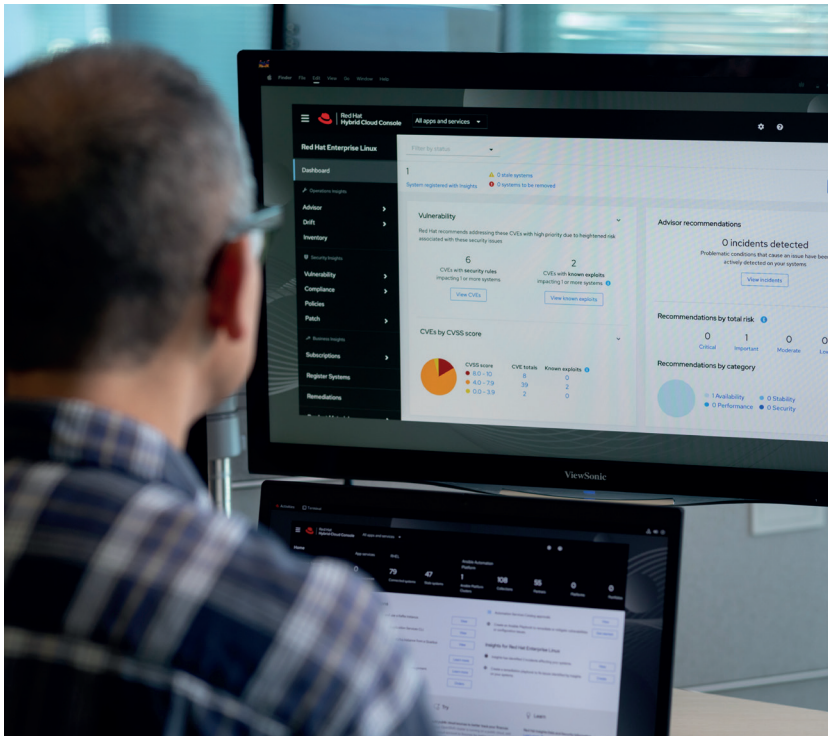
El reto ahora para las empresas es tumbar los muros en los que habían encasillado a los trabajadores, concibiendo nuevos planes de carrera y de crecimiento dentro de la organización, alimentando las ganas de formación de su personal y fomentando el crecimiento personal de los profesionales.

“Con un talento humano más móvil y diverso, las organizaciones pueden volverse más ágiles y adaptativas. La diversidad de experiencias y perspectivas que traen los empleados que han trabajado en diferentes empresas puede enriquecer la innovación y la creatividad dentro de la organización, permitiéndoles adaptarse más fácilmente a los cambios en el mercado y mantenerse competitivos”, resalta Hernández.

Para Rodríguez, de Apprecio, “las organizaciones se enfrentan al desafío de adaptarse a una fuerza laboral que valora las experiencias diversas y el crecimiento personal tanto como la seguridad laboral a largo plazo. Esto impulsará a las empresas a enfocarse más en crear entornos de trabajo flexibles, inclusivos y enriquecedores, donde el reconocimiento y el respeto mutuo sean fundamentales”. **F**

Modernización y seguridad son las principales prioridades de inversión para las empresas

Las empresas buscan actualizar los modelos de TI existentes para soportar la integración con nuevas tecnologías y aumentar la protección contra ataques.



La modernización es la principal prioridad de inversión de las empresas cuando se habla de tecnología. Una encuesta de Red Hat, líder mundial en soluciones de código abierto, con ejecutivos de TI en todo el mundo, mostró que el 45% de ellos están enfocados en actualizar su ecosistema de aplicaciones para estar preparados para integrar sus tecnologías con soluciones como inteligencia artificial y automatización.

“El éxito de una empresa radica en su capacidad para adaptarse, innovar y proporcionar continuamente nuevos productos y servicios de alto valor agregado a los clientes, especialmente con la llegada de la IA. La implementación de una estrategia de modernización de aplicaciones cumple

con estos requisitos, optimiza costos, reduce silos operativos y mejora la agilidad empresarial”, destaca Thiago Araki, director senior de tecnología para América Latina de Red Hat.

MIRANDO HACIA EL FUTURO

Para elegir cuándo y cómo seguir con la modernización de aplicaciones, es importante definir una estrategia clara y contar con herramientas que ofrezcan flexibilidad. “Soluciones como Red Hat® OpenShift cumplen bien esta función. Reconocida como líder en el primer Magic Quadrant™ de Gartner® para la gestión de contenedores, la plataforma crea experiencias consistentes en entornos, flujos de trabajo y equipos, ayudando a

las organizaciones a acelerar el desarrollo y la entrega de aplicaciones modernas en entornos híbridos, desde el centro de datos hasta la nube y el Edge”, explica Maria Bracho, CTO para América Latina de Red Hat.

Además, ofrece una versión preparada para la era de la IA. Red Hat® OpenShift® AI es una plataforma MLOps flexible y escalable con herramientas para crear, implementar y administrar aplicaciones, que respalda el ciclo de vida completo de los modelos y pruebas de AI/ML. “Contamos con un ecosistema abierto de partners de software, hardware y servicios, lo que permite a los clientes tener la flexibilidad necesaria para casos de uso específicos en sus empresas o sectores”, afirma Sandra Vaz, directora senior de Partner Ecosystem para América Latina de Red Hat.

ENFOQUE EN LA SEGURIDAD

La inteligencia, detección y respuesta a amenazas también es prioridad para el 34% de los entrevistados en el informe de Red Hat. Por eso, modernizar las aplicaciones y la infraestructura de TI es una respuesta eficiente frente a las ciberamenazas. “Red Hat OpenShift y Red Hat OpenShift AI pueden aplicar controles de seguridad a la cadena de suministro de software, mejorando la protección de las aplicaciones sin reducir la productividad de los desarrolladores. De esta manera, las empresas controlan, defienden y extienden sus plataformas de aplicaciones durante todo el ciclo de vida”, concluye Víctor Cornejo, gerente regional de Arquitectura de Soluciones Empresariales en Red Hat.

Por Joselin Cuartas Barrios

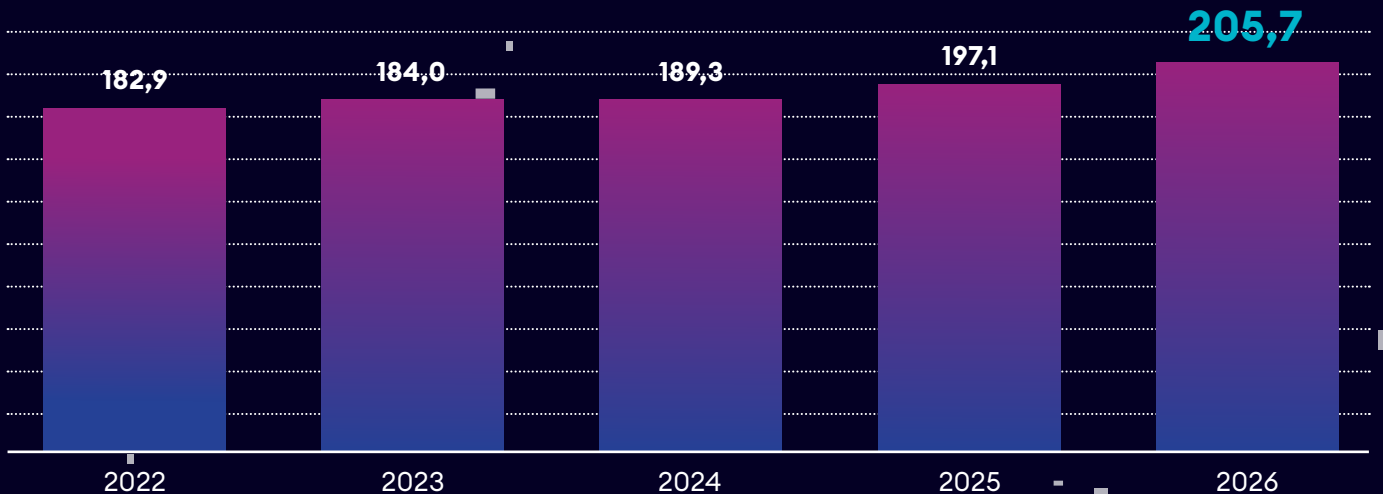
LEVEL 2024



LOS LÍDERES DE LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS ESPERAN UN CRECIMIENTO EN 2024 APALANCADO EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA, LOS JUEGOS PREMIUM Y LAS EXPERIENCIAS.

PROYECCIONES DEL MERCADO GLOBAL DE JUEGOS HASTA 2026

(en miles de millones de dólares estadounidenses)



TENDENCIAS



Las compañías de juegos se centrarán en la categoría premium sobre *free to play*. El 45% de los líderes coincide.



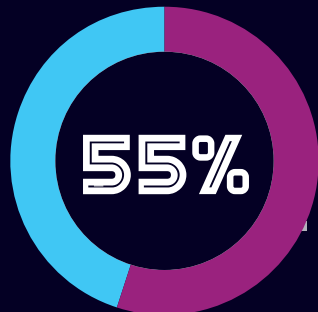
Creadores de juegos para dispositivos móviles apostarán por lanzar juegos para PC y consolas. Un 36% de los líderes está de acuerdo.



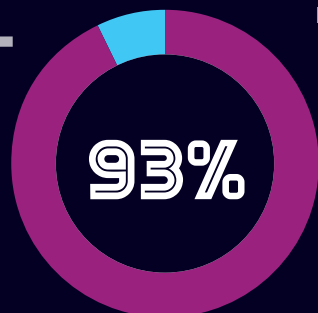
La industria se enfocará en juegos *live-service* de actualización continua y juegos de mundo abierto de estilo Souls.



La inteligencia artificial generativa impulsará la producción de juegos. Un 64% de los líderes dice que la IA Gen será adoptada en la industria.



afirma que habrá más lanzamientos de juegos en 2024.



de los líderes de la industria espera un crecimiento sostenido en los años siguientes.



SER SUSTENTABLE SÍ ES RENTABLE

12

En un nuevo estudio de Accenture y el World Economic Forum (WEF), los ejecutivos a nivel mundial identificaron cinco desafíos principales para impulsar la sostenibilidad: complejidad, costos, rapidez, fiabilidad y viabilidad. Sin embargo, la verdad es que estos obstáculos se relacionan más bien con el *business as usual*. El modelo de negocio tradicional, centrado en los resultados financieros, debe actualizarse.

Para capturar el valor de la sostenibilidad, las organizaciones deben evolucionar. Es necesario transformar la forma en que fijan objetivos, plazos y parámetros de éxito, los cuales deben estar centrados en alcanzar un valor 360°. La clave está en actualizar los procesos de toma de decisiones de la empresa para encontrar y escalar nuevas fuentes de crecimiento sustentable.

En este sentido, hay tres elementos fundamentales. Primero, es necesario hacer la sostenibilidad más humana, centrándose en resolver retos específicos de la sociedad, y luego determinar cómo hacerlo de forma rentable. Para esto, los ejecutivos deben preguntarse: ¿cómo podemos ayudar a nuestros clientes para que operen/consuman de forma más sostenible? ¿Qué reto humano podemos resolver para apoyar la viabilidad financiera a largo plazo de la empresa?


En segundo lugar, es fundamental que las empresas se abran a las nuevas ideas para asegurar la viabilidad de su negocio a largo plazo. Sin innovación hoy ningún negocio puede sobrevivir. Ante esto, las organizaciones deben plantearse si el modelo con el que cuentan actualmente les permitirá mantenerse vigentes y cómo transformar el valor que crean para

sus stakeholders hoy, en valor financiero para el mañana.

El tercer elemento clave es el valor 360°. Las empresas deben ampliar hoy su definición de valor más allá de las finanzas a corto plazo y colaborar con todo su ecosistema para impulsar el cambio.

En el centro de estos tres elementos clave debe estar la tecnología. Es necesario que las organizaciones comiencen a construir una base digital fuerte, que aproveche la nube para incorporar nuevas tecnologías en tres capas interoperables: infraestructura y seguridad; datos e inteligencia artificial; y aplicaciones y plataformas. De esta manera, las compañías pueden desbloquear la innovación sostenible y así disipar aún más el mito de que integrar la sostenibilidad significa sacrificar la rentabilidad.

Sin embargo, la tecnología es solo una parte de la ecuación. Porque nada cambia si las personas no lo hacen. Las empresas deben integrar la sostenibilidad en todo lo que realizan, creando una cultura enfocada en la sustentabilidad. En ese sentido, es necesario capacitar a las personas para trabajar en conjunto con las nuevas tecnologías para capturar todo el valor que ofrecen. Un estudio reciente de Accenture reveló que las empresas podrían aumentar hasta un 11% la productividad (ingresos por empleado) si aprovecharan de forma efectiva la combinación de datos, tecnología y personas.

Por lo tanto, la pérdida de rentabilidad en la adopción de la sustentabilidad entre las empresas es un mito. Así lo demuestra otro estudio reciente de Accenture, el cual concluyó que aquellas compañías avanzadas en sostenibilidad crecen más de un 20% más que sus pares. Por lo tanto, ser sustentable ya no es solo lo correcto. Es sinónimo de rentabilidad. 

Nicolás Goldstein

Presidente ejecutivo de Accenture Hispanoamérica.

EMPRENDER EN RED: POR QUÉ ES MÁS VALIOSA LA FUERZA COMUNITARIA

1.099 empresas chilenas fueron declaradas en quiebra el año pasado, con un alza de casi 6% respecto de 2022, según cifras de la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento. En el desglose, las quiebras de medianas empresas subieron un 8,5%, mientras que las de microempresas se elevaron 23,6%.

¿A qué se debe esta realidad? ¿Por qué tantos proyectos fracasan? Analicemos primero el contexto: según el reporte “Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023-2024: 25 years and growing”, donde participaron 46 países —entre ellos Chile—, la actividad emprendedora local está cada vez más activa, con 3 de cada 10 chilenos de entre 18 a 64 comenzando un nuevo proyecto, lo que nos posiciona como la cuarta economía más emprendedora a nivel global. Entre las principales razones para hacerlo están la falta de oportunidades en el mercado laboral y la necesidad de obtener ingresos. Se estima que, en la actualidad, las pymes representan el 98,6% de las empresas del país y concentran el 65,3% de los empleos formales, de acuerdo con datos de la Biblioteca Nacional del Congreso (BCN).

Pero, pese a estas cifras, no todo es positivo. El mismo estudio de GEM reconoce que el miedo al fracaso sigue siendo un gran obstáculo y que un 68% de los chilenos cree que comenzar un nuevo negocio es más difícil en comparación con un año atrás.

Como emprendedora, entiendo lo desafiante que puede ser el camino de poner en marcha una empresa. Muchas veces me he sentido sola y he necesitado los consejos y la experiencia de otros

para tomar decisiones importantes. Sin embargo, encontrar a esas personas adecuadas en el momento preciso no siempre es fácil.

Por eso, es fundamental que los emprendedores podamos acompañarnos y ayudarnos colaborativamente, compartiendo mucho más que la visibilización de cada proyecto. En un mundo en constante transformación, el valor del trabajo colectivo es crucial. En su libro *HÁBITOS ATÓMICOS*, el autor James Clear plantea que los humanos somos animales gregarios y que encajar dentro del grupo, relacionarnos con otros, es esencial para nuestra sobrevivencia. “Durante la mayor parte de nuestra historia evolutiva, nuestros ancestros vivieron en tribus. Ser separado de la tribu —o aún peor, ser desterrado— equivalía a una sentencia de muerte. El lobo solitario muere, pero la manada sobrevive”, expone.

Pensemos un momento en cuánto hemos aprendido en la vida gracias a un buen consejo o una conversación que llegó en el momento oportuno. Por eso, son los que colaboran y forman vínculos con los demás quienes disfrutan de una mayor seguridad, encuentran más oportunidades y logran acceso a más recursos. La resiliencia es crucial en los estudios sobre iniciativa empresarial, y aprender de nuestro fracaso y el de otros nos ayuda a estar mejor preparados para cuando corresponda intentarlo nuevamente.

Dicen que las pymes y emprendimientos son el motor de crecimiento para las economías, pero echar a andar ese motor requiere de esfuerzo, cooperación y oportunidades. Esa es la meta y el círculo virtuoso al que buscamos aspirar como comunidad. **P**

Alejandra Mustakis

Emprendedora y empresaria chilena.

TAREAS PENDIENTES Y OPORTUNIDADES PARA EL CRECIMIENTO

Este año veremos la inflación sobre la meta de 3,0%, aunque ya se realizó el trabajo de controlarla luego de sus niveles más altos en décadas, producto de las medidas para enfrentar la pandemia. Por ello, la prioridad este año debe ser recuperar la actividad, lo que nos ayudará a mejorar las condiciones de vida. Como aspecto positivo, nos veremos favorecidos por algunos factores como un escenario externo más positivo. En particular, la economía de EE. UU. está mostrando una importante resiliencia. Así, las exportaciones netas volverían a favorecer las cuentas nacionales.

En 2023, el consumo en Chile cayó cerca de 3,0%, lo cual produjo una menor base de comparación, por lo que este año su crecimiento debiera rondar el 2,5%. El mercado laboral evidencia un estado favorable y, si bien la tasa de ocupación es más baja que antes de la pandemia, ello se debería a cambios en su estructura. Hay alzas en los salarios reales y horas trabajadas. Las condiciones financieras mejorarían por los recortes en la Tasa de Política Monetaria del Banco Central.

Pero aún tenemos una tarea pendiente (¿o una oportunidad!) en recuperar la inversión. Para este año se anticipa una caída, pues la construcción

sigue afectada por mayores costos de capital y el componente de maquinarias enfrenta un tipo de cambio más alto. Además, estamos en un contexto de alta incertidumbre jurídica, en parte porque algunos procesos de inversión se han judicializado, viéndose interrumpidos en etapas avanzadas de su ejecución por decisiones de tribunales.

Adicionalmente, estamos en plena discusión de reformas importantes, como la del sistema de pensiones, tributario y de salud, lo que genera incertidumbre; por otra parte, resolver estas demandas sociales puede generar oportunidades para crecer más en el largo plazo. Un alza en las cotizaciones implicaría mayores costos laborales, pero, si se destinan al ahorro, aumentarían los recursos disponibles para las inversiones y se daría mayor profundidad al mercado de capitales.

Una mayor recaudación tributaria que enfoque los nuevos recursos en factores que impacten el crecimiento en el largo plazo, como aumentos de la productividad, podría incluso compensar los costos asociados a aumentar impuestos.

El camino es incierto y las reformas pendientes marcarán la pauta hacia adelante. Pero si las aprovechamos, entendiendo sus consecuencias, Chile podría avanzar hacia transformaciones que beneficien el crecimiento futuro. **F**

Marco Correa

Economista jefe de BICE Inversiones.

BIENES RAÍCES COMERCIALES: EL NUEVO RETO PARA LA BANCA EN EE.UU.

La industria de bienes raíces comerciales en Estados Unidos y otras partes del mundo enfrenta un desafío mayúsculo ante un cúmulo de factores, entre ellos, los elevados niveles de tasas de interés, cambios de patrones de consumo, un nuevo paradigma en la forma de trabajar y llevar a cabo los planes de negocio y otras secuelas de la pandemia. Esta situación también ha representado un reto importante para la banca, por la exposición de algunas instituciones a dicho sector, como ha sido el caso de New York Community Bancorp, en EE.UU.; el Deutsche Pfandbriefbank AG, de Alemania; o el Aozora Bank, de Japón. En este artículo analizo algunos factores relacionados con este tema.

En marzo de 2023, el mundo se vio sorprendido por la quiebra de algunos bancos regionales en Estados Unidos (e.g., Silicon Valley Bank, Signature Bank) y la difícil situación del banco de inversión global Credit Suisse, después absorbido por UBS. Este tema lo abordé con más detalle en mi artículo “Un escenario desafiante”, en la edición de septiembre de 2023. En su momento, las autoridades actuaron de manera oportuna y coordinada para evitar una crisis sistémica.

Sin embargo, ahora el sector financiero enfrenta un nuevo riesgo proveniente del complejo panorama de los bienes raíces comerciales y su potencial impacto sobre la salud financiera de algunos bancos. Los elevados niveles de desocupación, el menor flujo de efectivo de las empresas que gestionan estos activos inmobiliarios y los elevados costos financieros debido a la política monetaria restrictiva global han comenzado a deteriorar la calidad de la cartera de los proyectos asociados con algunos segmentos de inmuebles comerciales. Un ejemplo de ello es lo que ha sucedido con las oficinas. Según la Asociación Nacional de Agentes Inmobiliarios de EE.UU., la tendencia a la baja de la demanda de espacio de oficinas dentro del sector inmobiliario comercial continuó durante todo 2023. Como resultado, la tasa de desocupación en este tipo de inmuebles alcanzó un récord de 13,3%, en comparación con el 12,2% de 2022.

En un trabajo seminal del NBER, Jiang, Matvos, Piskrski y Seru analizaron la problemática que podrían enfrentar algunos bancos estadounidenses con una elevada exposición a valores respaldados por hipotecas comerciales o a créditos directos otorgados a esta industria, cuyo valor asciende a 2,7 billones de dólares en todo el sistema financiero. En una serie de pruebas de estrés, un choque en las carteras crediticias concentradas en el sector de bienes raíces comerciales (las cuales han mostrado recientemente un incremento en las tasas de morosidad o cartera vencida) podría implicar problemas de liquidez o, inclusive, de solvencia, en al menos unos 300 bancos regionales de Estados Unidos. Además, esa problemática podría afectar también a otras instituciones, tanto en Europa como en Asia, principalmente.

Esta situación ha puesto nuevamente en el escrutinio público el grado de estabilidad de la banca en Estados Unidos, pudiendo ejercer mayores presiones sobre la necesidad de que haya una mayor regulación y supervisión en varios países, además de una adopción más rápida de algunos de los conceptos surgidos en el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea. Una nueva coyuntura regulatoria para toda la banca internacional podría ocasionar un proceso de consolidación (fusiones y adquisiciones, ventas forzadas, etc.) en Estados Unidos (donde existen más de 4.000 bancos) y otras partes del mundo.

Si bien esta situación no debería ocasionar un problema sistémico de mayor envergadura, es importante señalar que se suma a toda una serie de riesgos advertidos por el Fondo Monetario Internacional en su “Informe sobre la Estabilidad Financiera Mundial”, lo cual también abordé con más detalle en la edición de noviembre del año pasado en este espacio.

