

EL MERCURIO innovación 376

SANTIAGO DE CHILE | 22 | 1 | 2026
Mail: innovacion@mercurio.cl
Instagram: [@innovacion_elmercurio](https://www.instagram.com/innovacion_elmercurio)
Linkedin: [Innovación El Mercurio](https://www.linkedin.com/company/innovacion-el-mercurio)



Directora ejecutiva de Startuapl.01: "Lo que hay detrás de este proyecto es una visión transversal, tal como fue Start-Up Chile en el primer gobierno de Sebastián Piñera". 14

ALOFONIA: EL INNOVADOR MÉTODO CHILENO QUE MIDE LA COMPRENSIÓN LECTORA A PARTIR DE LA VOZ. 14

La historia del laboratorio de Concepción que patentó en Estados Unidos un antiviral que ayuda a combatir la nueva "super gripe". 15

TRES EMPRESAS CHILENAS NACIDAS DESDE LA EXPERIENCIA DE CRIAR

Cuando todo partió por un hijo: estos padres transformaron el cuidado en emprendimiento

Frente a problemas de salud, tratamientos exigentes y rutinas incompatibles con la familia, estos padres optaron por el camino propio. Así surgieron Fedusal21, Alun Gluten Free y Tissé, proyectos que hoy se abren paso en el mercado de alimentos y dermocosmética y que han destacado en Impulso Chileno, el programa de apoyo a emprendedores de Fundación Luskic. FERNANDA GUAJARDO S.

SAL DE MAR DE AUTOR... Y DE EXPORTACIÓN

Fedusal21: emprender para estar, cuando estar lo es todo

Cuando Juan Eduardo nació con síndrome de Down y problemas de salud que exigían atención constante, Miguel Valencia entendió que su mayor desafío sería no ausentarse. Que su trabajo tenía que adaptarse a la vida familiar, y no al revés. La pregunta ya no era solo cómo generar ingresos, sino cómo construir una rutina que le permitiera estar disponible cuando su hijo lo necesitara.

En 2018 tomó una decisión que cambió su rumbo: crear un emprendimiento desde la casa. "Yo le dije a mi señora: quiero hacer algo, quiero vender algo, pero desde la casa. No quiero salir más de la casa, quiero cuidar a Juan Eduardo las 24 horas", recuerda el fundador de Fedusal21. Partió con dos kilos de sal de mar vendidos por redes sociales, sin envases ni producción elaborada. Con eso compró más materia prima y comenzó a experimentar en su propia cocina, aprendiendo a secar la sal para evitar la humedad y lograr una textura constante, un problema frecuente en los molinos. "Yo secaba medio kilo cada 50 minutos en un wok... hoy seco 1.250 kilos cada 25 minutos", cuenta.

Con el apoyo de su esposa, el proyecto se fue profesionalizando: resolución sanitaria, envases y etiquetado. Ese paso abrió la puerta al desarrollo de mezclas de autor para distintos tipos de cocina y parrilla, lo que permitió ampliar el catálogo y llegar a nuevos públicos. Hoy Fedusal21 ofrece más de 25 sabores y cuenta con preparaciones premiadas en competencias internacionales. "Tengo una café chocolate que es cuatro veces campeona del mundo en sazón para vacuno", destaca.

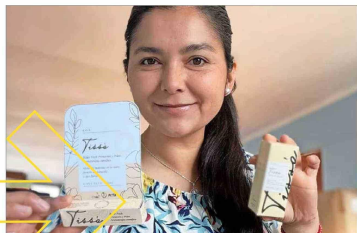
Actualmente, la marca se vende en Chile y también se exporta a países como Estados Unidos, Canadá, Argentina, Bolivia y Colombia, a través de distribuidores que compran directamente a la empresa. Sin embargo, para Miguel, el crecimiento comercial nunca desplazó el motivo original del proyecto.

No hay plato que valga comparado con estar 24/7 con Juan Eduardo. Mi negocio crece y, al mismo tiempo, yo sigo con él. Para mí es ganar por los dos lados".



Miguel junto a su hijo Juan Eduardo

Lo que comenzó con una crema para su hija hoy incluye líneas para otros diagnósticos atópicos



MARCA CHILENA DE DERMOCOSMÉTICA

Tissé: cuando el alivio de una hija se transformó en proyecto de vida

Todo comenzó con noches sin dormir y una piel que no lograba sanar. La hija de Karin Riquelme tenía apenas cuatro años cuando las lesiones, la picazón y los brotes se volvieron parte de la rutina familiar. Tres años de diagnósticos y tratamientos, llegó la confirmación: dermatitis atópica. "Muchas veces los niños con este tipo de alteraciones no pueden dormir, se rascan inconscientemente y se generan heridas grandes", recuerda.