Una situación muy relevante por destacar es que México cuenta con niveles de liquidez y capitalización muy saludables, además de una muy buena regulación y supervisión bancaria. Lo anterior, probablemente, le permitirá afrontar estos riesgos globales de una mucho mejor manera. **F**

Alejandro Padilla

Director general adjunto de Análisis Económico y Financiero de Grupo Financiero Banorte. Las opiniones expresadas en este documento son de exclusiva responsabilidad del autor y no representan la opinión de Grupo Financiero Banorte ni sus subsidiarias o filiales. Cuenta de Twitter: @alexpadillasan.

¿POR QUÉ LA MEJOR COSECHA DE STARTUPS DE LA REGIÓN ESTÁ POR VENIR?

16

Probablemente hayas visto a inversores de capital de riesgo agrupar algunas startups y referirse a ellas como *vintages*. Y es que, al igual que en la elaboración del vino, algunas temporadas producen mejores lotes que otras.

Al comparar el exuberante panorama de recaudación de fondos de 2021 con el frío invierno que vivimos después de 2022, se podría pensar que ya vimos las mejores startups.

Pero yo diría que aún no hemos visto la mejor cosecha de la última década en América Latina, incluido México. ¿Por qué?

La respuesta está, una vez más, en las similitudes entre crear una startup y una botella de vino.

Contrariamente a la creencia común, el buen vino no proviene de uvas que tienen una vida fácil en suelo fértil. De hecho, los productores hacen que la vid trabaje para ganarse la vida en entornos duros. Obligadas a cavar más profundamente sus raíces, en busca de nutrientes y agua, se centran más en retener lo que pueden dentro de sus uvas. No hay recursos adicionales que les permitan el lujo de contar con un ornamento de hojas.

Eso es exactamente lo que las startups se han visto obligadas a hacer. A medida que los inversores de capital de riesgo han ido elevando la vara para invertir, los fundadores (en todas las etapas) tienen que evaluar cada iniciativa con las gafas puestas en el *lean building*, las unidades económicas y *milestones* realistas.

Lo que es único para las empresas en etapa temprana es que sus fundadores entraron en el juego conociendo ya las condiciones del mercado que les esperaban, a menudo con base en su experiencia como operadores de alto nivel en startups de América Latina. Después de una racha con altas y bajas en la última década, nuestro ecosistema de startups finalmente ha pasado por lo bueno, lo malo y lo feo.

Parte de lo feo es ver morir muchas startups en este invierno. Ha estado ocurriendo durante dos años y contando: todavía esperamos en 2024 una tasa de mortalidad superior al promedio.

Las startups y fundadores que sobrevivieron o acaban de unirse no tienen la intención de ser agregados al recuento, y siguen avanzando solo porque su motivación es así de fuerte.

Estamos de acuerdo con estos fundadores prometedores: Latinoamérica tiene problemas masivos por donde quiera que se mire, pero pueden convertirse en oportunidades de cambio en las manos adecuadas. Es por eso que continuamos levantando capital e invirtiendo a través de Latitud Ventures, nuestro fondo presemilla que ha firmado el primer cheque de más de 70 startups en toda la región (y continúa haciéndolo con su Fondo II).

Los buenos tiempos son fáciles para todos, pero los tiempos difíciles son para los de piel gruesa. La actual cosecha de empresas en etapa temprana está llena de este tipo de fundadores. Esperamos levantar nuestra copa y brindar por muchas startups latinoamericanas en los años venideros. **F**

Brian Regwarth

CEO de Latitud y general partner de Latitud Ventures.

Le Méridien Llegó a Sudamérica para despertar la curiosidad por la cultura y la tradición de Santiago



La cadena de hoteles de origen europeo ahora tiene presencia en Chile, su tercer país en Latinoamérica, donde aprovechará los atributos culturales y la conexión con el arte del centro de Santiago para atraer al turismo internacional, local y de eventos.

De la necesidad de Air France para alojar a su tripulación nace la marca hotelera Le Méridien, a inicios de la década de los 70. Ahora, de la mano de la cadena Marriott International, llega a Chile -con su primer hotel en Sudamérica- para redescubrir el centro de Santiago.

Situado en el corazón del centro cultural de la capital chilena, este hotel busca despertar en sus huéspedes la curiosidad de la historia de Santiago: su arte, su cultura y su música, pues a sólo pasos está el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), el bohemio barrio Lastarria, y el emblemático barrio Bellas Artes.

“El huésped modelo de esta marca no necesariamente está ávido de las experiencias turísticas comunes, no es el tradicional turista de un parque de diversiones o de centros comerciales; vive mucho más la ciudad, como uno de sus habitantes. Se interesa por ese ritmo de vida, por los lugares, visuales, el arte, es una marca muy relacionada con la cultura que puede brindar cada ciudad”, dice Gustavo Aizen, gerente general de Le Méridien.

Y en las instalaciones de Le Méridien, estos huéspedes tendrán 291 habitaciones y 11 salones de eventos (con capacidad promedio para 800 personas) en 23 pisos. Tres de ellos ya están remodelados y comprenden: los salones, el lobby, acceso de entrada, y el piso de spa - piscina - gimnasio. A fin de año se espera que estén remodeladas las primeras 100 habitaciones.

“El patrimonio del centro artístico cultural de Santiago es rico; entonces la ubicación es fundamental y, además, la estructura del edificio es muy afable para hacer de esto un hotel muy versátil. Estamos hablando del huésped que va, que camina, pero también hablamos de grupos, gente que hace eventos, deportes, estamos muy cerca del eje gubernamental que también es importante. No sólo es un hotel para individuales”, agrega Aizen.

En Santiago el turismo local se mueve con fuerza, así como los eventos deportivos y gubernamentales que están a niveles pre-pandemia, asegura el ejecutivo. Sin embargo, el turismo individual internacional y corporativo “todavía está un poco atrás de otras ciudades de países en la región”, apunta. Esperan que a principios de 2025 ya las cifras se igualen a las registradas antes de la pandemia.

Para ello, Le Méridien resaltaré la historia y la tradición de una metrópoli como Santiago. La alfombra del salón principal es un plano antiguo de la ciudad, las paredes hacen referencia a la historia de Chile, mientras que el lobby a los barrios de la ciudad. Todo esto en medio de una decoración muy ecléctica, con paletas de colores vibrantes y una combinación de lo vintage y lo moderno.

Por José Caparroso

NEGOCIOS • FUNDADOR DE ZOHU

CAMINO PROPIO

EL MULTIMILLONARIO INDIO SRIDHAR VEMBU, COFUNDADOR Y CEO DE ZOHU, UNA COMPAÑÍA TECNOLÓGICA CON APLICACIONES EMPRESARIALES USADAS POR MÁS DE 100 MILLONES DE PERSONAS, DETALLÓ EN UNA ENTREVISTA EXCLUSIVA CON “FORBES” LA AUTÉNTICA FORMA COMO HA ESCALADO LA EMPRESA: SIN INVERSIONISTAS Y CON OFICINAS EN ZONAS POCO CONVENCIONALES.

A sus 56 años, algo que ha caracterizado a Sridhar Vembu, es tomar caminos diferentes a los obvios. Con su fortuna, que **Forbes** estima en US\$ 4.700 millones, podría vivir en cualquier zona lujosa del mundo. Pero él, desde un pequeño pueblo rural en el sur de la India, en una región llamada Tenkasi, lidera Zoho, una compañía tecnológica global.

“Hoy, debido a la forma en que gestionamos las cosas, no es difícil”, sostiene Vembu. “Nuestra forma descentralizada de trabajar nos permite hacerlo con nuestras propias herramientas”.

En un mundo en el que la mayoría de las compañías tecnológicas persigue a los inversionistas de capital de

riesgo, Zoho los ha rechazado. Desde sus orígenes, 28 años atrás, se ha mantenido privada reinvertiendo sus propias ganancias y no tiene aspiraciones de salir a bolsa.

“Cuando tenemos este enfoque, es importante encontrar modelos de negocio donde puedas llegar rápidamente al punto de equilibrio”, dice Vembu, cofundador y CEO de Zoho, en una entrevista con **Forbes**. “Puedes tener ambiciones más a largo plazo, pero el primer paso no tiene que ser tan ambicioso. En Zoho, por ejemplo, no empezamos a competir con Microsoft, empezamos con pequeños productos aquí y allá, y la visión evolucionó con el tiempo”.



FUNDADOR DE ZOHO

Sridhar Vembu

Fundador y CEO de Zoho. **Forbes** estima que tiene una fortuna de US\$ 4.700 millones.



FOTO: ZOHIO

De acuerdo con S&P Global Market Intelligence, el valor total de las inversiones de capital de riesgo en 2023 fue de US\$ 260.000 millones a nivel mundial, la cifra más baja desde 2018 y una reducción de 40,3% frente a 2022. En ese árido desierto, la autofinanciación se vuelve una herramienta de supervivencia.

“Aun si tienes un sueño a largo plazo de hacer algo grande, divídelo en pasos pequeños y toma los primeros tres o cuatro años como aprendizaje. Es una buena manera de arrancar con tus propios recursos”, explica Vembu. “En los primeros años necesitas descubrir cómo pagar las facturas, administrar el negocio, gestionar y todo lo relacionado con conseguir clientes. Si tienes ese enfoque, aprenderás mejor en los negocios y obtendrás lecciones más duraderas. Además, cuando te autofinancias durante los tres, cuatro o cinco años, te vuelves más atractivo para los interesados. Si empiezas diciendo ‘necesito el dinero’, no estarán interesados. Pero si adoptas la mentalidad de ‘voy a aprender cómo construir este negocio’, las cosas cambian”.

Y enfatiza: “Puede haber algunos fracasos en el camino, pero cuando te autofinancias, los fracasos tienden a ser más pequeños”.

Nacido en un pequeño pueblo de Thanjavur, en la India, Sridhar es ingeniero eléctrico de IIT Madras y tiene un doctorado de la Universidad de Princeton. Mientras iniciaba su carrera como ingeniero en Qualcomm, a finales de 1995, puso en contacto a sus hermanos, Kumar y Sekar, que estaban desarrollando un producto en Chennai (India), con Tony Thomas, que paralelamente desarrollaba un protocolo técnico en Nueva Jersey, Estados Unidos. El esfuerzo colaborativo dio como resultado el desarrollo de un producto conjunto de software.

En esa época, la compañía se llamaba AdventNet y Sridhar se unió como vendedor en Estados Unidos hasta el



Inversiones en Latinoamérica

Zoho inauguró hace unas semanas en Querétaro, México, su sede principal para la región.

año 2000, cuando se hizo director ejecutivo de la empresa. Hoy, Zoho factura más de US\$ 1.000 millones anualmente —las cifras exactas no las revelan, por ser una compañía que se mantiene privada—, tiene más de 15.000 empleados y llega a más de 150 países.

Lo hace compitiendo contra titanes como Microsoft, Google, Oracle, SAP y Salesforce, con un conjunto de más de 50 aplicaciones, con más de 100 millones de usuarios, que incluye un CRM, un proveedor de correo electrónico, una de gestión de finanzas, una plataforma de inteligencia empresarial, otra de reclutamiento y una de gestión de proyectos.

“Tenemos mucho más software integrado en el que las piezas funcionan en conjunto”, expone el CEO de Zoho. “También es un mejor diseño de la experiencia de usuario, que es mucho

más asequible que nuestros competidores y más rápido de implementar. Además, es más fácil para capacitar al personal, porque la gente suele aprender a usarlo por sí misma con mucha facilidad”.

Aunque por mucho tiempo las inversiones de Zoho para el continente americano se concentraron en Estados Unidos, ahora tiene muchas expectativas en Latinoamérica. En Colombia, abrieron en 2022 una oficina en Chía, en las afueras de Bogotá; en México, acaban de abrir una sede principal para la región en Querétaro, cerca de Ciudad de México; y pronto abrirán una sucursal en Chile. En Brasil, tienen oficinas en dos ciudades, Florianópolis y São Paulo.

“América Latina está creciendo rápidamente para nosotros. Poco a poco estamos expandiendo nuestras

operaciones en todos los países de la región, siguiendo nuestra filosofía empresarial”, expresa Sridhar. “Nuestros puntos de precio están realmente ayudando a las empresas”.

Carla García, una mexicana que es la directora de Negocios de Zoho para Latinoamérica, explica que antes de tener oficinas, empezaron a darse a conocer haciendo eventos en los distintos países. Ahora Zoho tiene más de 200 empleados directos en la región.

“La mitad de nuestras ventas las hacemos directas y la otra mitad a través de canales”, comenta García. “Cuando hay una necesidad de personalización para las integraciones, recomendamos a los clientes que trabajen con canales. Estamos viendo una demanda creciente por aplicaciones que tengan cara al cliente, como el CRM. Hoy lo más importante es la experiencia del cliente, las empresas quieren reducir costos, eficientar sus procesos. Latinoamérica el año pasado fue la tercera región a nivel mundial con mayor crecimiento para Zoho”.

García apunta que Zoho espera crecer 20% en Latinoamérica en 2024 y, específicamente en México, 40%, por el efecto del *nearshoring*.

Entre tanto, Zoho tiene integraciones de inteligencia artificial en muchas de sus aplicaciones, pero

especialmente está uniendo modelos pequeños a casos de uso específicos como solicitudes de gestión de gastos o el seguimiento de actividades. Con todo, Sridhar es algo escéptico frente a los avances que está teniendo la inteligencia artificial en la industria.

“La pregunta realmente crítica acerca de los modelos de lenguaje grandes [LLM por sus siglas en inglés] es si nos llevarán a una inteligencia artificial general o no”, cuestiona Sridhar. “Yo, personalmente, estoy en el grupo que piensa que no es suficiente, que necesita avances adicionales”.

No obstante, la compañía está desarrollando sus propios modelos de inteligencia artificial.

“Estamos planeando desarrollar algunos modelos fundamentales, pero con un principio científico diferente, no simplemente repetir lo que ya se ha hecho”, anticipa el CEO de Zoho. “Todavía estamos trabajando de manera exploratoria en eso”.

Esta compañía tiene una estrategia de ‘localismo transnacional’ en el que sus oficinas se ubican en lugares no convencionales, como áreas rurales o ciudades intermedias.

“Dónde nos expandimos importa, cómo reclutamos importa y dónde creamos oportunidades importa”, anota Vembu. “Queremos generar

oportunidades en esos lugares y geografías donde las personas no han tenido las oportunidades, con una aproximación específica a cómo operamos en cada una de estas regiones, creando oportunidades y desarrollando talento en todas ellas. En nuestro equipo buscamos humildad en las personas y disposición de adaptarse. No buscamos habilidades específicas, sino la disposición para aprender. La humildad es lo que permite a las personas trabajar juntas”.

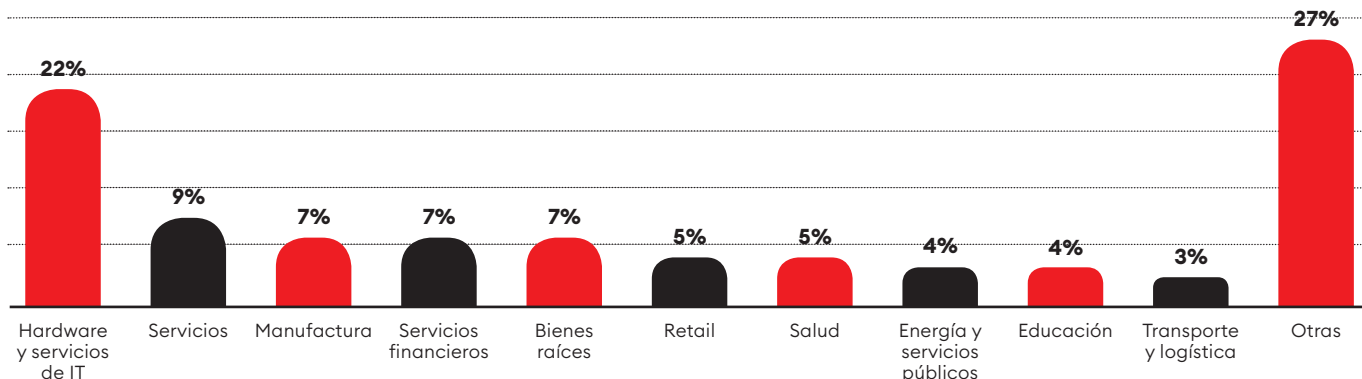
Desde su perspectiva, los emprendedores latinoamericanos deberían enfocarse en la creación de talento local como un aspecto fundamental para que una región sea competitiva globalmente.

“¿Qué hace que Suiza destaque, cuál es su fórmula secreta? Realmente, la base de recursos humanos que han creado, las personas con talento”, plantea Sridhar. “Los emprendedores en India, Colombia o México deben centrarse en ese problema: ¿cómo creamos el talento? No podemos asumir que ya hay talento preparado; debemos crearlo y ese es el principal desafío”.

Para Sridhar, la historia de crecimiento de Zoho continúa.

“Creemos que fácilmente podemos ser cinco a diez veces más grandes en los próximos cinco a diez años”, concreta el CEO de Zoho. **F**

INDUSTRIAS QUE USAN ZOH0



Por Camila Bernal

COLOMBIA EN EL CENTRO DE LA ESTRATEGIA

22
NEGOCIOS • YANBAL

LA PANDEMIA OBLIGÓ A YANBAL A CAMBIAR PROFUNDAMENTE SU NEGOCIO, Y EN ESE PROCESO COLOMBIA ADQUIRIÓ UN ROL PROTAGÓNICO. HOY ES EL HUB DE JOYERÍA DE LA MULTILATINA PERUANA. LA OPERACIÓN LOCAL CRECIÓ 23% EL AÑO PASADO. ¿QUÉ HAY DETRÁS DE ESTE ÉXITO?

Todas las joyas que la multinacional peruana Yanbal vende en los nueve países en donde tiene presencia tienen sello colombiano: se fabrican en Facatativá, Cundinamarca.

La pandemia representó un punto de inflexión para la compañía, que hace 30 años aterrizó en Colombia. Según explica en conversación con **Forbes** Janine Belmont, presidenta ejecutiva y heredera de la marca, la crisis que vivió la industria por cuenta de la COVID-19 los obligó a ser más eficientes en costos y procesos, y en medio de una profunda reestructuración Colombia se posicionó como un *hub* joyero que no para de crecer.



FOTO: © RICARDO MONTOYA

“Antes del 2020 teníamos dos plantas de joyas, una en Colombia y otra en Perú. Cuando llegó el momento de decidir, apostamos por enfocarnos en Colombia, por costos, por efectividad a la hora de exportar y porque Colombia se queda con casi el 50% de la producción de joyas que hacemos actualmente”, detalla la directiva.

Para Yanbal, este negocio representa el 20% de sus ventas. Este porcentaje cayó un 10% con la pandemia, cuando los hábitos de consumo migraron a los productos de cuidado personal, pero se estima que en Facatativá se fabrican unos 8 millones de piezas al año, divididas en 13 campañas de productos.

Este fue apenas uno de los cambios que ha vivido la compañía en los últimos cuatro años, aprendiendo del “ensayo y error” en este proceso, comenta Belmont. Pero el 2024 llegó con buenas cifras: Colombia cerró con un incremento del 23% en ventas el año anterior, el mismo porcentaje que creció la compañía a nivel corporativo. Además, de ese total de ventas locales, solo el 6% correspondió a productos importados, que llegan de Perú, lo que consolidó a Colombia como el tercer mercado más importante para Yanbal, después de Ecuador y Perú.

“Fue uno de los mejores años que hemos tenido en la historia”, dice Belmont en medio de la entrevista que ocurre como parte de su primera visita a Colombia en el año. “En 2022, habíamos crecido 17%, esto es muy relevante porque somos una compañía multilatin y los países en donde estamos no son países que acompañen al crecimiento, sino más bien en donde uno tiene que generarlo, y nosotros lo estamos logrando”.

REPONERSE DE LA CRISIS

Aunque hoy la trae a Colombia la celebración de los buenos resultados, la directiva es enfática al decir que la pandemia cambió a la empresa y que es otra después de haberla superado.

“Resultamos muy golpeados y vimos las consecuencias de algunas decisiones que habíamos tomado, por lo que desde entonces hemos tenido que echar para atrás y estabilizarnos. La pregunta en la que nos enfocamos para hacerlo fue: ¿qué marca queremos ser y cómo lo queremos comunicar?”, explica.

A nivel corporativo, el cambio se basa en cinco grandes pilares que enmarcan la nueva estrategia: la esencia de la marca, la comunicación, la búsqueda de eficiencias operacionales, excelencia comercial con nuevos productos y fortalecimiento de la fuerza de ventas. “Con estos cinco pilares hemos transformado la compañía en los últimos tres años. El Yanbal que tenemos hoy es de lejos mucho mejor que el que teníamos prepandemia”, comenta.

Se eliminó la independencia que tenían los países a la hora de desarrollar sus propias estrategias de comunicación y ventas, y se centralizó en casa matriz el plan de acción de la marca y la forma en la que lo comunican. Esto ha traído mejores resultados.

“Nos dimos cuenta de que uno de nuestros grandes errores era querer actualizar el modelo de negocio a las nuevas tecnologías. Fracasamos; aunque es importante, el catálogo físico que por años han usado nuestras consultoras sigue siendo el que manda”. Por eso, avanzan en el desarrollo de prototipos con materiales más amigables, mientras que las plataformas digitales han quedado destinadas a mejorar la automatización de procesos de venta, sin reemplazar el catálogo físico.

Su discurso de venta también cambió. Las 500.000 consultoras y 10.000 directoras de marca que tiene Yanbal en la región ahora están enfocadas en convertirse en “mujeres de poder”, indica Janine Belmont. Bajo ese concepto, retoman uno de los pilares con los que nació la marca, que en su momento era “quitarles el delantal a las mujeres”, ofreciendo opciones de empleo a

través de la venta de sus productos.

Según un estudio de Global Entrepreneurship Global Research Association, América Latina es la región con más proporción de mujeres que se animan a emprender su propio negocio. Pero, explica la directiva, nosotros evolucionamos ese concepto inicial, y desde julio de 2023 nos enfocamos en crear una comunidad de mujeres poderosas, basándonos principalmente en el fortalecimiento de su autoestima a través del desarrollo de su negocio.

“Algo clave del proceso ha sido tener claro quién es nuestro público, a quién le queremos hablar. En un momento, como parte de estos desenfoces que tuvimos, pensamos en ir hacia una comunidad de gente más joven, y resultó un error porque nos obligaba a perder el foco. Lo que hicimos fue pensar en hablar de una forma más joven a un público que ya tenemos ganado. Lo mismo pasó con la fuerza de ventas: nuestro gran fuerte sigue siendo la venta directa, hablándole a la cara a cada cliente”.

Otra de las grandes decisiones que tomaron desde casa matriz fue la salida de la marca de Estados Unidos, un mercado en el que estuvieron por siete años y que finalmente nunca terminó de consolidarse. El reto ahora, indica Belmont, será centrar esos esfuerzos en fortalecer el mercado mexicano, que tiene mucho más potencial para la compañía, especialmente cuando se trata de crecer su modelo de venta directa, uno de los puntos dolorosos para la marca en EE.UU.

Este año, reconoce que será un reto mantener el crecimiento a doble dígito, con el contexto económico y social que vive la región. Pero aun con eso espera estar sobre el 20% más de ventas. Al tiempo, espera que su comunidad de consultoras siga creciendo. En Colombia, esta aumentó 17% en el último año, pero la meta es que para 2030 la cifra a nivel regional se duplique y lleguen a las 100.000 consultoras. **IF**

La-Z Inversiones

Una regla simple del veterano observador del mercado Josef Lakonishok: no se entusiasme con cada nueva empresa que alardea de un crecimiento fantástico de sus ganancias.

24

REPORTAJES • INVERSIONES

T



res profesores publicaron un artículo sobre una anomalía del mercado: durante largos períodos, las acciones de valor superan a las acciones de crecimiento. Qué carajo, intentémoslo, dicen. Así nació, hace 30 años, LSV Asset Management. Ahora tiene US\$ 96.000 millones para jugar.

La firma de Chicago ofrece 25 estrategias, que cubren diferentes sectores de empresas grandes, medianas y pequeñas en mercados norteamericanos, europeos, asiáticos y emergentes. Todas las carteras utilizan la misma receta: encontrar empresas poco interesantes y de lento crecimiento.

Josef Lakonishok, el cabecilla del trío y la L del nombre, explica este enfoque con un ejemplo. No le gusta Nvidia, la empresa con una racha ganadora en chips para inteligencia artificial, pero está enamorado de La-Z-Boy, que describe como una acción anticuada. LSV controla el 4,4% del fabricante de sillones.

“Siempre fui en contravía”, dice Lakonishok. “Nunca me gustó ser como los demás”.

La inversión en valor no es algo nuevo. De hecho, el término en contravía se ha convertido en un cliché desde



Fuera de la torre de marfil

Josef Lakonishok, profesor convertido en administrador de dinero, en un rascacielos de Chicago. Sus cofundadores de LSV permanecieron en el mundo académico. Dice que no lo extraña.

que el administrador de dinero David Dreman lo popularizó en un libro de 1977. Pero pocos inversionistas tienen la resistencia para seguir con acciones desfavorecidas durante una estampida de acciones de crecimiento. La inversión en valor, dice Lakonishok, funciona solo el 60% de las veces.

El valor viene de una mala racha. El mercado alcista de la última década ha hecho que los ganadores del concurso de popularidad, Microsoft y Nvidia, se hayan multiplicado por diez o más, dejando muy atrás a las acciones adormecidas que posee LSV, como ExxonMobil y Comcast.

Entre los clientes de pensiones y dotaciones con carteras administradas por separado, que representan la mayoría de los activos de LSV, hay muchos con una visión a muy largo plazo; LSV dice que sus rendimientos han promediado más de dos puntos porcentuales al año por encima de los rendimientos de los índices de referencia relevantes. El sector minorista es menos paciente. Durante cinco años consecutivos, calcula Morningstar, más activos han salido de los siete fondos mutuos de LSV, que ahora poseen un total de US\$ 2.000 millones, de los que han llegado.

Cuando los compradores de valor pierden la esperanza, las acciones baratas se vuelven aún más baratas. Este fenómeno es más agudo entre las empresas más pequeñas. En los últimos 20 años, calcula LSV, el tercio más barato de las pequeñas empresas ha promediado un valor combinado igual a 12 veces las ganancias, mientras que la proporción para el tercio más caro ha promediado 61 (la figura anterior es alta en parte porque las ganancias negativas se incorporan en el denominador). Hoy, esas proporciones son nueve para las acciones baratas y 113 para las caras.

En resumen, si debes tener las acciones de un aspirante a Tesla o de alguna startup que hable de IA, pagas un precio elevado. Y estás perdiendo la oportunidad de adquirir joyas de LSV como Atkore, un fabricante de conductos eléctricos, por nueve veces sus ganancias; o Greif, un gigante en contenedores de envío a granel, por diez veces.

Lakonishok tenía un doctorado de Cornell, decenas de artículos publicados y períodos docentes en universidades de América del Norte y en el extranjero cuando cofundó LSV a los 47 años. Sus socios fueron Andrei Shleifer, un destacado economista de Harvard que cobró sus acciones temprano, y Robert Vishny, profesor de Finanzas de la Universidad de Chicago, que ya no está activo en LSV pero conserva una posición accionaria.

CÓMO JUGARLO

Por William Baldwin

Durante la última década, las acciones pequeñas y baratas han quedado muy rezagadas con respecto al S&P 500. Eso las hace atractivas ahora. La opción obvia: Vanguard Small-Cap Value, un fondo de índice con 856 posiciones, una atractiva ratio de gastos del 0,07% y un mínimo de US\$ 3.000. Alternativa intrigante: LSV Small Cap Value, un fondo gestionado activamente con 228 posiciones y un gasto del 0.83% para compras de al menos US\$ 100.000. El argumento a favor de este último es que sus acciones son aún más pequeñas y baratas que las de Vanguard. El hecho de que el fondo de LSV haya quedado rezagado con respecto al de Vanguard desde 2014 puede ser un punto a su favor: el repunte, si ocurre, debería ser más vigoroso allí.

William Baldwin es columnista de estrategias de inversión de **Forbes**.

Lakonishok, que ahora tiene 77 años, puede recordar muchos auge y caídas. La burbuja tecnológica de 1998-2000 fue un episodio difícil para la joven empresa. Oracle, Qualcomm y Yahoo subieron a 100 veces o más sus ganancias, haciendo que las acciones de valor parecieran tontas. “Si hubiera continuado durante uno o dos años más, no estaríamos aquí”, dice. “Estuvo cerca”.

Lakonishok usa esas palabras para describir otro evento en su vida. Cuando tenía 13 años, su familia lituana pudo atravesar la Cortina de Hierro solo gracias a un vacío legal que involucraba la ascendencia polaca de su madre. La familia se instaló en Israel. El inglés era el quinto idioma de Lakonishok. Recuerda haber tenido dificultades con un examen de ingreso porque no sabía las palabras par e impar.

Siempre cauteloso, Lakonishok no renunció a su cátedra titular en la Universidad de Illinois hasta 2004. Ahora no parece necesitar un salario. Todo lo que dirá sobre su participación en LSV es que es menos de un tercio. Aun así, dado el honorario promedio de la empresa cercano al 0,4% y los gastos generales que provendrían de una plantilla de 43 personas, uno supone que la parte del ingreso neto anual de su familia asciende a ocho cifras.

La adquisición de una acción por parte de LSV es, en esencia, numérica. Sus analistas no visitan empresas. Prestaron escasa atención a un activo intrigante del fabricante de contenedores Greif: 175.000 acres de tierras forestales que quedaron de sus días en la fabricación de barriles de madera. Pero sí masajean los números brutos. ¿Cuál es la fórmula? Lakonishok no está obligado a revelarlo. Ya no está en el sector de publicar o morir.

¿En qué se diferencian los métodos de LSV de la minería de datos? “Nunca hicimos nada que no tuviera sentido común”, responde Lakonishok.

Lakonishok, que posee acciones durante un promedio de cuatro años, tiene un segundo consejo gratuito: “Los inversores que son perezosos deberían serlo aún más. Deberían comerciar aún menos”. Si te atreves a ser un inversor de valor, mantente firme durante 30 años. **F**

“NUESTRA DEFINICIÓN DE
INVERSIÓN EN VALOR ES
DESCUBRIR LO QUE VALE UN
NEGOCIO Y PAGAR MUCHO MENOS”.

-Joel Greenblatt

VELOCIDAD DEEL

LA EMPRESA DE RECURSOS HUMANOS DE ALEX BOUAZIZ SE CONVIRTIÓ EN LA STARTUP DE SOFTWARE DE MÁS RÁPIDO CRECIMIENTO EN LA HISTORIA DE SILICON VALLEY AL PROMETER ELIMINAR LAS DIFICULTADES DE LA CONTRATACIÓN EN EL EXTRANJERO. PERO EN SU CARRERA HACIA UNA VALORACIÓN DE US\$ 12.000 MILLONES, LOS REGULADORES ESTÁN PREOCUPADOS DE QUE PUEDA HABER ESTADO RECORTANDO PRECISAMENTE LAS ESQUINAS DE CUMPLIMIENTO QUE SUPUESTAMENTE ESTÁ MANTENIENDO.

Siempre conectados.

Deja que los competidores alardeen sobre el equilibrio entre la vida laboral y la cultura laboral flexible. “Esas cosas contradicen directamente estar ahí para tus clientes”, dice Alex Bouaziz, CEO de Deel.



Es un sofocante día de septiembre en Washington, D.C., y el CEO de Deel, Alex Bouaziz, tiene una pregunta apremiante para su personal, quienes van apretados en un sedán gris sin características distintivas conduciendo por Capitol Hill.

“¿Qué es lo único que realmente necesito saber sobre la política estadounidense antes de reunirme con todos estos congresistas?” pregunta el francés de 30 años desde el asiento trasero. “Realmente no quiero parecer demasiado estúpido”.

Un ejecutivo no tarda en ofrecer un lugar común, una variación menor de “el dinero lo es todo”. Pero Bouaziz ya lo sabe. Deel, su startup con sede en San Francisco, ha estado desafiando el recóndito mundo del cumplimiento del derecho laboral internacional desde su lanzamiento en 2019, gastando su pila de US\$ 675 millones en efectivo de capital de riesgo para ayudar a otras empresas a manejar operaciones legales y de recursos humanos en más de 100 países. En una lucha por la tierra que recuerda las primeras confrontaciones ciudad por ciudad de Uber y Lyft, Deel se ha estado esforzando por crecer tan rápido como sea posible, incluso si eso significa aprovechar áreas grises o permitir que los clientes se salten alguna que otra regulación.

“Estamos superando las fronteras en términos de contratación global”, dice Bouaziz. “No es algo a lo que la gente esté acostumbrada”.

Su software ha sido un éxito instantáneo. Gracias al desarraigo del trabajo de oficina por la pandemia en todo el mundo, los ingresos de Deel se dispararon de US\$ 1,4 millones en 2020 a US\$ 169 millones el año pasado. Las ventas deberían más que duplicarse este año, alcanzando alrededor de US\$ 350 millones. En términos de ingresos recurrentes anuales, una métrica popular en el negocio del software, en un momento fue el crecimiento más rápido de la industria. Ha sido “una especie de cuento de hadas”, dice

el inversionista de Deel y ex presidente de Disney Studios, Jeffrey Katzenberg.

En 2021, Bouaziz apareció en la lista “Forbes 30 Under 30”. Él y su cofundador, Shuo Wang, de 34 años, se convirtieron brevemente en multimillonarios en 2022, gracias a una ronda de recaudación de fondos que valoró a Deel en US\$ 12.000 millones. (En el mercado secundario, la valoración de Deel ha caído desde entonces a unos US\$ 7.000 millones, lo que hace que cada cofundador valga algo así como US\$ 850 millones ahora.)

Pero actuar rápido tiene consecuencias, y Bouaziz ha venido al Capitolio para hacer las paces con los reguladores, que están preocupados por las afirmaciones de que Deel ha clasificado erróneamente a su propia fuerza laboral de tiempo completo como trabajadores independientes. Bouaziz insiste en que fue un malentendido y ha programado dos días maratónicos de reuniones para aclarar las cosas. Eso incluye una reunión con el representante Adam Schiff (demócrata por California), quien junto con otros cinco miembros de la Cámara escribió una carta abierta en julio expresando su preocupación por lo que Schiff describió como un “grave abuso” de las leyes laborales por parte de Deel. “Si es probable que Deel no pueda cumplir con las leyes de clasificación de empleados y se dedique a ayudar a sus clientes a clasificar a sus empleados, ¿qué tan sensato puede ser su consejo?”, preguntaron los legisladores. (Un portavoz de Schiff le dice a **Forbes** que la reunión de septiembre “ayudó a aclarar las cuestiones” planteadas en la carta abierta.)

Los empleados mal clasificados no fueron el único dolor de cabeza gubernamental de Deel. A principios de septiembre, Deel se había visto envuelto en una investigación de la Comisión de Comercio de Futuros de Materias Primas sobre un cliente, My Forex Funds, que fue acusado formalmente de fraude por las autoridades estadounidenses. Bouaziz dice que Deel la ha eliminado,



CÓMO JUGARLO

JON D. MARKMAN

Los recursos humanos son cada vez más digitales. La mejor manera de seguir esta tendencia es Workday Inc., una empresa de planificación de recursos empresariales con sede en Pleasanton, California. Workday crea software para ayudar a las empresas a gestionar su planificación financiera, análisis internos y recursos humanos. Estas herramientas tienen una gran demanda.

Los ejecutivos de Workday informaron en agosto que la base de clientes existente alcanzó los 65 millones de usuarios. Los ingresos del segundo trimestre crecieron a US\$ 1.790 millones, un aumento de 16,3% año tras año. Las acciones de Workday podrían subir a US\$ 275 durante los próximos 18 meses, una ganancia del 18,5% con respecto a los niveles actuales.

Jon D. Markman es presidente de Markman Capital Insight y editor de Fast Forward Investing.

junto con más de una docena de empresas similares de comercio de divisas, de sus clientes siguiendo el consejo de sus socios bancarios.

Deel no estuvo directamente implicado, pero Papaya Global, una startup rival de software de recursos humanos con sede en Nueva York, aprovechó el momento para lanzar una campaña de marketing cuestionando si Deel estaba tomando “atajos” en materia de cumplimiento para “seguir una estrategia de crecimiento a toda costa”. “Algunas empresas han dejado Deel por Papaya

desde el escándalo”, dijo a **Forbes** un representante de Papaya. Otros clientes, incluidos Nike y Subway, se sintieron avergonzados por la situación y pidieron a Deel que eliminara sus logotipos de su sitio web (ambos siguen siendo clientes, dice Bouaziz).

Sin embargo, es poco probable que estos obstáculos disminuyan seriamente la demanda del servicio de Deel. La fuerza laboral se está volviendo inexorablemente más remota y global. Bouaziz es una encarnación viva de ese cambio y divide su tiempo entre sus oficinas centrales en París, Londres, Tel Aviv y Dubái.

Después de que fracasara la primera startup de Bouaziz (una aplicación telefónica de creación de videos, llamada Lifeslice), se volvió a conectar con su antiguo compañero de clase del MIT, Shuo Wang, en 2018. Más tarde ese año, en la incubadora de startups Y Combinator, los dos pasaron semanas creando un software de cobro de deudas antes de abandonarlo para convertirse en una empresa de pagos, una plataforma para empresas con contratistas independientes en el extranjero.

A finales de 2019, las ventas crecían a un ritmo constante del 20%, no anualmente, sino todos los meses. “Santo cielo”, recuerda haber dicho Aaron Harris, uno de sus mentores de Y Combinator, al escuchar los números. “¿Te das cuenta de lo bien que va esto?”

Antes de la pandemia, la contratación internacional la realizaban casi exclusivamente las grandes empresas. Para las empresas más pequeñas, los costos asociados eran prohibitivos. “La realidad antes de Deel era que, honestamente, era casi imposible cumplir completamente”, dice Christophe Pasquier, cofundador de la startup de software de productividad Slite y uno de los primeros clientes de Deel.

Cuando la COVID-19 obligó a implementar el trabajo remoto a toda velocidad, Bouaziz y Wang vieron un momento decisivo. Gracias a una ronda de financiación Serie A de US\$ 14 millones en mayo de 2020 de la firma de capital riesgo Andreessen Horowitz, Deel se apresuró a establecer entidades comerciales extranjeras internamente. De esa manera, si un cliente quisiera contratar a alguien en Alemania, por ejemplo, esa persona técnicamente sería empleada a través de la entidad alemana de Deel.

Al principio, a un equipo ‘Navy SEAL’ de cinco personas se le encomendó la tarea de ir de un país a otro incorporando entidades comerciales

locales en rápida sucesión. La velocidad era vital. Si se crea un país demasiado tarde, dice Wang, Deel podría perder un mercado geográfico frente a competidores más pequeños como Remote (valoración de US\$ 3.000 millones) u Oyster (US\$ 1.000 millones).

Deel finalmente levantó cuatro rondas de financiación que aumentaron su valoración a US\$ 225 millones (septiembre de 2020), luego a US\$ 1.300 millones (abril de 2021), US\$ 5.500 millones (octubre de 2021) y finalmente a US\$ 12.000 millones (mayo de 2022). Entre sus inversores se incluyen Spark Capital, Coatue y Emerson Collective de Laurene Powell Jobs.

A nivel mundial, las leyes no son del todo claras para las empresas que contratan personas en nombre de otras empresas. “Las leyes existentes deben interpretarse y aplicarse a este modelo de negocio. Es como con Airbnb, gente alquilando sus casas no era la forma [tradicional] en que la gente se alojaba en lugares en el extranjero, pero realmente tenía mucho sentido”, dice Nicole Sahin, quien ayudó a introducir el nuevo concepto de contratación hace una década cuando fundó G-P, otro rival de Deel.



Deel se siente cómodo operando en lo que algunos en la industria consideran áreas grises de cumplimiento. Por ejemplo, Pasquier de Slite utilizó inicialmente a Deel para contratar personas como contratistas porque el producto de

Deel para empleados de tiempo completo aún no estaba listo. Para ser completamente sensato desde un punto de vista legal, admite, esas personas deberían haber sido clasificadas como empleados desde el principio. “Podría haber sido que [Deel] tomó este atajo, pero necesitábamos este atajo”, dice. “Para mí es un servicio público”.

Bouaziz, por supuesto, insiste en que el notable ascenso de Deel no se debe a tomar atajos, sino simplemente a superar a sus rivales a lo que él llama “velocidad Deel”. “Si no actuamos rápido, nuestras acciones tendrán consecuencias reales en los medios de vida de las personas”, afirma.

Con la vista puesta en una oferta pública inicial en 2025, Deel todavía tiene US\$ 550 millones en el banco y sigue siendo rentable, por una suma de aproximadamente US\$ 5 millones por mes, dice Bouaziz. Durante los próximos 18 meses, planea gastar hasta US\$ 200 millones en adquisiciones. La mayor parte de ese dinero probablemente se utilizará para adquirir empresas de recursos humanos en mercados internacionales calientes, similar a la compra de PayGroup, una empresa australiana de 400 personas, por parte de Deel el año pasado.

Después de su viaje a D. C., Bouaziz se concentra en adelantarse al inevitable enfrentamiento con los legisladores, tanto en Estados Unidos como en el extranjero. Al regresar de Washington, Bouaziz contrató a un jefe de políticas para intensificar los esfuerzos de lobby de Deel. En lugar de reaccionar a las regulaciones, espera salir adelante y evitar el destino de Uber y Airbnb, los cuales han experimentado importantes impactos comerciales después de entrar en conflicto con los reguladores.

“Creo que será como una partida de dominó”, dice el fundador de otra empresa del sector. “Cuando un [país] habla, muchos países dirán: ‘Mierda, ¿están haciendo eso aquí también?’”. Ya en Singapur, “las investigaciones sobre [Deel] están en curso”, dijo un portavoz del Ministerio de Mano de Obra a **Forbes**. Bouaziz dice que Deel ha estado trabajando con Singapur para resolver cualquier problema y hace caso omiso de las implicaciones más importantes: “Operamos como empresa en 120 países. Tenemos investigaciones todo el tiempo en todos los países”. (La portavoz de Deel, Elisabeth Diana, dijo que estas investigaciones son investigaciones de rutina del gobierno.)

“De la misma manera en que estamos haciendo las cosas hoy en D. C., queremos hacer exactamente lo mismo en Bruselas”, añade. “Creo que lo ideal sería que muchos [gobiernos] quisieran trabajar con nosotros y no con cualquier otra cosa”. **F**





**LEERLA ES UN VIAJE
EN SÍ MISMO.**

TRAVEL+LEISURE EN ESPAÑOL

**Sigue nuestros contenidos
en redes sociales
y descubre los lugares más
fascinantes del mundo.**

TRAVELANDLEISURE-ES.COM



El ascenso del roboconstructor

John Fish construyó la empresa constructora más grande de Nueva Inglaterra, SUFFOLK, a punta de mano de obra humana. Ahora, luchando contra una interminable escasez de talento, el multimillonario fundador apuesta a que el futuro estará lleno de cascos duros y capataces de IA.



Ladrillos de construcción

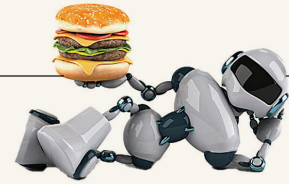
Para gestionar a sus 2.600 empleados, Fish dice que se modela a sí mismo según la leyenda del fútbol americano de la Universidad de Alabama, el recién retirado entrenador Nick Saban. “Aprendo más del deporte sobre cómo dirigir mi negocio que de los negocios”.

E

está por debajo del punto de congelación esta mañana de diciembre y John Fish está afuera, parado cerca del borde del piso 33 de South Station Tower, un rascacielos a medio terminar en el centro de Boston. Señala una grúa de color rojo brillante que se encuentra debajo y transporta una plataforma de paneles metálicos a través del aire gélido mientras explica sus planes para automatizarla.

“Hay una cámara en la propia grúa que observa la pluma, ve su oscilación y registra toda esa información”, dice Fish con un distintivo acento de Boston. Está vestido con mocasines de cuero negro, pantalones azules, un chaleco de construcción de neón, gafas de seguridad y un casco. “¿Cómo se pueden conseguir más extracciones por hora de forma segura? Tenemos que tener mucho, mucho cuidado”.

Abajo, en el concurrido piso 14, entre los incesantes golpes de las pistolas neumáticas de clavos y el estrépito del acero al moler, Fish describe cómo la revolución robótica está cambiando sus sitios de construcción: Suffolk está introduciendo máquinas de dos pies de alto (piense en tanques militares en miniatura) que



DRONES TRABAJADORES

Según la Federación Internacional de Robótica, unos 4 millones de robots llegan a trabajar todos los días en todo el mundo. La mayoría ensambla productos electrónicos, electrodomésticos y automóviles, pero algunos han encontrado trabajo en lugares menos esperados.