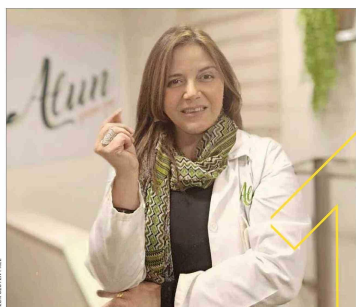
El día a día se volvió una sucesión de cuidados extremos y, con el tiempo, también de efectos secundarios. "Nos dimos cuenta de que su piel se volvió más delgada y frágil por el uso prolongado de corticoides", cuenta Karin, al explicar por qué decidió buscar una alternativa.

En 2016, mientras estudiaba enfermería y con conocimientos de química, empezó a formular una crema en su propia casa. No pensaba en emprender, solo en ayudar a su hija. Tras meses de

ensayo y error, vio el primer cambio real. "En menos de 24 horas disminuyeron la picazón, la sequedad y la sensibilidad", recuerda.

Ese resultado fue el impulso para postular a un fondo de apoyo, certificar productos y crear una marca de dermocosmética chilena. Así nació Tissé, primero con una crema corporal y luego con nuevas líneas, que comenzaron a ser usadas también por personas con otras afecciones cutáneas. "La gente nos escribe desesperada... y afortunadamente se han llevado una buena experiencia", relata.

Hoy Tissé vende principalmente por su sitio web, está presente en algunas farmacias y tiendas naturales, y prepara nuevas líneas para bebés y para la menopausia. Pero el motor sigue siendo el mismo. "Para emprender tiene que haber un trasfondo: si no, a la primera caída uno desiste. Esto partió por mi hija, y eso lo cambia todo", afirma.



El motor de Claudia fue entregarle normalidad a la vida de su hija

MARCA HOY ESTÁ PRESENTE EN RESTAURANTES Y SUPERMERCADOS

Alun Gluten Free: cocinar para que su hija no quedara fuera

Cuando Isidora fue diagnosticada con celiaquía en estado crítico siendo aún un bebé, Claudia Montecinos y su marido entendieron que su vida —y sus planes de abrir una panadería— tendrían que cambiar por completo. La prioridad pasó a ser aprender a cocinar sin gluten y recuperar la salud de Isidora. "Mi hija con un año de vida no tenía nada de vello en el intestino... estaba usando ropa de cuatro meses", recuerda Claudia.

La cocina de la casa se transformó en un laboratorio. Claudia comenzó a preparar donas, brownies y granola para que su hija pudiera comer lo mismo que veía en vitrinas y ferias. Al principio incluso intentó protegerla de la frustración. "Lo que me pedía Isidora, yo trataba de diseñarlo... si veía churros, yo le decía que sí, aunque después le pasaba galletitas sin gluten", cuenta.

Un día subió una foto de sus donas a redes sociales y comenzaron los pedidos. Luego vino una feria sin gluten, una nota en televisión y, con lo recaudado, su primer horno semiindustrial. Sin formación

gastronómica, Claudia empezó a vender en gimnasios, farmacias y restaurantes, muchas veces enfrentando el rechazo. "Una vez un guardia me sacó de un mall... pero yo sentía que podía más, que quería aportar, que quería hacer algo propio", recuerda.

Esa persistencia la llevó a golpear la puerta de una gran cadena gastronómica y, tras meses de pruebas, una de sus hamburguesas vegetales fue seleccionada para los locales de La Sanguchería del Barrio. Desde ahí, el proyecto dio un nuevo salto: llegaron los apoyos de Impulso Chileno, de Fundación Luskic, la inversión en maquinaria y, más tarde, la entrada a supermercados.

Hoy Alun Gluten Free está presente en cadenas como Santa Isabel y Jumbo, con hamburguesas y otros productos sin gluten. Isidora ya tiene 21 años y estudia odontología, pero el motor del proyecto sigue siendo el mismo. "Todo partió para que ella pudiera comer tranquila, sentirse normal. Después creció, pero ese motor nunca se me fue", dice Claudia.