<p>Barman NOMBRE: Makr Shkr 3.0 Fabricante: Makr Shkr (presentado en 2013) Costo: US\$ 115.000 Salario promedio de un bartender humano: US\$ 34.490</p>	<p>Freidor NOMBRE: Flippy Fabricante: Miso Robotics (2017) Costo: US\$ 48.000 por año Salario promedio de un cocinero humano: US\$ 31.000</p>	<p>Sacerdote (funerales) NOMBRE: Pepper Fabricante: SoftBank Robotics (2014); Nissei Eco Costo: US\$ 442 Costo promedio de contratar a un sacerdote humano: hasta US\$ 2.000</p>	<p>Guardia de seguridad NOMBRE: Knightscope K5 Fabricante: Knightscope (2013) Costo: Menos de US\$ 9 por hora Salario promedio de un guardia de seguridad humano: US\$ 16 por hora</p>
--	--	---	---

amplían e imprimen planos y diseños para que los trabajadores los sigan, acelerando la construcción y reduciendo errores. “Vamos a implementarlo en todos nuestros trabajos”, dice.

Fish, un trabajador vitalicio de la industria de la construcción de 63 años, hizo una fortuna construyendo rascacielos desde Massachusetts hasta California. Tiene un valor de US\$ 2.300 millones, gracias a su participación del 100% en Suffolk, que genera US\$ 6.000 millones (ingresos), la firma constructora con sede en Boston que en los últimos 20 años ha construido más de 150 millones de pies cuadrados de bienes raíces comerciales en los EE.UU., incluyendo gran parte de Horizonte de Boston y hoteles en Los Ángeles y Miami.

Ahora busca revolucionar la industria de US\$ 2,1 billones que lo hizo tan exitoso. Su división de Suffolk Technologies está creando nuevos productos de software centrados en la construcción, algunos de los cuales se están fragmentando en empresas independientes, mientras que su brazo de inversión de riesgo ha adquirido participaciones en docenas de ambiciosas nuevas empresas de tecnología de la construcción que hacen de todo, desde la impresión 3D de paredes hasta la fabricación de generadores de energía portátiles libres de emisiones.

“Nuestra industria es la única en el mundo donde la productividad ha disminuido en los últimos 50 años en lugar de aumentar”, dice Fish mientras lleva a **Forbes** a un recorrido por la sede ultramoderna de Suffolk en Roxbury, un vecindario de clase trabajadora en el sur de Boston. “Piense en el Empire State Building. Fue construido en la década de 1930 y tardó 14 meses en construirse. Hoy se necesitarían cinco años”.

Una razón: muchos en la industria no quieren tener nada que ver con la robótica o la inteligencia artificial. Pero Fish está convencido de que los robots serán clave para resolver la escasez de mano de obra y mantener bajos los costos. Colocar robots en los lugares de trabajo no es una tarea fácil: habrá escrutinio regulatorio, escepticismo de los clientes, presiones financieras y rechazo de los trabajadores humanos. Pero Fish insiste en que es necesario, independientemente de los obstáculos.

La otra mitad de la ecuación son los datos. Fish dice que Suffolk ya tiene su propia “salsa especial” después de una inversión de una década en análisis, que la empresa utiliza para seguir el progreso y gestionar los costos en sus más de 100 sitios de trabajo activos. Para darle vida a esa salsa especial, Suffolk

ha estado reinvertiendo sus ganancias en nuevas tecnologías y productos que está desarrollando bajo Suffolk Technologies, que creó en 2019. Fish ha separado un producto (un software de estimación de costos llamado Ediphi) en su propia empresa, con planes para un segundo (Edge, una herramienta de planificación de sitios de trabajo) este año.

Al mismo tiempo, Fish está fomentando una gran cartera de nuevas empresas relacionadas con la construcción. Desde su fundación, Suffolk Technologies ha invertido más de US\$ 50 millones en más de 50 empresas, como Rugged Robotics (fabricante de esos tanques militares en miniatura), Canvas (un robot estilo R2-D2 que acelera la instalación de paneles de yeso), Augmenta (un robot de inteligencia artificial generativa que esboza diseños de edificios) y, en particular, OpenSpace. Esa startup de inteligencia artificial con sede en San Francisco convierte secuencias de video en sitios de trabajo virtuales que pueden explorarse de forma remota y recientemente fue valorada en unos US\$ 900 millones.

Es una relación simbiótica. Las empresas tienen la oportunidad de experimentar en los sitios de trabajo de Suffolk y desarrollar relaciones laborales con sus subcontratistas, mientras que Suffolk obtiene capital y conocimiento de lo último en tecnología de construcción. “Queremos ser el facilitador de las conversaciones sobre cómo el mundo de la construcción está siendo interrumpido”, dice Fish.

De vuelta en la Torre de la Estación Sur, Fish se siente tranquilo mientras considera un futuro en el que las máquinas reemplazarán al menos a algunos de los trabajadores. “Algo tiene que ceder”, dice. “Tiene que haber más eficiencia”. **F**

Por Hugo Flores

RUTA SOSTENIBLE

STATKRAFT CHILE PLANEA CERRAR EL AÑO CON UNA MAYOR CAPACIDAD DE GENERACIÓN A PARTIR DE PROYECTOS EÓLICOS. CULMINAR LAS OBRAS DEL PROYECTO HIDROELÉCTRICO LOS LAGOS ES UNO DE SUS PRINCIPALES DESAFÍOS ACTUALES, ADELANTA MARÍA TERESA GONZÁLEZ, COUNTRY MANAGER DE LA COMPAÑÍA EN EL PAÍS.

Las energías renovables siguen dando la hora en Chile. De hecho, según el Ministerio de Energía, en enero de 2024 empezaron a operar 14 centrales solares y una eólica en el país. Al cierre de ese mismo mes, este ministerio informó que existen 110 proyectos de energía en fase de construcción a nivel nacional (centrales de generación, obras de transmisión y de hidrógeno verde) valorizados en 6.313 millones de dólares. En este contexto, StatKraft Chile, filial de la mayor generadora de energía renovable de Europa, planea ampliar su potencia instalada en el país.

María Teresa González, *country manager* de StatKraft Chile, señala que la empresa está hoy concentrada en avanzar en su cartera de proyectos renovables. “El foco de nuestra estrategia es crecimiento en el país. Como en todo plan, la planificación se va actualizando y modificando según las variables del mercado, así como por las oportunidades de negocio que podamos ver. Pero esperamos contar con más capacidad instalada operativa y con más energía en los próximos meses para aumentar nuestra generación anual”, comenta la ejecutiva.

González especifica que, en 2024, la compañía espera sumar tres nuevos

parques de generación eólica, que —detalla— “están en su última fase de desarrollo” en la zona central de Chile. Explica que, en su conjunto, estos tres parques cuentan con una potencia instalada de 100 MW, que se sumará a los 214 MW que tiene la empresa europea en el país.

Sin embargo, la empresa también tiene retos, de acuerdo con su *country manager*. Uno de ellos es sacar adelante el proyecto hidroeléctrico Los Lagos, que tiene una capacidad instalada de 52 MW y se encuentra entre las regiones de Los Lagos y Los Ríos.

“Nos ha tocado enfrentar una situación muy compleja en el proyecto



FOTO: STATKRAFT

hidroeléctrico Los Lagos, por demoras en permisos administrativos que debe otorgar el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN). Confiamos en que eso avance, ya que nos permite apalancar la cartera que buscamos llevar a cabo”, dice González sobre el proyecto, que ya tiene un avance de 88% y cuya construcción está paralizada debido a que está pendiente de que se

realice una consulta indígena.

Más allá de Los Lagos, González señala que la compañía tiene dos proyectos en evaluación ambiental y un portafolio muy atractivo de proyectos en tecnología eólica, solar y baterías de más de 2.0 GW. “Nuestro foco para este año es avanzar con los proyectos que tenemos en construcción y desarrollo. La situación del

proyecto Los Lagos nos parece grave por los inexplicables retrasos y demoras en la entrega de permisos, lo que naturalmente genera incertidumbre y puede afectar las inversiones para futuros proyectos. Pero esperamos que eso avance y tener fechas claras para continuar el desarrollo de nuestra estrategia de crecimiento”, dice la ejecutiva. **1**

Por Vanessa Arenas

FABRIZIO CARBONE, DE IBM CHILE:

“AQUELLAS PERSONAS CON CONOCIMIENTO EN IA REEMPLAZARÁN A LAS QUE NO LO TENGAN”

CON 95 AÑOS DE PRESENCIA EN EL PAÍS, IBM TIENE EL FOCO PUESTO EN POTENCIAR LA IA, LA NUBE Y LA CIBERSEGURIDAD ENTRE LAS EMPRESAS CHILENAS.



F

abrizio Carbone asumió la gerencia general de la multinacional estadounidense IBM en Chile en enero de 2024, a la vez que fue designado como líder tecnológico de la compañía.

Y ambos nombramientos los asumió como un “orgullo” en su carrera profesional, pero también como “un desafío” en el momento en el que la tecnológica cumple 95 años de presencia en Chile.

Pero Carbone conoce muy bien a la empresa. Tiene una trayectoria de más de dos décadas en ella y ha desempeñado diferentes posiciones de liderazgo. Antes de asumir como CEO, manejó la operación de software para Colombia, Perú, Ecuador, Venezuela y la Región del Caribe, en la que IBM resalta su papel en grandes implementaciones de inteligencia artificial (IA), automatización y nube híbrida.

“El desafío primordial en esta gestión está centrado en el desarrollo de talento, en ser vocal de una compañía que promueve la educación constante a todos los niveles, que cuenta con infinitud de herramientas y programas para capacitarnos en nuevas tecnologías y que da oportunidades para todos”, asegura.

Y uno de sus focos locales es precisamente seguir potenciando la IA, la nube y la ciberseguridad.

“Latinoamérica ha comprendido que, para crecer y destacarse competitivamente a nivel de mercados, debe invertir en la digitalización, en cloud, utilizando sin miedo las soluciones que tiene a su mano. Y es por esto que puedo decirte que la IA y las soluciones de seguridad son tecnologías que están tomando fuerza cada día”, subraya.

Para el ejecutivo, aún queda mucho espacio de crecimiento en soluciones de seguridad en organizaciones de Latinoamérica, una de las regiones más atacadas por ciberdelincuentes el último año según un reporte mundial de IBM. “Esto significa que los ciberdelincuentes ven posibilidades de aumentar las ganancias de sus ataques en las corporaciones y Gobiernos de la región, y esto es una voz de alerta para tomar medidas preventivas que impidan caídas de sistemas y robos de información”, agrega.

En 2023, IBM anunció el lanzamiento de un fondo de inversión de 500 millones de dólares para invertir en una gama de empresas de IA, desde las que se encuentran en una fase inicial hasta las nuevas empresas de hipercrecimiento centradas en la aceleración de la tecnología de IA generativa y la investigación para el sector empresarial. De hecho, la tecnológica ya está capitalizando la innovación en IA generativa con Watsonx, la plataforma de IA y datos de la compañía.

CHILE VA A TODA VELOCIDAD

En América Latina en general y en Chile, en particular, Carbone ve con mucho optimismo el rápido y masivo despliegue y adopción de la IA. “Chile tiene una madurez de industrias que se destaca en Latinoamérica, y eso implica una oportunidad y un desafío enorme para IBM como compañía de servicios y soluciones de IT”, destaca el ejecutivo.

Según el último estudio de adopción de la IA en los negocios de Latinoamérica (IBM IA INDEX), las grandes empresas —con más de 1.000 empleados— han acelerado la integración de la IA en un 67% en los últimos dos años, por encima del promedio mundial (59%).

Las proyecciones de la empresa son que la inversión en IA generativa crezca casi cuatro veces en los próximos dos o tres años, debido a que muchos mercados ya están evaluando la

adopción de la IA como diferenciador de negocio y las organizaciones buscan la forma más saludable y asertiva de desplegar la tecnología. Por ello, para Carbone es indudable que hay mucho potencial para esta tecnología en Chile y en Latinoamérica.

“El potencial es inmenso y vemos que la región está entendiendo que la IA, si es aprovechada correctamente y es insertada en sus procesos de negocios, mejora la productividad, aumenta sus niveles de respuesta y apoya a que las organizaciones se mantengan en la delantera, lo que las hace más confiables, atractivas e innovadoras”, recalca.

¿LA IA PODRÁ REEMPLAZAR PERSONAS EN LOS TRABAJOS?

Al hacerle esta pregunta, Carbone responde que de lo que sí está seguro es que aquellas personas con conocimientos en IA podrán reemplazar a las que no lo tienen. “Por eso, en IBM hacemos una apuesta muy fuerte en la educación gratuita de conocimientos STEM, de AI, ciberseguridad; nos enfocamos en capacitarnos día a día, en el *skilling* y *reskilling* de las personas”.

Para ayudar a cerrar la brecha global de habilidades en inteligencia artificial, IBM ha anunciado que capacitará a 2 millones de personas para fines de 2026 a través de colaboraciones con universidades de todo el mundo.

“Sin duda, la IA será tan beneficiosa y revolucionaria como cuando comenzó a masificarse Internet hace un poco más de 25 años atrás. En ese momento también existían miedos importantes como pérdidas de puestos y reemplazos. Y como podemos ver hoy, eso no ocurrió ya que Internet fue una impulsora en la reconversión y modernización laboral, mejoró muchos aspectos de la economía y nacieron decenas de millones de nuevos puestos de trabajo sumados, también, a nuevas carreras profesionales. No me cabe duda que con la IA sucederá algo muy parecido”, finaliza. **F**



LA ADOPCIÓN DE LA IA EN LA REGIÓN, SEGÚN IBM

- **Las empresas latinoamericanas están abiertas al uso de IA generativa:** 37% de ellas implementan activamente esta tecnología y 45% la están explorando, según el IBM Global AI Adoption Index 2023.

- El 90% de los encuestados concuerda en que es más probable que **los consumidores elijan los servicios de una empresa que ofrece transparencia y un marco ético** sobre cómo se construyen, gestionan y utilizan sus datos y modelos de IA.

- **El 38% de las empresas de Latinoamérica planea invertir en capacitación y desarrollo** de la fuerza laboral durante los próximos 12 meses para revertir las principales barreras de acceso a esta tecnología y que son el manejo de habilidades, experiencia y conocimientos sobre la IA.

- El 92% de los encuestados considera que **la gobernanza de datos es relevante** a lo largo de todo el ciclo de vida.

ALEX ANTILLA, VICEPRESIDENTE DE DELTA PARA AMÉRICA LATINA

“SABEMOS QUE VIENE CRECIMIENTO POR DELANTE Y ES MUY EMOCIONANTE”

CON EL IMPULSO DE SU JOINT VENTURE CON LATAM, DELTA CONTINÚA SU VIAJE PARA REINVENTAR SU OPERACIÓN EN AMÉRICA LATINA. SEGÚN ALEX ANTILLA, SU VICEPRESIDENTE PARA AMÉRICA LATINA, LA ALIANZA BUSCA DAR MÁS Y MEJORES OPCIONES A LOS CLIENTES. PARA ANTILLA, LA REGIÓN INCREMENTARÁ DE FORMA DESTACADA SU DEMANDA EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.

Tras el *joint venture* con Latam, hace menos de dos años Alex Antilla se trasladó con su familia de Estados Unidos a Chile. Y es que siempre que la aerolínea estadounidense establece una alianza con otra compañía internacional, el equipo que lidera la operación se muda al hogar de su socio. “Al comienzo de la alianza nos trasladamos y lo hicimos porque la filosofía de Delta es querer estar donde está nuestro socio en la región. Tengo un colega que estos días está en París por nuestra alianza con Air France

y otro que está en Seúl debido a nuestra asociación con Korean Air. Por eso Santiago es tan crucial para nosotros”, comenta el vicepresidente regional de Delta.

En el tiempo que lleva en Chile el interés de Antilla por la región no ha dejado de crecer. El ejecutivo asegura estar entusiasmado con la oportunidad y el potencial que supone hoy América Latina para la aerolínea, que antes de sumar fuerzas con Latam ocupaba el cuarto lugar en el mercado de los vuelos entre América del Norte y Sudamérica.

“Siempre hemos tenido una presencia muy fuerte en México, el Caribe y Centroamérica, pero Sudamérica era un punto débil para nosotros en términos de participación de mercado. Por eso queríamos iniciar una asociación con Latam”, detalla el vicepresidente para América Latina de Delta, que hoy lidera el mercado junto a la aerolínea de origen chileno-brasileño y ofrece alrededor de 16 vuelos diarios en América del Sur.

El ejecutivo está convencido de que habrá mucha más demanda a futuro en América Latina, una región que todavía viaja y gasta menos en viajes que otras como Europa o Estados Unidos. De hecho, según el estudio “Global Market Forecast” de Airbus, el tráfico de pasajeros de América Latina se duplicará en las próximas décadas y pasará de 0,44 viajes al año a 0,87. “Sabemos que viene crecimiento por delante y es muy emocionante. Recién estamos comenzando aquí con Latam”, confiesa el ejecutivo.

Hasta ahora, la suma de fuerzas —con la que buscan aumentar la conectividad y experiencia de viaje entre Estados Unidos y el continente sudamericano— se ha traducido en un incremento del 75% de asientos de la aerolínea y el lanzamiento de siete nuevas rutas y más vuelos entre rutas que ya cubría la aerolínea de Estados Unidos.

Entre las novedades están los vuelos São Paulo-Los Ángeles, Orlando-Bogotá y Lima-Atlanta y la incorporación de un servicio diario entre Santiago y Los Ángeles. “Se trata de ofrecer nuevas y mejores opciones a los viajeros. Por ejemplo, Santiago-Los Ángeles es un mercado que Latam no atiende todos los días de la semana. Delta, no obstante, es el número uno en Los Ángeles y tenemos la capacidad de mandar a los viajeros más allá de este destino. Con esta asociación, ahora tenemos ofertas diarias”, ejemplifica el ejecutivo.

Actualmente, juntos ofrecen más de



100 destinos en Sudamérica y 200 en Norteamérica, y el plan de las aerolíneas es seguir ofreciendo más frecuencias y rutas y mayores beneficios. Entre sus planes figura el lanzamiento de un segundo vuelo diario entre Santiago y Atlanta durante el periodo estival de diciembre-enero.

El ejecutivo explica que unirse con Latam Airlines tenía todo el sentido, no solo por la posición en el mercado de la compañía, sino también por las culturas corporativas complementarias. Y su apuesta conjunta es ofrecer una experiencia de cliente sólida.

Para Antilla, parte de la propuesta

FOTO: DELTA AIRLINES



de valor de Delta y Latam está en sus aviones, el acceso a los beneficios de fidelidad, las salas VIP de ambas aerolíneas en Estados Unidos y América del Sur y el servicio de a bordo, entre otras cosas. “Acabamos de implementar una nueva conexión de wifi rápida y gratuita en Estados Unidos y ha llegado el momento de implementar el wifi en el resto de nuestra red. Estamos compartiendo las mejores prácticas”, dice el ejecutivo.

En su cabina Delta One —una de las experiencias que ofrece en sus vuelos— la compañía ofrece acceso a salas VIP, embarque prioritario, selección de asientos y la posibilidad de facturar dos maletas por pasajero sin costo adicional,



LOS CLIENTES INTENTAN COMPRAR LOS PRODUCTOS PREMIUM PORQUE LES GUSTA EL VALOR QUE TIENEN A ESE PRECIO”.

menús diseñados junto a chefs y nutricionistas y vinos premium.

El vicepresidente para América Latina de Delta resalta que sus clientes

justamente escogen a la compañía por su propuesta de valor y explica que tras la pandemia han observado una tendencia entre sus pasajeros a escoger sus productos premium.

Sus paquetes económicos básicos, por el contrario, no son tan demandados. “Ofrecemos un producto económico para competir con las aerolíneas *low cost* pero lo curioso es que no vemos a muchas personas comprando. Los clientes intentan comprar los productos premium porque les gusta el valor que tienen a ese precio”, cuenta Antilla, quien asegura que la competencia de las *low cost* es válida y es una de las razones por las que han tenido éxito en todo el mundo.

DEMANDA EN ASCENSO

Tras el golpe que supuso la pandemia a la industria aerocomercial, el tráfico global se ha ido recuperando y cerró el año alcanzando el 94,1% del nivel del 2019, según la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA). En el caso de América Latina, no obstante, el tráfico creció un 17% el año pasado —y fue menor que el de otras regiones—, pero podría repuntar con fuerza este año. Solo en febrero, el aumento de la demanda fue del 21%, con un incremento de la capacidad de las aerolíneas del 18,6% frente al año anterior y un factor de ocupación cercano al 84,2%, según la IATA.

En el caso de Delta —cuyo factor de ocupación fue del 85% el año pasado—, Alex Antilla asegura que se está viendo una destacada recuperación de la demanda y el año no podría haber empezado mejor.

En lo que respecta al tráfico corporativo —al que le costó más remontar tras la pandemia—, Antilla afirma que se está dando un rebote realmente fuerte. “Hemos visto un aumento reciente”, cuenta el ejecutivo, quien añade que el pasajero que viaja por placer compensó cualquier debilidad que pudo tener la demanda corporativa y está optando por comprar productos premium. “El viajero corporativo, además, está extendiendo sus viajes más allá de los negocios”, cuenta el vicepresidente para América Latina de Delta.

Una reciente encuesta corporativa de la aerolínea, por otro lado, indica que el 90% de las empresas esperan que su volumen de viajes de negocios aumente o se mantenga a partir de junio.

Antilla empezó a trabajar en la industria aerocomercial en 2006 y eligió desarrollar toda su carrera profesional en esta porque el trabajo en las aerolíneas es emocionante y divertido. “¿Por qué debería dejar un lugar de trabajo que me mantiene motivado y alerta? Este trabajo me obliga a ser creativo y es muy dinámico”, confiesa el ejecutivo. **F**



INICIO DE AÑO CON VIENTO A FAVOR

Al cierre de esta edición, Delta Airlines compartió los resultados financieros del primer trimestre, en el que obtuvo ingresos récord. De enero a marzo, la compañía incrementó sus ingresos operativos un 6% frente al mismo periodo del año anterior, con lo que alcanzó los 12.600 millones de dólares, y sus ingresos netos fueron de 288 millones de dólares, un 72% más que los de enero a marzo del 2023. Según aseguró su CEO, Ed Bastian, a Yahoo Finance, la compañía registró en el primer trimestre los 11 días más altos de ventas de su historia, lo que es un fuerte indicador de que las temporadas de primavera y verano serán muy saludables para los viajes.

En el caso de los viajes internacionales, los ingresos por pasajeros crecieron un 12% frente al mismo trimestre del 2023.

INDUSTRIA MÁS SOSTENIBLE

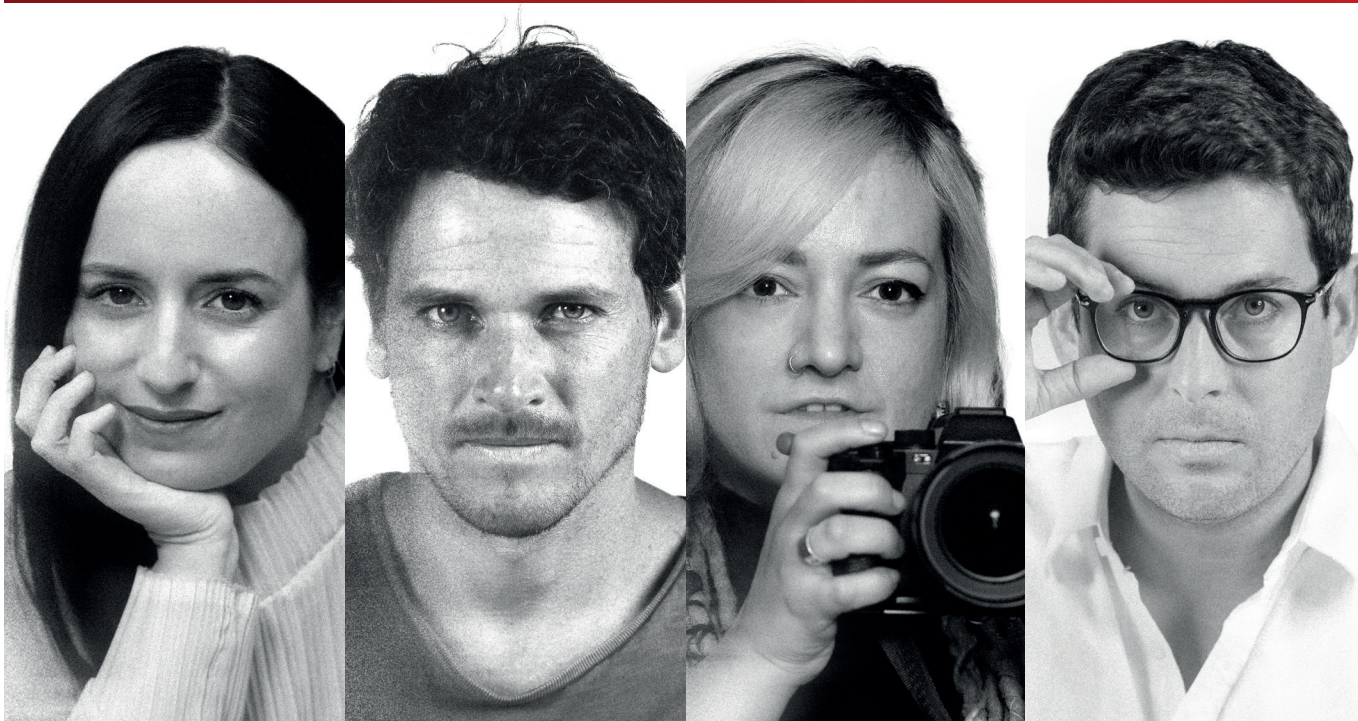
La migración hacia un modelo sostenible, que reduzca las emisiones, es uno de los mayores desafíos de la industria aeronáutica, que en los últimos años ha multiplicado sus esfuerzos en esta apuesta. Alex Antilla explica que Delta está apostando en el corto plazo, por un lado, por llevar a cabo medidas como reducir la cantidad de agua que utiliza y los deshechos de sus vuelos; y, por otro, está invirtiendo en una flota de aviones de nueva generación, con un consumo de combustible mucho más eficiente.

“Estos dos primeros pasos son fundamentales antes de llegar al más grande, que es ayudar a nuestra industria en la búsqueda de obtener combustible de aviación más sostenible, que es el verdadero diferenciador en el camino de ser una industria neto 0”, dice Antilla.

La compañía es parte de la coalición Minnesota Sustainable Aviation Hub, que busca escalar el combustible de aviación sostenible (SAF) en la aviación comercial para que esta pueda ser carbono neutral para 2050.

• PORTADA •

Fotos: © Rodolfo Jara



Forbes^{CHILE}
Los 50
chilenos
+ creativos 2024

FORBES CHILE RECONOCE A LOS CHILENOS QUE, POR SU TRABAJO, SE HAN GANADO UN ESPACIO EN EL MUNDO DEL ARTE, LA GASTRONOMÍA, LA ARQUITECTURA, LA FOTOGRAFÍA, EL CINE, LA MODA, LA MÚSICA, LA CREACIÓN DE CONTENIDOS Y LA PUBLICIDAD. PARA HACER LA SELECCIÓN, CONSULTAMOS A EXPERTOS DE DIVERSAS DISCIPLINAS Y CONSTRUIMOS ESTE LISTADO (NO RANKING), QUE BUSCA PONER EN VALOR SUS LOGROS.

RODOLFO GUZMÁN

“NUESTRO TERRITORIO CHILENO, NUESTRA CULTURA, ESO ES LO QUE ME INSPIRA”

COMENZAR A VER TODO LO QUE ESTÁ A SU ALREDEDOR COMO COMIDA. ESA IMAGINACIÓN Y ESA ORIGINALIDAD LO LLEVARON A CREAR EL BORAGÓ, RECONOCIDO COMO UNO DE LOS MEJORES RESTAURANTES DEL MUNDO, Y ADEMÁS UN CENTRO DE INVESTIGACIÓN QUE ESTUDIA Y AGRUPA INGREDIENTES CHILENOS QUE SOLO ÉL SE HA ATREVIDO A LLEVAR A LA COCINA.

Es el mejor chef de Latinoamérica. En la lista The Best Chef Awards 2023 entró al Top 10 tras ocupar el año anterior el puesto 27. Su restaurante, Boragó, está entre los 50 mejores del mundo desde 2013 y fue destacado recientemente por Opinionated About Dining (OAD) como el cuarto mejor de Sudamérica. Pero Rodolfo Guzmán solo se describe como un cocinero “absolutamente chileno”.

Los premios le importan, sí, porque sin ellos no hubiese podido seguir el Boragó. Pero lo que resalta como verdaderamente importante es la familia que ha creado entre las 200 personas de distintas nacionalidades que lo conforman; 40 en el personal del restaurante y el resto entre productores y recolectores que hacen llegar los ingredientes desde los lugares más recónditos de la tierra y el mar de Chile hasta la cocina del Boragó, que se basa en un “menú endémico” de la temporada —va cambiando hasta cinco veces, de acuerdo con la estación del año que atraviesa Chile— y que consta de 12 a 17 tiempos.

“Desafortunadamente, cuando vienes a comer a Boragó, no ves a toda esa comunidad, pero, sin ellos, no habríamos ni siquiera generado el conocimiento. Hicimos dos cosas que son fundamentales para nuestro presente: clasificar y categorizar todo el territorio chileno en cuanto a comida. Hoy sabemos todo lo que crece, cómo se cocina, cómo se corta, cuándo, en qué zona. Hemos ido. Hay cosas que son brutales. En nuestro centro de investigación hacemos cosas que son impensables y fue el primero para la cocina chilena”, detalla.

Guzmán recalca mucho de dónde viene y esta es justo una de sus tres premisas para ser un buen cocinero: saber quién eres, de dónde vienes y lo que tienes alrededor. Aunque nunca imaginó que sería chef. Simplemente lo intentó y, por primera vez, sintió que algo se le daba muy natural. Levantó Boragó en una casa muy chiquita y hecha pedazos, en la comuna de Vitacura, en Santiago, “con una mano por delante y otra por detrás, como partían los abuelos antes”, dice. Sin ser adinerado o tener un socio,

siendo de una familia “de esfuerzo”. Y antes de todos estos rankings y premios internacionales, Guzmán estuvo a punto de quebrar —varias veces— y, de hecho, el Boragó llegó a ser vendido. Ya era un hecho. Hasta que el comprador se arrepintió y, justo en ese momento, llegó el reconocimiento.

Guzmán ha cambiado también la percepción de la cocina chilena, de cómo ven los chefs los ingredientes locales, incluso los restaurantes chilenos. “Antes, la comida ni siquiera era importante en Chile. Los restaurantes cumplían otro rol, en el que la gente iba a encontrarse socialmente. En aquel entonces, un buen modelo de restaurant era aquel que copiaba un nombre de afuera, un concepto, una decoración, un todo y, generalmente, no duraban tanto tiempo y después se vendían. También, el rol de chef en aquella época era absolutamente distinto. Los más famosos, los importantes, eran los que estaban en la televisión y el nivel gastronómico era muy diferente al de hoy en el mundo”, dice.

Para crear, rescata y se centra en dos cosas: imaginación y originalidad. Pero eso es solo la base para resaltar su fuente de inspiración: el territorio chileno.

“Iniciamos hace 17 años y empezamos a ver comida en todo lo que está alrededor de nosotros. Los ingredientes de Chile, nuestro territorio, nuestra cultura. Eso es lo que nos inspira permanentemente”, finaliza.

Los 50 chilenos + creativos 2024

Fotografía realizada el 01 de abril de 2024,
en el Hotel Mandarin Oriental Santiago, Chile.



LEONARDO CHIESI

Publicista

“EL PODER DE UNA GRAN IDEA SIEMPRE VA A TENER LA CAPACIDAD DE CONECTAR CON LAS PERSONAS”

PARA EL DIRECTOR CREATIVO, QUE LIDERÓ LA EXITOSA CAMPAÑA “NOSOTROS NO ESCRIBIMOS ESTA CAMPAÑA” DE NOTCO, LA DIVERSIDAD DEL TALENTO ES UNA DE LAS COSAS CON MÁS VALOR PARA CUALQUIER ORGANIZACIÓN DE SU INDUSTRIA. ASEGURA QUE HOY ESTÁ ENFOCADO A AYUDAR A FORMAR E INSPIRAR A LOS EQUIPOS CREATIVOS DEL MAÑANA.

La pasión por la publicidad de Leonardo Chiesi no fue amor a primera vista, sino que se fue cocinando a fuego lento. El publicista, que se desempeña como *chief creative officer* (CCO, por sus siglas en inglés) de McCann Worldgroup Santiago, asegura que siempre sintió afinidad por las palabras y expresarse de manera escrita. Afirma que conjugar la creatividad con negocios fue lo que le llamó la atención de la carrera. “A medida que fui desarrollando el oficio, ya inmerso en el mundo de la publicidad, me fui motivando y enamorando cada vez más”, confiesa.

Chiesi cuenta con más de 15 años de experiencia en la industria publicitaria, dos de ellos en MRM Chile y Graphene by IPG, firma responsable de la campaña publicitaria “Nosotros no escribimos esta campaña”, de la startup NotCo, que ganó un León de Cannes y cuatro premios en Effie Latam, entre otros reconocimientos. Para Chiesi, se trata de una campaña que marcó un hito en su carrera, la agencia y la

industria creativa chilena.

De su trabajo como director creativo, el publicista asegura que le gusta especialmente la idea de estar en contacto y liderar equipos con un talento diverso, de diferentes realidades e intereses distintos. “Me gusta encauzar hacia un norte común a personas que vienen de la ilustración, el arte, las letras, que tienen más afinidad con el humor o por expresar ideas profundas con cierto grado de seriedad”, comenta el ejecutivo.

Chiesi repite a menudo lo importante que es para él la diversidad del talento en su industria. De hecho, explica que una de las cosas que más valora de la publicidad es, justamente, el hecho de que personas de diferentes *backgrounds* tanto artísticos como tecnológicos puedan conjugarse para llevar a cabo un trabajo que tiene un trasfondo más comercial. “Las relaciones interpersonales con estos diversos talentos es algo que cada día nos da nuevas experiencias”, destaca.

El CCO de McCann Worldgroup inició su carrera publicitaria cuando

la televisión y la prensa dominaban sobre los otros medios de comunicación y a penas asomaban en el panorama las redes sociales, que son hoy una importante plataforma para las campañas, como fue en el caso de la viralización de “Nosotros no escribimos esta campaña”. Chiesi detalla que la tecnología es, probablemente, uno de los factores más transformadores para la publicidad, tanto en el pasado como en la actualidad. “Lo que no cambia, y me encanta que se mantenga así, es que pueden cambiar las redes sociales, las tecnologías, las plataformas; pero el poder de una gran idea siempre va a tener la capacidad de conectar con las personas de manera atemporal y agnóstica”, asegura el ejecutivo, quien afirma que la publicidad es un espejo de la sociedad en la que vivimos.

¿Cuáles son los planes de Chiesi para los próximos años? El ejecutivo responde que quiere seguir haciendo un trabajo creativo que tenga un impacto significativo en sus clientes y los que escogen sus productos y servicios. Pero, sobre todo, busca seguir acompañando equipos creativos en su desarrollo. “Quiero ayudar y continuar inspirando a los nuevos talentos a convertirse en los próximos creativos y creativas *senior* de Chile; a la próxima generación de directores y directoras creativas”, confiesa el publicista.

Los 50 chilenos + creativos 2024

Fotografía realizada el 01 de abril de 2024,
en el Hotel Mandarin Oriental Santiago, Chile



MAITE ALBERDI

Directora de cine

“EL CINE ES UNA HERRAMIENTA DE REGALAR IMÁGENES A PROBLEMAS SOCIALES QUE A VECES NO VEMOS”

GANADORA DEL GOYA A LA MEJOR PELÍCULA IBEROAMERICANA CON SU MÁS RECIENTE DOCUMENTAL, “LA MEMORIA INFINITA”, QUE TAMBIÉN ESTUVO NOMINADO A LOS ÓSCAR COMO MEJOR LARGOMETRAJE DOCUMENTAL, MAITE ALBERDI ES UNA DE LAS DIRECTORAS DE CINE CHILENO MÁS SOBRESALIENTES A ESCALA MUNDIAL. HA DESCUBIERTO QUE LO COTIDIANO, LO SENCILLO, LO REAL, TAMBIÉN PUEDEN CONTAR MUCHO MÁS EN UNA INDUSTRIA QUE SE HA IDO ABRIENDO A DISTINTOS FORMATOS.

Desde niña Maite Alberdi tenía interés en la escritura, la fotografía y el arte en general. De inmediato se dio cuenta de que el cine reunía todos esos intereses, pero salió del colegio y vio que en Chile no había una industria audiovisual lo suficientemente desarrollada y valorada que le hiciera sentir que de verdad pudiera dedicarse a eso. Sin embargo, sin pensar mucho en el futuro, apostó por ello y hoy es una de las directoras de cine chileno más reconocidas internacionalmente, nominada a los Óscar y ganadora del premio Goya a la mejor película iberoamericana por su más reciente documental, *LA MEMORIA INFINITA*.

“No tenía tan claro en qué iba a desembocar esta necesidad creativa en términos laborales. Esa fue la apuesta, era un interés sin la certeza de qué pasaría”, dice a Forbes Chile.

En la universidad fue descubriendo que el cine documental era lo que realmente le hacía sentido y que había historias de la realidad que eran mejores que la ficción. “Hay tantas historias que

contar, tantas experiencias que compartir y tantas temáticas sociales a las que darles visibilidad. Entendí el cine como una herramienta de regalar imágenes a problemas sociales que a veces no vemos”, resalta.

La directora es muy consciente de que, para vivir del cine siendo de Latinoamérica, se necesita el financiamiento extranjero y trabajar fuera de la región. Y ahí subraya que los Gobiernos locales tienen todavía deudas grandes con la cultura porque, de lo contrario, no se puede construir una industria cinematográfica de manera sólida y constante.

No le gusta mucho usar la palabra “suerte”, pero sí, reconoce que ha tenido un poco de suerte. Alberdi ha trabajado intensamente junto a un equipo y, con cada película, ha dado un paso más en la industria del cine internacional, pero tuvo que construir y recurrir a redes fuera de Chile para lograr el financiamiento que necesitaba. “Entonces sí, me considero con suerte de haber logrado establecer esas redes internacionales para crear cine desde Latinoamérica”.

Alberdi ha participado en la realización de más de diez producciones

cinematográficas y ha sido reconocida internacionalmente por sus documentales *LA ONCE*, nominado al premio Goya a la mejor película iberoamericana; y *LOS NIÑOS*, por la que obtuvo el premio a la mejor dirección femenina documental en el Festival Internacional de Cine Documental de Ámsterdam, el más importante del mundo en su género.

EL AGENTE TOPO fue nominado al premio Óscar al mejor largometraje documental y al premio Goya a la mejor película iberoamericana; y *LA MEMORIA INFINITA* estuvo nominado al premio Óscar al mejor largometraje documental y resultó ganador del premio Goya a la mejor película iberoamericana.

“Lo que más valoro de eso es que a mí me regale la posibilidad de seguir filmando mi estilo de películas, porque, con lo que me gusta hacer y la forma en la que a mí me gusta hacerlas, he logrado esos premios y las nominaciones. No tengo que transar en mi estilo y en mi forma, sino que desde mi forma creativa puedo llegar”, indica la cineasta, que asegura ver hoy una industria de cine más diversa.

Los 50 chilenos + creativos 2024



CARI LETELIER

Astrofotógrafa

“CHILE ESTÁ RETOMANDO, POCO A POCO, SU AGENDA PARA PROMOVER EL ASTROTURISMO”

LA ASTROFOTÓGRAFA, CUYO TRABAJO HA SIDO RECONOCIDO POR LA NASA, CONSIDERA QUE LA ASTRONOMÍA REQUIERE SER PROMOVIDA EN TODOS LOS NIVELES EDUCATIVOS DE CHILE. HOY ESTÁ ENFOCADA EN ORGANIZAR MÁS EXPEDICIONES PARA CONOCER ISLANDIA Y CHILE DESDE UNA PERSPECTIVA FOTOGRÁFICA.

Por muchos años, a Cari Letelier le gustó la fotografía como a millones de personas alrededor del mundo. Sin embargo, su interés se aceleró cuando descubrió la astrofotografía, un oficio que, como ella misma lo describe, es el punto de encuentro entre la ciencia y el arte. Seguir el camino de esta pasión sucedió luego de haber estudiado Ingeniería Civil Industrial, una Maestría en Ciencias e, incluso, un Graduate Certificate in Global Logistics & Supply Chain Management en el MIT. 2017 fue el año en que tomó su primera astrofotografía (un conjunto de estrellas en el Cajón del Maipo). Así empezó a cerrarse el capítulo de su vida como ingeniera y empezó a nacer el de astrofotógrafa.

“Dicen que una vez ingeniera, siempre ingeniera. Creo que sigo razonando, en muchos sentidos, como una ingeniera. Sin embargo, cuando ejercía como tal, en paralelo, tenía esta nueva pasión [la astrofotografía] que me devoraba la cabeza cada día más y más. Llegó un punto donde mi cabeza ya no dejaba espacio para nada más. Se me empezó a hacer complicado concentrarme en el trabajo y dedicar tiempo para cualquier otra cosa. Solo me sentía feliz haciendo fotografía, hablando de astronomía, procesando fotos, enseñando del tema. La fotografía, junto a la astronomía, eran dos temáticas que para mí caminaban juntas y en paralelo. Por eso, tras un año de estudio autodidacta intensivo, decidí dedicarme a tiempo completo [a la astrofotografía]”, comenta Cari Letelier.

Desde que su carrera profesional dio ese giro en 2018 han pasado muchas cosas y una de las más importantes sucedió el 27 de marzo de 2023. En esa fecha, una sus fotos tomadas en Islandia, donde se aprecia una aurora boreal, obtuvo el reconocimiento de Imagen Astronómica del Día (APOD, por sus siglas en inglés) de la NASA. “Fue un hito para mi carrera como astrofotógrafa muy importante, ya que mi propósito va más allá de solo capturar aquellos fotones en una linda composición. [También implica] divulgar, enseñar, informar a través de una fotografía y representar a las mujeres astrofotógrafas chilenas y latinas. Si bien no somos muchas, podemos conseguir resultados trascendentes, inspirar y alcanzar metas que parecían imposibles”, señala la



astrofotógrafa chilena.

Letelier señala que el interés en Chile por la astronomía se está recuperando. “Chile está retomando, poco a poco, una agenda que solía tener antes de la pandemia para promover el astroturismo, una de las principales vías de promoción de la astronomía. Pero, además, creo que falta robustecer el apoyo en

los distintos niveles educativos sobre la materia, aprovechando el hecho de que Chile albergará más del 70% de la capacidad astronómica mundial [en 2027]”, afirma.

Letelier está actualmente enfocada en realizar más expediciones grupales en Islandia para conocer ese país desde una visión fotográfica. “En paralelo,

estará abriendo nuevas expediciones en Chile, enfocadas en el área de la astrofotografía, pero también acompañada de expertos en otras áreas de la fotografía para ofrecer experiencias mucho más ricas en diversidad de especialidades, en lugares icónicos y en otros que son joyitas no tan conocidas en el norte y el sur del país”, destaca.



FOTO: INDAP

RAQUEL AGUILAR
Artesana textil

Aguilar trabaja con fibra de la planta trepadora quilineja y con sus obras ha logrado reconocimientos como el Sello de Excelencia a la Artesanía de Chile. Fue una de las artesanas participantes en la feria Révélations París. Con su arte, Aguilar representa flores, aves, caracolas, ballenas y seres mitológicos.



FOTO: EFE

ISABEL ALLENDE
Escritora

Es la escritora viva en español más leída del mundo. Nacida en 1942, en Perú, Allende pasó su infancia en Chile y vivió en varios lugares su adolescencia y juventud, incluyendo Venezuela. La venta total de sus obras literarias (cerca de 30) alcanza los 73 millones de ejemplares y estas han sido traducidas a 42 idiomas. Recibió el Premio Nacional de Literatura de Chile en 2010 y desde 2004 es miembro de la Academia Estadounidense de las Artes y las Letras.



FOTO: RODOLFO JARA / FORBES CHILE

IGNACIA ANTONIA
Creadora de contenido

A sus 22 años, es la influencer más seguida de Chile con más de 40 millones de seguidores en redes (entre TikTok, Instagram y YouTube). También es empresaria, ha lanzado su línea de maquillaje junto a la marca Etienne, tiene cuatro libros publicados y su propia agencia para promocionar a otras influencers y cantantes. El año pasado debutó en el cine dirigida por Boris Quercia en la primera película navideña chilena: UN LIKE DE NAVIDAD.



FOTO: LINKEDIN

CECILIA ACEVEDO
Artista textil

Acevedo, quien estudió kinesiología en la Universidad Santo Tomás Talca, realiza obras de fibra con la técnica *croch paiting*, con las que busca agitar y despertar emociones profundas. El año pasado fue seleccionada para participar en la Bienal de Florencia y este año recibió el Premio Internacional Botticelli, de la Fundación Effetto Arte, y el premio internacional Leonardo Da Vinci.



FOTO: UC

ALEJANDRO ARAVENA
Arquitecto

Aravena ganó en 2016 el Premio Pritzker, el más destacado en arquitectura. Estudió en la Pontificia Universidad Católica de Chile y tiene un postgrado en el Instituto Universitario de Arquitectura en Venecia. Su obra arquitectónica incluye el diseño y la construcción de centros de enseñanza, edificios institucionales, oficinas, plantas de empresas, sedes de servicios públicos, museos, bibliotecas y viviendas.



FOTO: AMBROSIA.CL

CAROLINA BAZÁN
Chef

Nombrada la mejor chef de América Latina, Bazán lidera desde el 2013 la cocina del restaurante Ambrosía, que ella misma fundó junto a su madre diez años antes. El restaurante es un habitual en la lista de los mejores restaurantes de América Latina y se situó en el puesto 91 de la última edición. Además de Ambrosía, Bazán cuenta con otras dos marcas gastronómicas: Ambrosía Bistró y la sanguchería Hops.



FOTO: ACERVO BENJAMIN BRIONES

BENJAMÍN BRIONES

Fotógrafo

Briones tiene un gran reconocimiento por la creación de paisajes surrealistas mediante la técnica del fotomontaje digital. En 2022, se convirtió en el primer chileno y sudamericano en ganar el premio al fotógrafo del año en el concurso The International Landscape Photographer of the Year. Durante 2024, en el marco del Día Mundial del Arte, Briones presentó en Chile su exposición SILENCIO ABIERTO.



FOTO: MARCO BORRELLI

PAOLO BORTOLAMEOLLI

Director de orquesta

El músico chileno-italiano estudió piano en la Universidad Católica, dirección orquestal en la Universidad de Chile y tiene un máster en Música en Yale School of Music. Es el director musical de la Orquesta Sinfónica Nacional Esperanza Azteca (en México) y director de orquesta asociado de la Filarmónica de Los Ángeles. Ha debutado en numerosas organizaciones sinfónicas internacionales y ha logrado cuatro premios del Círculo de Críticos de Chile.



CRÉDITO: BBDO CHILE

FRANCISCO CAVADA Y ÁLVARO BECKER

Directores generales creativos e BBDO Chile

Los publicistas dirigen el área creativa de una de las agencias más importantes de Chile. En los Effie Awards Chile 2023, BBDO Chile se llevó el Gran Effie, el premio mayor del evento, por el caso "Among Us de Super Pollo" y el premio a la agencia del año por cuarta vez. En el Festival Internacional de Creatividad de Cannes Lions, su firma obtuvo dos leones en la categoría print.



FOTO: ACERVO MARÍA CORNEJO

MARÍA CORNEJO

Diseñadora de moda

Cornejo, afincada en Nueva York, estudió moda en el Revensbourne College of Design and Communication en Londres, donde lanzó la marcha Richmond Cornejo. Tras trabajar para otras firmas, lanzó su marca de moda de lujo sostenible Zero + María Cornejo en Nueva York. En el 2023, fue reconocida con el premio a la trayectoria del Council of Fashion Designers of America, conocido como el Óscar de la moda.



FOTO: PERFIL X

HUGO COVARRUBIAS

Cineasta y director de animación

Fue director y coescritor del cortometraje animado BESTIA, una cinta que compitió en la categoría mejor cortometraje animado de los Premios Óscar 2022. Previamente, esa misma cinta había ganado los Annie Awards en la categoría de mejor cortometraje. En 2022, BESTIA también obtuvo los galardones a mejor cortometraje y mejor desarrollo visual en los Premios Quirino, que se realizaron en Tenerife.



CRÉDITO: CARLOS FIGUEROA ROJAS

CAMI

Cantante

Camila Anastasia Gallardo Montalva, cuyo nombre artístico es Cami, cuenta con tres álbumes y sus canciones han sido escuchadas millones de veces en Spotify. En 2023, la artista fue nominada a los Latin Grammy en la categoría mejor canción alternativa. El año anterior, su disco MONSTRUO fue nominado a los Grammy Awards 2022 a mejor álbum latino de rock o alternativo.



FOTO: UNIVERSIDAD DE CHILE

FRANCISCO GAZITÚA
Escultor

El escultor dejó la carrera de Filosofía para adentrarse en el mundo de las Bellas Artes en la Universidad de Chile y luego estudió Escultura Avanzada en la Saint Martin's School of Art en Londres. Las obras del artista –con materiales locales, maderas y piedras– están presentes en calles y plazas chilenas y del extranjero. En 2021, Gazitúa recibió el Premio Nacional de Artes Plásticas. Es el autor de la escultura de los Juegos Panamericanos.



FOTO: RODRIGO FERNÁNDEZ

CARLA GUELFBENIN
Escritora

Esta escritora chilena se exilió con sus padres en Inglaterra, en 1976, como consecuencia del golpe de Estado y la detención de su madre, Eliana Dobry, profesora de Filosofía de la Universidad de Chile y militante socialista. Guelfenbein estudió Biología en la Universidad de Essex y Diseño en St. Martin's School of Art. Regresó a Chile en 1987. La escritora ha publicado ocho novelas. La más reciente es LA NATURALEZA DEL DESEO, que fue lanzada en 2022.



FOTO: UNTREF

VOLUSPA JARPA
Artista visual

Licenciada en Arte por la Universidad de Chile, Jarpa ha expuesto su trabajo artístico en numerosas bienales en América, Europa y Asia. Una de las más recientes fue la de Venecia de 2019, en la que representó a Chile. A través de sus obras, la artista, que ha sido docente en casas de estudio chilenas, aborda diferentes temas políticos.



FOTO: JUANA GÓMEZ

BENJAMÍN LABATUT
Escritor

Nacido en Países Bajos, Labatut se mudó a Chile con 14 años y estudió Periodismo en la PUCC. Su primer libro LA ANTÁRTICA EMPIEZA AQUÍ ganó el Premio Caza de las Letras y el Premio Municipal de Santiago y su obra UN VERDOR TERRIBLE fue reconocida con el último de estos premios y el Premio Galileo y fue finalista en el International Booker Prize y el National Book Award for Translated Literature. Su última obra MANIAC ha sido reconocida por la crítica internacional.



FOTO: IG MONLAFERTE

MON LAFERTE
Cantante

Es la artista chilena más nominada a los Latin Grammy –14 ocasiones– y la cantante con mayor número de ventas en la era digital de Chile y de Latinoamérica, con más de 1,5 millones de copias digitales de sus ocho álbumes. En el 2022, recibió su segunda nominación a los Grammy 2023 en la categoría mejor álbum de rock latino o alternativo. Ha ganado cuatro Latin Grammy. Este año estrenará su primer documental biográfico, MON LAFERTE, TE AMO, en Netflix.



FOTO: WIKIPEDIA

PABLO LARRAÍN
Director y guionista de cine

Larraín es uno de los cineastas chilenos de mayor alcance internacional y ha dirigido diversas películas y series para Hollywood. Su película EL CLUB recibió el Oso de Plata en la Berlinale y fue nominada a los Globos de Oro en la categoría de mejor película de habla no inglesa. Una de sus últimas películas, EL CONDE ganó el premio al mejor guión en el festival de Cine de Venecia y estuvo nominada al Óscar en la categoría de mejor fotografía.



FOTO: ACERVO SAIKOMIC

SAIKOMIC

Mangaka

Elvis Yonathan Garrido, conocido como Saikomic, es uno de los principales referentes del manga en Chile. El mangaka (creador de un manga) hizo historia en 2020 al ganar el Premio Tezuka de SHONEN JUMP, la revista de manga más importante del mundo. Desde ese entonces, su trabajo ha ganado una enorme notoriedad y diversas editoriales, como Penguin Random House, el área de cómics de Planeta, lo han publicado y distribuido en Chile.



FOTO: SERNATUR ARAUCANÍA

EGON MUÑOZ

Artesano

Muñoz es un experimentado artesano enfocado en la creación de piezas a base de madera. Su trabajo fue seleccionado en el Festival Internacional de Artesanía de Cuenca en Ecuador y en la Bienal de Artesanía Contemporánea Revelations en París. En 2023, fue seleccionado para representar a Chile en Révélations, la bienal de artesanía más importante de Europa y una de las más relevantes del mundo.



FOTO: MAXIMILIAN BUHN

SEBASTIÁN LELIO WATT

Director y guionista de cine

Lelio dejó el periodismo para estudiar cine en la Escuela de Cine en la Universidad ARCIS y ha dedicado su carrera profesional a esta industria como director y guionista de películas y cortometrajes. Su largometraje GLORIA cosechó premios en certámenes europeos y UNA MUJER FANTÁSTICA ganó el Oscar a la mejor película de habla no inglesa y el Goya a la mejor película iberoamericana. Su próximo proyecto por estrenarse es el musical LA OLA.



FOTO: ACERVO CRIS MIRANDA

CRIS MIRANDA

Diseñador

Miranda es un diseñador de moda e ilustrador chileno cuyo trabajo se enfoca en la sostenibilidad, creando sus piezas con una perspectiva amigable con el medio ambiente y su relación con las personas. Entre sus obras destacan sus tres colecciones de vestuario *all-gender*, el diseño de uniformes para la cadena de hoteles Mandarin Oriental en Santiago y su participación en el concurso Redress Design Award de Hong Kong, donde obtuvo el Premio del Público.



FOTO: ACERVO AMANCAY NAHUEL PAN

AMANCAY NAHUEL PAN

Dibujante y escritor de cómics

Nahuelpan estudió Diseño de Interiores pero acabó dedicando su vida profesional a la creación de cómics, cumpliendo su sueño. Entre sus obras figura CLANDESTINO, en la que mezcla la historia política del continente latinoamericano con la imaginación, según la editorial Planeta. Desde el 2017 trabaja en la conocida editorial estadounidense DC Comics.



FOTO: ACERVO FRANCISCO NEGRONI

FRANCISCO NEGRONI

Fotógrafo

Negroni obtuvo el reconocimiento London Photography Awards 2023 gracias a una imagen que capturó del volcán Villarrica, uno de los más activos de Sudamérica. En 2018, gracias a una foto de la erupción del volcán Calbuco, el chileno obtuvo el premio italiano Siena International Photo Awards en la categoría belleza natural.



FOTO: ACERVO JUAN CARLOS ORELLANA

JUAN CARLOS ORELLANA
Artesano

Si bien empezó desarrollando obras en madera, Orellana ha dedicado buena parte de su carrera a la técnica del cobre, con el que realiza objetos que representan microorganismos marinos y fósiles. El artesano recibió en tres ocasiones el Sello Excelencia Artesanía Chile y el año pasado representó a Chile en Révelations París, considerada la bienal de artesanía más importante del mundo.



FOTO: ACERVO RAFAEL PABÓN

RAFAEL PABÓN
Executive creative director en WILD FI Chile

Publicista con más de quince años de experiencia y que desde hace poco más de un año se unió al equipo de WILD FI Chile. Justamente, esta agencia independiente, de la mano de Unicef, ganó el Gran Premio Bien Público del Festival ACHAP 2023, el evento de creatividad más importante del país. En ese mismo festival, WILD FI Chile, que ha ganado un importante protagonismo según medios especializados durante el último año, ganó otros seis galardones más: dosoros y cuatro platas.



FOTO: DE WARKOHLIC - WIKIMEDIA

JUANITA PARRA
Baterista

Parra es la baterista del grupo de rock Los Jaivas, con 60 años de trayectoria y en el que también fue baterista su padre Gabriel Parra. La música, que forma parte del grupo desde hace más de tres décadas, tocó la batería en la inauguración de los Juegos Panamericanos en Santiago y es un referente entre las mujeres músicas de la región. La banda es una habitual en la industria del rock latinoamericana y realiza conciertos a lo largo de la región.



FOTO: ARCHIVO FORBES

PEDRO PASCAL
Actor

José Pedro Balmaceda Pascal es un conocido actor y director teatral nacido en Chile, en 1975, aunque residiendo en Estados Unidos. Estudió arte dramático en la Orange County High School of the Arts y la Tisch School of the Arts de la Universidad de Nueva York. En 2024, ganó los Screen Actors Guild Awards en la categoría de mejor actor de televisión - drama, por su papel en la popular serie THE LAST OF US.



FOTO: ACERVO TERESA PANEQUE

TERESA PANEQUE
Astrónoma, divulgadora científica y creadora de contenidos

Como astrónoma, Paneque ha investigado la distribución y condiciones físicas de moléculas en discos protoplanetarios. También es una de las principales creadoras de contenido científico de Chile y Sudamérica. Tiene más de un millón de seguidores en redes sociales, tres libros publicados sobre astronomía y colabora con Unicef para promover la ciencia y educación entre infantes.



FOTO: ACERVO CYNTHIA RIMSKY

CYNTHIA RIMSKY
Escritora

YOMURI, su más reciente libro, fue distinguido por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile con el premio a la mejor obra literaria 2023. Rimsky ha publicado otros libros relevantes, como POSTE RESTANTE, RAMAL, LA REVOLUCIÓN DEL DEDO, LOS PERPLEJOS Y EL FUTURO ES UN LUGAR EXTRAÑO (obra ganadora del Premio Municipal de Literatura de Santiago y del Premio Mejores Obras Literarias).



FOTO: ACERVO PAULA RIVAS

PAULA RIVAS

Cantante de cumbia

Esta cantante chilena nació en Santiago, en 1983, y pasó su infancia en La Pintana, una de las comunas más populares de Chile. En el 2014, se tituló como licenciada en Música. Participó en el programa de televisión ROJO FAMA CONTRAFAMA y, tras este, lanzó carrera, publicando seis discos de cumbia romántica y acumulando más de 60 millones de reproducciones en las redes sociales. Es ganadora de dos premios Pulsar, como mejor artista tropical y artista del público.



FOTO: COLEGIO DE ARQUITECTOS DE CHILE

JUAN SABBAGH

Arquitecto

Sabbagh fue ganador del Premio Nacional de Arquitectura en 2002 y ha sido distinguido con la Medalla AOA 2023. Estudió Arquitectura en la Universidad de Chile, donde actualmente es académico en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Entre sus obras destacan la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile y edificios de Correos de Chile. Sus obras han sido publicadas en libros, revistas nacionales y extranjeras, y ha participado en diversas bienales de arquitectura.



FOTO: IG SECO SANCHEZ

JONATHAN 'SECO' SÁNCHEZ

Artista urbano y muralista

Sánchez nació en Viña del Mar y desde muy pequeño decidió incursionar en el mundo de los grafitis, después de ver escenas con dibujos y murales en películas de hip hop. En sus obras usa técnicas diversas, pero en general utiliza spray y aerografía y le gusta mezclar el realismo con el arte figurativo. Sus obras destacan en La Calera y en diferentes ciudades de Chile. El artista recibió el Premio Regional de las Culturas en 2023.



FOTO: ACERVO JOSE IGNACIO SOLARI

JOSÉ IGNACIO SOLARI

Presidente y *chief creative officer* de DDB Chile

Trabaja en DDB Chile desde 2022. Bajo su liderazgo, la agencia ganó dos premios en los Effie Awards Latin America: un bronce en la categoría impacto positivo-bien social-marcas y un oro en la categoría marketing estacional. DDB Chile también ganó ocho premios en el Festival ACHAP 2023: un bronce, dos platas, dos oros, 2 Grand Prix y un Premio País.



FOTO: ACERVO RITA SOTO

RITA SOTO

Artesana

Es artista, diseñadora y artesana. Estudió Diseño Industrial en la Universidad Tecnológica Metropolitana y Gestión Cultural en la Universidad de Chile. En el 2012 incursionó en el oficio de la joyería y diez años después formó la Escuela de Joyería LAJOIA. Ha trabajado en colaboraciones de diversos proyectos de arte y diseño. Es una de las cinco artesanas que representó a Chile en la Bienal Révélations 2023, en París.



FOTO: FLICKR CASA AMERICA

ALIA TRABUCCO
Escritora

Gracias a su libro *DESCARO*, Trabucco ganó el Premio de Literatura Eccles Centre & Hay Festival, reconocimiento otorgado a dos autores que tengan un libro por publicar relativo a las Américas. Su novela *LA RESTA* obtuvo el premio nacional a las mejores obras literarias y su obra *LIMPIA* fue ganadora de los Premios Literarios en la categoría de novelas inéditas.



FOTO: MARITZA RÍOS

ANA TIJOUX
Cantante de hip hop

Siendo niña, Tijoux se adentró en el mundo del hip hop como bailarina, pero después se convirtió en cantante. Saltó a la fama en 2010, con la canción *1977* y en sus canciones afloran las demandas sociales y la lucha de género. Fue elegida la mejor rapera en español por Rolling Stones y en 2023 fue nombrada como la tercera mejor rapera en español por la revista Billboard.



CRÉDITO: ADLATINAZ

RAIMUNDO UNDURRAGA
Chief creative officer de VML Chile

Undurruga lidera el área creativa de la operación local de una de las agencias de publicidad más grandes del mundo, que ganó en 2023 un León de Plata en la categoría Health & Wellness Lions y un León de Bronce en Brand Experience & Activation Lions en el Festival Internacional de Creatividad de Cannes Lions. VML Chile también ganó cuatro premios en la edición del año pasado de los Effie Awards Chile (un oro y tres bronce).



FOTO: @NACHOSEVERIN

ALEJANDRA URRUTIA
Directora de la Orquesta de Cámara del Teatro Municipal de Santiago

Estudió en Estados Unidos y, en 2018, se convirtió en la primera mujer a cargo de liderar la Orquesta de Cámara Municipal de Santiago de Chile. En 2020, ganó el premio Sociedad Mahler y el Special Prize de Only Stage International Conducting Competition de Reino Unido en 2021.



FOTO: RODOLFO JARA / FORBES CHILE

FRANCISCA VALENZUELA
Cantante

Valenzuela tiene más de dos décadas en la escena musical chilena y latinoamericana. Ha lanzado cinco álbumes de estudio. Su tema *¿Dónde se llora cuando se llora?*, junto a Francisco Victoria, estuvo nominado en la categoría mejor canción pop rock de los Latin Grammy 2023. En 2024, la cantante participó en dos fechas del Festival de Viña del Mar, evento en el que debutó por primera vez en el 2013.



FOTO: RODOLFO JARA / FORBES CHILE

GUIDO VERA

Diseñador de moda

Vera ha destacado por su propuesta de moda sostenible. El uso de materiales innovadores (como telas veganas), sumado al concepto de sus prendas, lo ha hecho resaltar en el mercado chileno y latinoamericano de la moda. Se formó en la Saint Martin's School of Art en Londres. Vera hoy vive en Santiago y su trabajo ya ha sido expuesto en diferentes pasarelas europeas.



FOTO: GETTY IMAGES

CECILIA VICUÑA

Poeta y artista

Vicuña es una de las artistas visuales más reputadas del país, con exposiciones en los museos Guggenheim de Nueva York y el Tate Modern de Londres. En 2023, la Universidad de Chile la distinguió como doctor *honoris causa* y la Academia de las Artes y las Letras de EE. UU. la nombró miembro honorario extranjero. En 2022, recibió el León de Oro por su trayectoria en la Bienal de Venecia.



FOTO: IG PALACIOS WHITMAN

SYLVIA PALACIOS WHITMAN

Artista

Palacios Whitman estudió pintura y escultura en la Escuela de Bellas Artes de la Universidad de Chile, pero ha desarrollado buena parte de su carrera como artista visual y de performance en Estados Unidos. Su muestra TRAZAR UNA LÍNEA CON EL CUERPO se expuso en la Americas Society en Nueva York, lo que convirtió a la artista en la primera chilena con una exposición individual en Estados Unidos.



FOTO: INSTITUTO CERVANTES DE TOKIO

ALEJANDRO ZAMBRA

Escritor

Alejandro Zambra inició su carrera literaria como poeta. Su primer poemario, *BAHÍA INÚTIL*, fue publicado en 1998. Estudió Literatura Hispánica en la Universidad de Chile e hizo un doctorado en Literatura en la Universidad Católica. Sus libros han sido traducidos a alrededor de 20 idiomas y algunos de sus cuentos han sido publicados en revistas como *The New Yorker*, *The Paris Review* y *Harper's Bazaar*.



FOTO: RODOLFO JARA / FORBES CHILE

CAZÚ ZEGERS

Arquitecta

Arquitecta por la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Zegers es una de las arquitectas latinoamericanas más renombradas. Es directora y fundadora del Estudio Cazú Zegers y ha ganado premios como el Grand Prix de Versailles y el Gran Premio Latinoamericano de Arquitectura. Zegers ha sido una de las pioneras en el país en incorporar el pensamiento sustentable a sus proyectos.

Por Cristian Aranguiz

ECONOMÍA CIRCULAR

EL PASO FIRME DE CHILE HACIA LA SOSTENIBILIDAD

CHILE HOY ES UNO DE LOS PAÍSES CON MÁS NORMATIVAS QUE EMPUJAN CAMBIOS PRODUCTIVOS SUSTENTABLES DENTRO DE LAS EMPRESAS. CON UNA RUTA CLARA Y UNA FUERTE COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA, HOY SE MULTIPLICAN LAS EMPRESAS CON CASOS DE ÉXITO. A PESAR DE LO AVANZADO, SIN EMBARGO, AÚN FALTA CAMINO POR RECORRER.

La Fundación Ellen MacArthur, en su informe “Towards a Circular Economy: Business Rationale for an Accelerated Transition”, asegura que la economía circular es restaurativa y regenerativa por diseño; busca mantener los productos, componentes y materiales en su utilidad y valor máximos todo el tiempo y propone un cambio de modelo productivo para enfrentar los desafíos ambientales y económicos de hoy. Y Chile, al parecer, ha asumido el reto de migrar a este modelo.

A nivel local, en lo que respecta al marco regulatorio, existen ya iniciativas en torno a la economía circular. Entre

ellas, sobresale la Ley 20.920: Ley Marco para la Gestión de Residuos, la Responsabilidad Extendida al Productor y Fomento al Reciclaje, más conocida como Ley REP, que fomenta el reciclaje para reducir la generación de residuos y así proteger la salud de las personas y el medio ambiente. Además, se está llevando a cabo la actualización de la Hoja de Ruta para un Chile Circular al 2040 y de la Ley 21.368, que regula la entrega de plásticos de un solo uso y las botellas plásticas y que conlleva que los fabricantes, importadores y/o distribuidores de productos tengan la responsabilidad de manejar los residuos de sus productos al final de su vida útil.





XXXXXX



“La economía circular y su impulso en el desarrollo económico de nuestro país es un eje clave del actual gobierno. Su implantación ha requerido una coordinación del sector público y privado”, explica **Javiera Petersen**, subsecretaria de Economía del Gobierno de Chile. Para la exconsultora del Banco Mundial, todas estas normas generarán los incentivos adecuados para impulsar los cambios tecnológicos en economía circular, orientados hacia un desarrollo productivo sostenible, aprovechando oportunidades de inversión, desarrollo I+D y la creación de nuevos puestos de empleo.

Así también lo ve **Karien Volker**, subgerente de Economía Circular de la Fundación Chile, uno de los actores privados más importantes en esta alianza público-privada. Volker

comenta que, a partir de este marco de acción, el país ha ido progresando en la adopción de este nuevo enfoque de producción y consumo, destacando progresos como la Ley REP para neumáticos, envases y embalajes, la instalación de modelos de reúso como las botellas retornables, la incorporación de material reciclado en la manufactura de nuevos productos y una mayor cantidad de puntos limpios y verdes para una correcta gestión y valorización de diferentes tipos de residuos.

Por otro lado, el Foro Económico Mundial, en una publicación junto a la fundación **Ellen MacArthur**, estimó que la economía circular puede significar ahorros de hasta 1 billón de dólares para el 2030 para quienes la integren dentro de sus procesos productivos.

MÁS INTEGRACIÓN, MÁS SUSTENTABILIDAD

Cambiar modelos de negocios que hasta hoy han sido exitosos no es fácil; por ello, hay algunas empresas que llevan la delantera.

Viña Concha & Toro explicó a **Forbes Chile** que el 98% de sus residuos cuenta con alternativas de valorización, las cuales se destinan a reciclaje o reutilización, y el 95% de la generación de residuos corresponde a residuos orgánicos, que se destinan mayoritariamente a compostaje para enmienda orgánica.

En la misma línea, **Cervecería Kunstmann** comenzó en 2016 un desafiante camino centrado en impulsar una gestión operacional enfocada en tres conceptos clave: equilibrio

hídrico, desafío climático y vocación circular. Mediante la implementación de buenas prácticas y proyectos de inversión, la compañía ha logrado reducir por litro de cerveza envasada el consumo de agua utilizada en la elaboración de productos y en los procesos auxiliares, así como la huella de carbono con un uso eficiente de la energía (eléctrica y térmica), con menores pérdidas *end-to-end* y un menor uso de vidrio no retornable.

Otro caso destacado en Chile es Aceros AZA, la principal empresa fabricante de productos de acero a partir del reciclaje de chatarra ferrosa en el país. Su proceso comienza con la recolección y procesamiento de chatarra, apoyado por una red de la cual el 90% corresponde a recicladores de base. Este material es fundido para elaborar uno de los aceros con la huella de carbono más baja de la industria a nivel mundial, afirma Julio Manterola, jefe de Comunicaciones y Sostenibilidad de la compañía.

Ante la integración anterior de procesos de economía circular en el mundo privado, la subsecretaria de Economía asegura que esta representa grandes oportunidades para la inversión en tecnología e infraestructura para un desarrollo productivo sostenible, ya que con su implementación existirá un volumen relevante de manufactura, energía, combustibles e insumos productivos producidos en el país a partir de residuos domiciliarios e industriales que hoy significan grandes pasivos ambientales.

CERRAR EL CÍRCULO

Si bien los esfuerzos son notorios a nivel local, aún queda camino por recorrer en la migración a un modelo de economía circular a nivel local.

“La economía circular en Chile todavía no es tan transversal”, afirma Andrea Cifuentes, gerente de Economía Circular de Kyklos (la empresa tipo B más importante del país). Para

la ejecutiva, este tipo de procesos se ha fomentado principalmente a través del reciclaje; sin embargo, no existe una política general que impulse la economía circular en todos sus ámbitos.

Una opinión parecida tiene Alex Godoy, actual director del Centro de Investigación en Sostenibilidad de la Facultad de Ingeniería de la Universidad del Desarrollo en Chile y académico del Centro Weatherhead para Asuntos Internacionales de la Universidad de Harvard, quien asegura que a la regulación chilena le falta “cerrar el círculo”; es decir, la regulación debería hacerse cargo de la vida posterior al reciclaje de los residuos.

El académico indica que los procesos de economía circular implican un cambio de paradigma en torno al modelo de negocio y, además, al consumo de las personas.

Por otro lado, Paula Rojas, directora de la carrera de Ingeniería Civil Mecánica de la Facultad de Ingeniería y Ciencias de la Universidad Adolfo

Ibáñez (UAI), apunta que los desafíos en el sector privado abren también nuevas posibilidades “para innovar, mejorar la eficiencia y la competitividad, y responder a las demandas crecientes de los consumidores por productos más sostenibles”.

La economía circular representa grandes oportunidades para la inversión en tecnología e infraestructura, más investigación, desarrollo e innovación en tecnologías limpias, procesos de reciclaje y diseño de productos sostenibles para un desarrollo productivo sostenible, afirma Daniel Váldez, director de Desarrollo de Tecnologías Digitales e IA en WorkThink, empresa especializada en soluciones para grandes industrias como Codelco.

La hoja de ruta que ha trazado el Estado de Chile al 2040 se ha fijado la ambiciosa meta de reducir la generación de residuos por unidad del PIB (producto interno bruto) en un 30%. ¿Será posible cumplir este objetivo? Solo el tiempo lo dirá. **F**



Por Hugo Flores

EL CORAZÓN DE LA REVOLUCIÓN

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL YA ESTÁ PRESENTE ENTRE LAS EMPRESAS CHILENAS. EL INTERÉS SE HA GATILLADO NO SOLO POR LOS BENEFICIOS QUE PUEDEN OBTENER LOS CLIENTES DE LAS EMPRESAS QUE USAN ESTA TECNOLOGÍA, SINO POR LA OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS Y EFICIENCIAS QUE PUEDE LLEGAR A GENERAR EN LAS OPERACIONES.



FOTO ENVATO

L

a inteligencia artificial (IA) ha dejado de ser una tendencia. A nivel global, se ha vuelto casi una regla y un elemento medular a la hora de hacer negocios. De hecho, según el World Economic Forum, la implementación de IA creará alrededor de 97 millones de empleos nuevos para 2025. De acuerdo con un estudio de 2023, elaborado por NTT Data y MIT Technology Review, la adopción de la IA en empresas latinoamericanas pasó de 58% a 71% en tres años. “Estamos en un momento en el que todo aspecto de nuestras vidas es cada vez más digital. Dentro de este contexto, la IA se convertirá en una tecnología que, eventualmente, permeará todos los aspectos laborales y de la vida cotidiana”, explica Santiago Cardona, director general de Intel en Hispanoamérica.

Chile no ha sido la excepción a esa realidad. De acuerdo con un estudio del Instituto Data Science de la Universidad del Desarrollo y la Cámara Chilena Norteamericana de Comercio (AmCham Chile) presentado el año pasado, el número de empresas *insiders* (las que tienen un mayor avance en el uso de la IA para productos, procesos y servicios) aumentó en 42% de 2019 a 2022. Aunque esta data es reveladora, el avance aún se queda corto, según algunos especialistas. “La adopción ha sido lenta, incluso más lenta que en otros países de Latinoamérica y el Caribe, principalmente por dos factores. Por un lado, el *corporate* en Chile tiende a ser conservador en sus decisiones de inversión y, por otro lado, varias organizaciones aún carecen de

condiciones habilitantes básicas para implementar soluciones basadas en IA, como protocolos de ciberseguridad robustos, *datalakes* estructurados o semiestructurados, o talento humano capaz de interactuar y sostener estas soluciones”, explica Rodrigo Durán Rojas, gerente del Centro Nacional de Inteligencia Artificial.

John Atkinson, director del Magíster en Inteligencia Artificial de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), también identifica otros inconvenientes que presentan las empresas chilenas. Por un lado, señala que muchas empresas no conocen la razón verdadera por la que aplican herramientas de IA. “Dejándose llevar por la ‘moda’, muchas compañías simplemente la aplican ‘porque sí’ o simplemente por un orden ‘vertical’ de la organización”, dice el también profesor titular de la UAI. A ello se suma que algunas firmas todavía no comprenden sus propios problemas o procesos. “Muchas veces se observa a empresas implementando soluciones de IA de autoatención de clientes [al estilo de chatbots], cuando su problema es la logística que produce incumplimiento de cara al cliente final”, afirma Atkinson.

De acuerdo con Durán, más allá de los desafíos que persisten en el país, hay rubros en el mercado chileno que están muy abocados a implementar esta tecnología en sus operaciones. “Hemos visto interés en varios sectores productivos, particularmente aquellos que llevaban camino más avanzado en digitalización. Por ejemplo, en el sector financiero o de telecomunicaciones hay proyectos interesantes. Por otro lado, sectores más tradicionales, como logística o construcción, aún no avanzan pese al enorme potencial que tiene la tecnología”, comenta el especialista.

USO DE LA IA

Cardona señala que la inteligencia artificial en empresas B2B en Chile ya se utiliza para optimizar procesos

internos, gestionar relaciones con clientes empresariales, mejorar la logística y la cadena de suministro, entre otras áreas. “Por otro lado, en empresas B2C, se aprovecha para mejorar la experiencia del cliente, personalizar productos y servicios, y optimizar la interacción con los consumidores”, dice el vocero de Intel. Desde IBM también tienen datos. “Según nuestro último estudio, podemos ver que hay tres áreas donde se ve mayor utilización de la IA a nivel empresarial: la mano de obra digital (que está relacionada con la utilización de esta tecnología para optimizar y mejorar los procesos relacionados con la administración y selección de recurso humano), la automatización de procesos de TI (donde se están usando soluciones para mejorar la infraestructura tecnológica de las organizaciones) y, finalmente, destacan las soluciones de marketing y atención a clientes, donde los sistemas de inteligencia artificial pueden atender, guiar y satisfacer los requerimientos de los clientes, elevando así la sensación positiva [que tiene] la persona con una empresa”, detalla Fabrizio Carbone, gerente general & *technology leader* de IBM Chile.

Las empresas chilenas ya estarían viendo los resultados que genera la IA en sus operaciones. Un sondeo hecho por Hubspot en Chile, que se presentó a inicios de 2024 y en el que se encuestó a 250 empresarios de diversas industrias, encontró que el 95,11% de las compañías consultadas considera que el uso de herramientas de IA ha elevado sus niveles de productividad y eficiencia. “Esto subraya la creciente importancia de la IA en el tejido empresarial chileno. Asimismo, [de acuerdo con el estudio], el 58% de los encuestados cree que su empresa es adaptable a las innovaciones tecnológicas que estas herramientas [de IA] traen consigo”, detalla Juan Molano, *senior brand marketing manager Lat-Am & Iberia* de Hubspot.

El ecosistema empresarial chileno cuenta con diversos casos de organizaciones que ya han interiorizado esta tecnología. La cadena de centros comerciales Parque Arauco, por ejemplo, la usa para detectar fraudes. La empresa utiliza algoritmos de IA para analizar el comportamiento de los proveedores. “Este sistema nos posibilita predecir y prevenir posibles fraudes antes de que ocurran, lo cual ha permitido una significativa reducción de pérdidas financieras y ha fortalecido la confianza en nuestras operaciones”, dice Cristian Calcutta, gerente corporativo de Tecnología y Transformación Digital de Parque Arauco. El ejecutivo señala que, además, la empresa ha implementado proyectos de IA que analizan indicadores clave a nivel de compañía, como ventas y flujos de personas.

Otro caso interesante es el de Transelec, la principal empresa transmisora de energía eléctrica de Chile. La compañía, que ya usa alrededor del 50% de su presupuesto del portafolio de innovación en nuevas iniciativas relacionadas con inteligencia artificial, se ha enfocado en usar la IA para actividades de análisis y automatizar tareas repetitivas. Entre sus proyectos se incluye el desarrollo de una plataforma de análisis de imágenes satelitales con IA para evaluar el crecimiento de la vegetación en torno a sus líneas de transmisión. La compañía también realiza la inspección de sus líneas mediante drones y análisis de video con inteligencia artificial. “Además, estamos explotando el uso de asistentes de IA generativa en varias áreas para automatizar y mejorar la extracción y el acceso a datos e información. Todas estas innovaciones tienen por objetivo detectar anomalías, reducir los riesgos en torno a la infraestructura, realizar mantenciones oportunas y, con ello, garantizar la continuidad del servicio eléctrico a los clientes finales”, comenta Tomás Ridell, líder de Transelec Ventures.



Los expertos coinciden en que la IA puede generar relevantes oportunidades para las compañías que operan en el mercado chileno. “Vemos mejoras potenciales en procesos, como el control de gestión de inventarios usando optimización de rutas basados en ML. [También se puede mejorar] la satisfacción del cliente y la experiencia de usuario a través de asistentes inteligentes

personalizados, el mantenimiento preventivo de maquinaria pesada en minería a través de modelos de visión por computadora o el uso de ROV de navegación automatizada para el mantenimiento de redes de la industria acuícola. En resumen, el potencial de la IA es tan infinito como la creatividad humana”, concluye Rodrigo Durán, del Centro Nacional de Inteligencia Artificial. **1**

FOTO PARQUE ARAUCO



Forbes
life

MIRADA PROFUNDA

A través de su primera película, Felipe Gálvez continúa abriéndose paso hacia el reconocimiento internacional, al mismo tiempo que genera diálogos agudos sobre el pasado y el presente de Chile.

Por Manuel Grajales



OVACIÓN DE PIE



“LOS COLONOS”, LA ÓPERA PRIMA DE FELIPE GÁLVEZ, INDAGA EN LOS RESQUICIOS DE UNA COMUNIDAD CHILENA QUE HA LUCHADO POR NO PERECER EN EL OLVIDO.

Un plano abierto de impresionantes paisajes de montaña en Tierra del Fuego, Chile, muestra una cabra solitaria; la apacible imagen, casi contemplativa, es solo el preludio de un genocidio de la comunidad Selk’nam, que por mucho tiempo se quiso negar.

A inicios del siglo XX, un rico terrateniente quiere asegurar su vasta propiedad. Para ello, le pide a un temerario teniente británico, un mercenario norteamericano y un tirador mestizo iniciar una misión para eliminar a la población indígena de la isla.

Con este provocador largometraje, el cual puede insertarse en el género

western, Felipe Gálvez se presentó de manera magistral como director, al lograr que *LOS COLONOS* fuera aclamada en el Festival de Cine de Cannes, en donde obtuvo el Premio FIPRESCI "Un Certain Regard". La película también fue la candidata de Chile para representar al país en los Óscar 2024 y tuvo estreno en más de una veintena de países; asimismo, es parte del catálogo de la plataforma MUBI.

"Es mi primera película y creo que tiene una temática bien universal, porque habla de algo que sucedió en Chile y en toda Latinoamérica. Cambia el paisaje, pero los personajes son más o menos parecidos y la historia también. Refiere a cosas del pasado que todavía existen en el presente", reflexiona el director santiaguino en un encuentro con los medios.

Rodeado de un espacio interior lleno de plantas, Felipe rememora los avatares acontecidos durante los nueve años que le llevó crear esta película. Lapso en el cual, incluso, el contexto histórico cambió, puesto que a mediados de 2023 el gobierno de ese país reconoció a los Selk'nam como pueblo originario de Chile.

"Entonces, ahí cambió un poco la historia, aunque creo que se aceptó cuando ya era evidente, cuando hay películas, libros, historiadores y tanta gente mirando el tema", asegura.

Fue un artículo del periódico que encontró hace tiempo, el cual, además de referir estas matanzas en Tierra del Fuego, mostraba una fotografía de un húngaro que participó en el genocidio y se tomaba fotos con los cuerpos mutilados, lo que llevó a Felipe a casi obsesionarse con hacer una película de esa sórdida imagen.

Desde el principio supo que quería contar la historia desde el punto de vista de los cazadores: "De los que ejercen la violencia. Y señalar lo que pasa antes de llegar a esta escena [de la matanza] y qué sucede después", comenta mientras asegura que la cinta

no es tan violenta como pareciera, más bien busca generar una reflexión profunda alrededor de quienes cometieron los crímenes; también una introspección sobre quienes los pensaron y quienes decidieron ocultarlos y tomaron la decisión de tratar de borrarlos.

LOS COLONOS no pretende, así, resaltar personajes de héroes y villanos; más bien apela a que cada espectador decida quién es quién en esta historia sobre una etnia que casi se ha convertido en la imagen turística de Chile, aunque pocos saben qué sucedió exactamente con sus habitantes.

CON GANAS DE CAMBIO

El reconocimiento internacional recibido por la película tomó por sorpresa a Felipe: "No esperaba estrenarla en muchos países o que representara a Chile en el Óscar", comenta. Él no repara al asegurar que la cinta le ha dado la oportunidad de experimentar los distintos procesos involucrados en hacer cine: no solo dirigir, sino acudir a festivales o participar en la promoción de la película.

El sonado éxito también le ha significado una presión mayor para su segundo largometraje. En Chile, dice, hacer películas es como estar en un circo romano: "Si te queda bien, levantan el dedo, pero si sale mal, lo bajan y se acabó, no te financian más".

Pese a ello, Gálvez se muestra entusiasmado ante lo que podría venir en el futuro: reconoce que le gustó filmar, dirigir, viajar y acompañar a esta cinta. Sin embargo, cuando *LOS COLONOS* se presentó en Cannes, para él fue como cuando un hijo se va de la casa, de pronto comenzó a viajar a festivales y todo se volvió una vorágine. "Me dijo adiós y me abandonó. Yo también tengo ganas de pasar a lo siguiente", dice, sabedor de que las expectativas sobre su oficio como director de cine se han elevado en los últimos tiempos. **F**



"'Los colonos' es una película que habla de hechos del pasado que todavía se manifiestan en el presente".

FELIPE GÁLVEZ / DIRECTOR DE CINE



Por Manuel Grajales

ARTE AL SUR

LA ESCENA ARTÍSTICA CHILENA ENCUENTRA EN LA GEOGRAFÍA Y LA EXPLORACIÓN DE NUEVOS ESPACIOS SUS PRINCIPALES DESAFÍOS PARA TRASCENDER A NIVEL INTERNACIONAL.

A la par de la rica tradición de artistas consagrados en Chile, cada año emergen nuevas figuras que renuevan la visión cultural, desafiando los límites creativos. Sin embargo, proyectar su trabajo a escala internacional enfrenta un reto que pareciera infranqueable: la geografía de un punto equidistante al sur del mundo, que incide directamente en el costo de envío de obra a otras latitudes.

Ante esta encrucijada, la escena artística chilena no solo busca reinventarse, sino trazar caminos audaces y poco explorados que se conviertan en la firma distintiva necesaria para conquistar espacios globales.

Esto comenta el reconocido escultor Ignacio Gana, a pesar de la falta de políticas culturales e incentivos que contribuyan a la proyección del arte dentro y fuera de Chile.

Por su parte, el artista visual Felipe Riesco advierte que no se trata, únicamente, de tener talento. Para él, es necesario tener una visión más amplia sobre las posibilidades que existen más allá de aquellas que ofrecen las galerías de arte comerciales y explorar otras plataformas igual de relevantes.

A nivel de mercado, dice, siempre ha existido un grupo pequeño de mecenas en Chile. Pero ha observado



FOTO: © GABY BIANCO

con entusiasmo que cada vez hay más coleccionistas que no necesariamente tienen un gran poder adquisitivo. “En mi experiencia, hay gente muy joven comenzando a interesarse en adquirir obras de arte y empezar sus colecciones”. Esta inclinación cada vez es más evidente a nivel mundial.

Para mostrarse ante estos públicos, es vital que los artistas nacionales exploren espacios novedosos de expresión, ya que muchas veces puede convertirse en un camino azaroso el hecho de que una galería lleve el trabajo de pintores y escultores a una feria de arte. Por ello, Riesco insiste en la imperiosa necesidad de explorar otras vías para promover sus obras, como las plataformas digitales.

En ello coincide Ignacio Gana, quien asegura que, entre los desafíos principales para los creadores, están la accesibilidad a plataformas internacionales y la oportunidad de exposición fuera de Chile. “Afortunadamente, las nuevas tecnologías ayudan a traspasar las fronteras físicas para llegar con más facilidad a exhibir y tener mayor visibilidad en otros mercados”.

ENCUENTROS Y DESENCUENTROS

En este vibrante panorama, donde convergen diversas técnicas como la pintura, la escultura y el arte digital, surgen nuevos escaparates que proporcionan momentos cruciales para proponer diálogos creativos. Las ferias continúan siendo, en este sentido, una alternativa efectiva para vincular a los artistas con diferentes públicos. En un solo espacio, y durante unos pocos días, estos encuentros se erigen como núcleos de experiencias, aprendizaje y colaboración.

“El primer paso para lograr una mayor trascendencia [como artista] es mostrarse más. Por ello, es importante ser parte de ferias de arte nacionales e internacionales. Si se realiza una evolución exitosa en lo anterior, se puede aspirar a llegar al resto del mundo”,



“Ojalá todas las ferias de arte fueran transversales. Esto es reunir a talento joven, emergente y consagrado”.

CHRISTINE CLÉMENT Y BERNI GARIB / DIRECTORAS DE ART WEEK

resalta Christine Clément, curadora de arte y directora de Art Week, la cual permite a los visitantes interactuar directamente con los artistas.

Al respecto, Ignacio Gana enfatiza la oportunidad que ofrecen estos foros para fomentar la diversidad artística al exhibir una amplia gama de estilos y tendencias de vanguardia. Para él, es la mejor manera de explorar, en una misma superficie, el anhelo y el asombro de los coleccionistas, así como los discursos y matices de una esfera cultural en constante movimiento.

Berni Garib, directora de Art Week y gestora cultural, aboga por la transversalidad en las ferias, reuniendo talento joven, emergente y consagrado para ofrecer al público una experiencia variada y enriquecedora.

Las fundadoras de este encuentro han buscado que sus distintas ediciones obedezcan a dicho formato, brindando a los artistas nacionales la oportunidad de salir de sus talleres y exponer su trabajo. Garib y Clément resaltan: “La interacción del artista con el público, sin duda, aumenta la posibilidad de venta de sus obras. Nadie mejor que ellos mismos para eso, sin desconocer el importante rol del curador y los *dealers*, que puede aportar mucho a un artista”.

En Chile se celebran anualmente eventos como Art Week, Ch. Aco, FAXXI y Art Stgo, entre otras ferias.

ARTE PARA EL FUTURO

Mientras profundizan en el papel que desempeñan estos encuentros en la

escena del arte en territorio propio y la amplitud de su mirada en busca de establecer comunicación con públicos de otras regiones, tanto Felipe Riesco como Ignacio Gana comparten con **Forbes Life** sus próximos proyectos.

Ignacio Gana, escultor que divide su tiempo entre Miami y Los Ángeles, Estados Unidos, está desarrollando tres esculturas de grandes dimensiones, las cuales serán instaladas en el Design Distric, Brickell, en el edificio de St. Regis Sunny Isles, próximo a inaugurarse, así como en dos importantes hoteles de Los Ángeles.

“Sin duda, el proyecto más ambicioso que me ha tenido ocupado, durante los últimos años, es la colección de **THE GAME**: una serie de 50 obras que incluyen una decena de instalaciones, fotografías, esculturas, así como una exclusiva colección de NFT, inspirada en el deporte que recorrerá las ciudades más importantes de Estados Unidos”.

El escultor, que en el año 2017 fue elegido para ser el artista oficial de los Latin Grammy, reconoce que su obra gira alrededor de lo figurativo, con una propuesta estética siempre ligada a la belleza y sensualidad. “Es una constante búsqueda personal en torno al cambio, a la manera de ver la vida y lo que nos rodea”, resalta Gana.

TRAZOS DE INSPIRACIÓN

En tanto, el pintor hiperrealista Felipe Riesco (egresado de Florence Academy of Art, en Italia), además de haber forjado una importante trayectoria en Chile, ha expuesto su obra en distintos países del mundo.

Así define su obra: “Es a través del uso de íconos pop, como la lata de bebida o la cajetilla de cigarrillos, que me apropio de objetos, pertenecientes a la cultura de masas, para realizar una crítica al consumo desbordado, a la vez que homenajeo la estética con la que han crecido varias generaciones alrededor del mundo”.



Hiperrealismo

El distintivo en la obra de Felipe Riesco encuentra congruencia en su visión expansiva sobre el arte y su difusión a través de diversas plataformas.

Un sello característico de su trabajo pictórico es que todos los productos que plasma en los lienzos antes han sido aplastados. Esto con el fin, por un lado, de resaltar la materialidad, la luz y la sombra; y por otra parte, mostrar la imperfección de dichas cosas, exaltando, así, que todo tiene un lado positivo y otro oscuro.

Ambos artistas chilenos son una muestra de que el arte nacional puede trascender fronteras y ganar reconocimiento en el universo evolutivo del arte y sus narrativas. **F**

“El arte chileno contemporáneo ha ganado reconocimiento internacional en los últimos años, lo que ha llevado a una mayor visibilidad de los artistas locales en el ámbito global”

IGNACIO GANA / ESCULTOR


Por Forbes Staff

INVENTIVA TANGIBLE

T

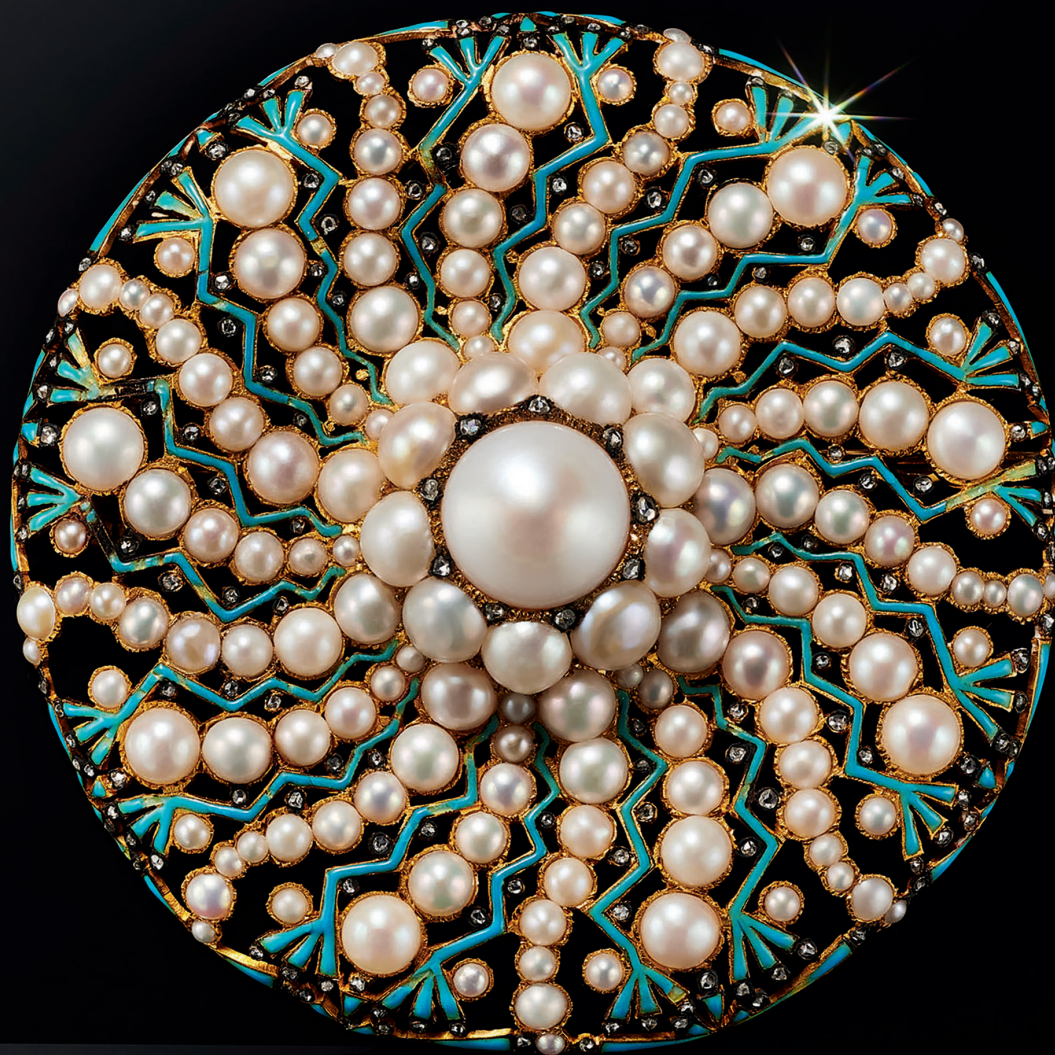
iffany aterriza en Tokio para cautivar a los amantes de la alta joyería con la exposición TIFFANY WONDER, cuya curaduría desmenuza su legado, al mostrar el trabajo artesanal y creativo involucrado en la creación de sus piezas más emblemáticas, entre ellas, el Diamante Tiffany de 128,54 quilates, que luce montado en una creación transformable inspirada en el Bird on a Rock, broche de Jean Schlumberger.

Anthony Ledru, presidente y director ejecutivo de Tiffany & Co., ahonda en el valor de una cita imperdible que aborda 187 años de historia a través de 10 salas temáticas: "La exhibición eleva la excepcional artesanía, la autoridad inigualable en diamantes y la inventiva de Tiffany. Además, llevará la alegría de la Casa a cada visitante".

TIFFANY WONDER mantendrá sus puertas abiertas hasta el próximo 23 de junio en la galería Tokyo Node, ubicada en el Toranomon Hills Station Tower. Las entradas están disponibles a través de la aplicación Tiffany & Co. 

Fascinación en una pieza

Este broche, diseñado por George Paulding Farnham para Tiffany & Co., fue exhibido originalmente en la EXPOSITION UNIVERSELLE de 1889, celebrada en París. Hoy se aloja en la sala Wonder of Origin, una de las 10 que integran la muestra TIFFANY WONDER.



Por Manuel Grajales

PRESENTE Y FUTURO DEL LUJO

LA NUEVA OPULENCIA SE FORJA COMO UN LUGAR DE AUTOEXPRESIÓN QUE SE ENTELEZA CON LA CONCIENCIA AMBIENTAL, LA AUTENTICIDAD Y LA INNOVACIÓN.

La industria contemporánea del lujo no se limita a ser mera espectadora y adopta el ritmo del *slow luxury*. Esta nueva perspectiva desafía el consumismo desenfadado en favor de un estilo de vida más consciente y equilibrado.

Con el horizonte de 2024 y más allá, una generación de consumidores jóvenes preocupados por el medio ambiente ha transformado radicalmente la manera en que se aborda la sostenibilidad en el mundo del lujo. Ya no se trata solamente de adquirir productos nuevos, sino de buscar alternativas que respeten el entorno. Según el estudio “Tendencias del lujo consciente”, de Farfetch, la demanda de productos con énfasis en lo consciente ha aumentado un 78% en los últimos años, reflejando una transformación significativa en las preferencias de los compradores.

Este cambio radical de paradigma ha conducido a las marcas y diseñadores a redefinir sus valores y prácticas comerciales. En tanto, firmas líderes, como Chopard, han abrazado “el viaje al lujo sostenible”.

Esta travesía parece ser el final de la era de la moda caracterizada por la obsolescencia programada y el desecho de recursos, mientras que la longevidad y la calidad se convierten en los pilares de una industria que mira hacia el futuro con un rostro distinto. Como resalta “The State of Fashion 2024”, informe realizado por Business of Fashion y McKinsey: “La era de la autorregulación de la industria de la moda en el tema de la sostenibilidad está llegando a su final en el mundo”.

Entonces, han comenzado a implementarse nuevas reglas en busca de reducir el impacto que este sector tiene sobre el planeta y fortalecer la economía circular.



LUIS GARVAN / HERMÈS



Exploración virtuosa

HERMÈS IN THE MAKING es un evento itinerante que permite conocer la labor artesanal de la casa francesa, entender cómo se preserva el saber hacer y el compromiso que reviste a las creaciones de largo aliento.



FOTOS: © LUIS GARVAN / HERMÈS

LA DEMANDA DE PRODUCTOS CON ÉNFASIS EN LO CONSCIENTE AUMENTÓ 78% EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, REPORTA FARFETCH EN EL INFORME ANUAL SOBRE "TENDENCIAS DEL LUJO CONSCIENTE".



OBJETOS PRECIADOS

Hermès entiende el lujo no como algo estético solamente, sino como la capacidad que tienen sus artículos suntuosos para resistir el paso del tiempo y ser heredados de generación en generación. “El lujo es un objeto que se puede reparar” es la máxima que conduce el actuar de la *maison*, al diseñar cada colección. Estas colecciones no siguen tendencias, aseguró Priscila Alexandre, directora artística de Marroquería de la firma, durante una charla que tiene lugar en la Ciudad de México como parte del proyecto “Hermès in The Making”.

Esta visión determinada obedece a que el trabajo artesanal involucrado en el arduo proceso de creación implica largos periodos de tiempo. Como resultado de ello, cuando llegan al piso de venta en una boutique, las tendencias ya cambiaron.

Además, el hecho significativo de que una prenda o artículo elaborado en piel pueda ser reparado por sus artesanos para darle nueva vida, incluso, después de 10 o 15 años de uso, es su manera de entender la sostenibilidad desde una visión distinta.

De esta manera, afirman que el valor de las piezas de lujo real está fielmente ligado a la genialidad, al diseño, la calidad de los materiales, pero, sobre todo, al afecto, al esmero, la paciencia y el tiempo implicados en su proceso de creación.

REVOLUCIÓN CIRCULAR

Fendi, por su parte, ha consolidado su enfoque circular a través de iniciativas apoyadas en la maestría de sus artesanos, como “Fendi Furever”. Esta labor incluye la remodelación y rediseño de piezas maestras con el sello de la casa, la creación de nuevas colecciones con pieles recicladas y la revitalización del icónico bolso Peekaboo.

La revolución circular también se hace presente en el mundo de la alta relojería, con marcas como Chopard



LAS SILUETAS Y LÍNEAS ATEMPORALES BUSCAN ESTABLECERSE COMO UNA FORMA DE AUTOEXPRESIÓN GENUINA EN NUEVOS TERRITORIOS CREATIVOS.

liderando el camino hacia las prácticas más éticas y responsables. Al incorporar 80% de acero reciclado en sus distintas referencias, así como oro ético, el sello de origen

suizo busca reducir significativamente la huella de carbono.

Y es que tener la mirada puesta en lo que deparan los años por venir no es opcional. “En un mercado

cada vez más saturado, las marcas deben centrarse en la creatividad y la innovación para mejorar la relevancia para los consumidores, con el objetivo final de seguir ampliando su base de clientes y, al mismo tiempo, cultivar amantes de la marca”, según establece el estudio “Long Live Luxury: Converge to Expand through Turbulence”, de Bain & Company y Altgamma.

APUESTA ESTRATÉGICA

“Long Live Luxury” también refiere que las marcas automotrices de alta gama, de hospitalidad de lujo y alta joyería fueron las ganadoras de 2023, al registrar ascensos importantes en sus ventas debido a su promesa de valor. “Hemos visto un aumento en el apetito por experiencias únicas, personalizadas y transformadoras que fomentan una ‘desconexión’ de la vida normal”. Así, las firmas citadas han respondido a ese deseo.

Centrarse en consumidores jóvenes y sus inspiraciones es estratégico para las marcas en busca de un crecimiento sostenible. El estudio destaca que los miembros de la generación Y, Z y Alpha se convertirán en los principales compradores de lujo y, en algunos años, 85% de las transacciones del segmento se realizará a iniciativa suya.

Bain & Company estima que, al 2030, la industria de alta gama experimentará un crecimiento impulsado



por sólidos fundamentos de mercado, aumentando su valor a 530,000 o 570,000 millones de euros. Es decir, 2.5 veces el tamaño del mercado del lujo al inicio de la presente década.

Mientras Estados Unidos, la Unión Europea y China marcan la pauta en esta industria, las siluetas y líneas atemporales buscan establecerse

como una forma de autoexpresión genuina en nuevos territorios creativos.

Así, el futuro es dibujado con un lujo que presta atención a las experiencias, que se conduce con cadencia y conciencia sobre la sostenibilidad y la economía circular, para la revalorización de materiales nobles y el significado de la vida. **F**



FOTOS: © FENDI / CHOPARD



SABIDURÍA RENOVADORA

CON CONCEPTOS PROGRESISTAS DE HOSPITALIDAD, FUNDADOS EN CONOCIMIENTOS ANCESTRALES DE LOS ENTORNOS QUE LOS AMPARAN, ESTOS RECINTOS PROMETEN MARCAR UN ANTES Y UN DESPUÉS DE VIAJES EN BUSCA DE AQUEL LUJO LLAMADO BIENESTAR.

En el alma de Hawái

Los astrónomos hawaianos que utilizaban la luna para guiar todos los aspectos de la vida cotidiana, conocidos como Kilolani, inspiraron la experiencia del nuevo spa en el icónico Grand Wailea Maui, A Waldorf Astoria Resort. La programación evoluciona en conjunto con el calendario lunar hawaiano y presenta tratamientos holísticos personalizados impregnados de la esencia local, ingredientes nativos y el espíritu “aloha”. Cada elemento del diseño estructural del gran Kilolani Spa ha sido pensado para preservar el patrimonio del emblemático hotel y realzar el conocimiento de un destino dotado de magia.





Conexión edificante en Japón

La ideología japonesa sobre un estilo de vida activo y con propósito es abrazada por Janu Tokyo a través de su centro de spa y wellness, el cual ocupa cuatro pisos del edificio diseñado por Pelli Clarke & Partners e interiorismo de Jean Michel Gathy de la firma Denniston. Este núcleo multidisciplinario, cuenta con una extensa célula de hidroterapia y área termal, una piscina cubierta de 25 metros y otra climatizada de relajación; así como espacios tanto para entrenamientos funcionales como para practicar la autoconciencia y el movimiento fluido.



Mística mexicana

Adentrarse en el cenote de SANA Spa, recreado con pulcritud, es esencial para emprender una travesía inicial de purificación que involucra calor, agua, sonido, hielo, lluvia e ingredientes curativos estacionales originarios de la Riviera Maya. La atmósfera y las experiencias de este recinto situado en Etéreo, una propiedad de Auberge Resorts Collection, alientan a conectarse con uno mismo, resurgir y encontrar un ritmo armonioso para crecer como persona. La programación es intuitiva y da cabida a antiguas creencias y técnicas mayas en combinación con tendencias emergentes a favor de estilos de vida saludables.

Por Alberto Romero



Sergio Izquierdo lideraba la avanzada de un grupo de exploradores recién desembarcados en una isla de la Antártida, todos con cámara en mano. Él caminaba con una mochila pesada a cuestas mientras buscaba, lo supe después, el lugar ideal para hacer el lanzamiento oficial del libro *¿CÓMO LOGRAR EL SUEÑO DE TODO FOTÓGRAFO?* Ante los ojos sorprendidos de los exploradores, el fotógrafo se quitó la casaca que lo mantenía a salvo del frío para revelar que en realidad vestía un traje (con corbata incluida), que había permanecido oculto bajo el grueso abrigo invernal. Lo que siguió después no lo esperaba nadie.

“Pingüinos y pingüinas, damas y caballeros, realmente me siento muy honrado de que ustedes hayan venido en esta ocasión tan especial para mí, hoy que es el lanzamiento oficial de mi libro *CÓMO LOGRAR EL SUEÑO DE TODO FOTÓGRAFO*”, dice sosteniendo el libro en un video que supera las 32 mil reproducciones en Instagram. El *reel* explica a la perfección la visión disruptiva del conservacionista, fotógrafo y cineasta guatemalteco, que anhela cambiar el mundo a través de sus fotografías.

El libro alienta a emprender con éxito una carrera profesional en el mundo de la fotografía y es un vehículo de financiamiento para Rescue the Planet, la organización civil que lidera y que avanza poco a poco en sus esfuerzos para

FOTOGRAFÍAS QUE CAMBIAN EL MUNDO

A TRAVÉS DEL LIBRO “CÓMO LOGRAR EL SUEÑO DE TODO FOTÓGRAFO”, SERGIO IZQUIERDO PROPICIA EL NACIMIENTO DE UNA NUEVA GENERACIÓN DE FOTÓGRAFOS QUE ABRACEN SU POTENCIAL, IDENTIFIQUEN SU CAUSA VITAL Y SE ATREVAN A MEJORAR EL MUNDO EN CADA NUEVA IMAGEN.



FOTOS: © SERGIO IZQUIERDO



INSPIRACIÓN PARA CREATIVOS

A través de **CÓMO LOGRAR EL SUEÑO DE TODO FOTÓGRAFO (LO QUE NADIE TE QUIERE CONTAR)**, Sergio Izquierdo desmenuza su experiencia como fotógrafo y conservacionista para ofrecer herramientas conceptuales que permitan a los interesados concebir fotografías capaces de contar historias. “Es esencial que tus fotografías no solo tengan una gran calidad técnica o de composición, sino que tengan un significado”, afirma.

concientizar a las masas en torno a tres temas centrales: la lucha contra la contaminación por plástico, el cambio climático y la conservación de las especies. En esta cruzada, su herramienta es la generación de contenidos concebidos para ser difundidos en redes sociales. “Así mostramos la realidad sin filtros”, explica convencido.

El creativo recuerda cuando documentó el trabajo de un científico investigador de microplásticos a bordo de un velero en una aventura oceánica de 23 días que lo llevó de Bermudas a Islandia. En el libro narra

a detalle esta experiencia, que, afirma, le cambió la vida tras ver el grado real de la contaminación por plástico en el planeta. “Para salvar al mundo hay dos luchas: una, contra la ignorancia (yo era ignorante en el tema de microplásticos); y también contra la indiferencia. La fotografía, más que verla como un arte, también es una herramienta para cambiar el mundo”, desliza reflexivo.

“Rescue the Planet genera ciencia para generar conciencia”, reafirma Izquierdo. “Generamos audiovisuales de alta calidad y hacemos educación. Justamente hicimos un documental que se llama **PLASTICÓSFERA**”, comparte con orgullo. La producción ha sido presentada en el marco del Blue Water Film Festival, con sede en San Diego, California, en Estados Unidos.

“El tema de las redes sociales es lo que más descuidan las organizaciones sociales. Generalmente, los ambientalistas generan contenido para ambientalistas; yo quiero llegar a la gente. Mi sueño es llegar a la mayor cantidad de personas y tocar sus emociones para poder hacer cambios reales”. **F**



“Es esencial que tus fotografías no solo tengan una gran calidad técnica o de composición, sino que tengan un significado”.

SERGIO IZQUIERDO

FOTÓGRAFO, CINEASTA Y CONSERVACIONISTA

Por Manuel Grajales

Minimalismo atemporal

80
LIFE • RELOJES

EL PATRIMONY FASE LUNAR Y FECHA RETRÓGRADA CONDENA DOS DÉCADAS DE ELEGANCIA Y ESTILO QUE CARACTERIZAN ESTA COLECCIÓN DE VACHERON CONSTANTIN.

Heredero de un legado clásico que rememora en cada detalle la década de 1950, el Patrimony fase lunar y fecha retrógrada es la nueva referencia de Vacheron Constantin, una afirmación de minimalismo sin concesiones, cuyo sobrio diseño destaca líneas atemporales y, al mismo tiempo, contemporáneas.

Una esfera de tono plateado, envejecido con efectos de resplandor solar, crea un sutil contraste con el oro rosa de las agujas y los índices. De esta forma, se consigue un destello de color en un modelo impulsado por el movimiento de carga automática Calibre 2460 R31L, con dos complicaciones. La primera de ellas es una indicación de fase lunar, graduada para que corresponda con el ciclo lunar de 29 días, 12 horas y 45 minutos. La segunda consiste en una indicación de fecha retrógrada en la parte superior de la esfera. **F**



LA NUEVA REFERENCIA ESTÁ INSPIRADA EN LOS RELOJES DE LA DÉCADA DE 1950.

FOTO: © VACHERON CONSTANTIN

Queremos ser el mejor banco **PARA CHILE**

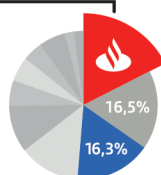
En 2023 nos consolidamos como el banco

MÁS GRANDE



de Chile, liderando en la suma de Depósitos
y Créditos con una cuota de mercado del

17,4%



(fuente: CMF datos a noviembre 2023,
no considera bancos filiales en el exterior)

Por cuarto
año consecutivo



1er lugar

en calidad de servicio

de acuerdo al ranking
NPS por Activa Research
(Más de 50.000 encuestas realizadas).

Impulsaremos el
desarrollo del país
invirtiendo más de



USD \$800 millones en

infraestructura y tecnología
durante el periodo 2023-2026.

Reconocidos
nuevamente como

El Mejor Banco en Chile

por la revista
especializada
The Banker
y además por
cuarto año
consecutivo elegidos
como Top Employer.



Más de 167.000 personas bancarizadas

(Cuenta Life y Más Lucas)



Durante el 2023
entregamos más de

9.250 becas de estudio

reafirmando nuestro compromiso
con las universidades e institutos
profesionales.



En 2023 fuimos el banco que

Más valor

ha generado, logrando entregar un retorno a los
inversionistas (rentabilidad más dividendos)

por un total de **35,8%**

(enero a diciembre 2023).



Contamos con

91

Work/
Café/ 

Work/Café para clientes
y no clientes. En el último año
abrimos 5 Work/Café Expresso,
1 Work/Café Startup y
1 Work/Café Inversiones.

Conoce S>IYp!us

Inscríbete en
skyairline.com



Acumula puntos



Canjea



Y vuela más



El programa de fidelidad de **S>IY**