

Fecha: 18-03-2026
Medio: El Lector
Supl.: El Lector
Tipo: Noticia general
Título: PFalimentos impulsa en Talca una semana interna de concientización sobre gestión de riesgos

Pág.: 9
Cm2: 438,3
VPE: \$ 214.788

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

Sin Datos
Sin Datos
☐ No Definida

PFalimentos impulsa en Talca una semana interna de concientización sobre gestión de riesgos

Durante esta semana, PFalimentos desarrolla una campaña interna de concientización sobre la gestión de riesgos, orientada a sensibilizar a colaboradores y equipos de liderazgo sobre la importancia de identificar, anticipar y mitigar riesgos estratégicos del negocio.

La iniciativa forma parte del trabajo que la compañía viene impulsando para seguir fortaleciendo una cultura preventiva y una mirada de largo plazo frente a los desafíos que hoy enfrentan las organizaciones.

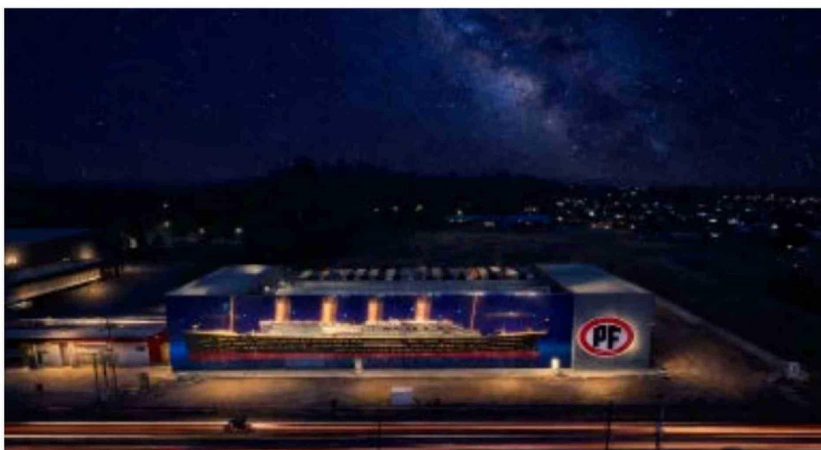
La campaña se desarrolla de manera transversal en plantas productivas, terminales regionales y oficinas administrativas, buscando promover una conversación interna sobre cómo anticipar amenazas y fortalecer la resiliencia organizacional.

La iniciativa considera distintas activaciones a lo largo de la semana. Entre ellas, una intervención visual en el com-

plejo industrial que recrea simbólicamente al Titanic, un concurso interno para colaboradores y un conversatorio que se realiza este miércoles, en el que participan ejecutivos e invitados externos para compartir experiencias, aprendizajes y reflexiones vinculadas a la gestión de riesgos, el liderazgo y la preparación frente a escenarios que requieren atención y capacidad de anticipación.

El concepto de la campaña toma como referencia una frase histórica de don Manuel Arturo Fernández Godoy, ex presidente de PFalimentos, quien solía decir que, si el Titanic se hundió, cualquier cosa se puede hundir, "no somos insubmergibles". Esa idea inspira la semana de concientización como una metáfora que invita a no dar nada por sentado y a reconocer que incluso organizaciones exitosas deben mantenerse alertas frente a los riesgos.

Desde la compañía explican



que la campaña busca instalar una conversación que va más allá de una actividad puntual. La idea es reforzar que los riesgos no se gestionan únicamente cuando ocurren, sino también antes: en la forma en que una organización observa su entorno, conversa, toma decisiones y se prepara.

En ese contexto, durante la semana también se abordarán distintos tipos de riesgos estratégicos que pueden afectar a las organizaciones, como los asociados a

continuidad operacional, reputación, cumplimiento normativo, seguridad de la información, inocuidad alimentaria o cambio climático, entre otros.

"En una empresa como PFalimentos, la gestión de riesgos no se aborda desde la alarma, sino desde la responsabilidad. La historia del Titanic nos recuerda que incluso los sistemas más robustos pueden fallar, por lo que anticiparse, conversar estos temas y aprender de experiencias propias

y ajenas es parte de construir organizaciones más resilientes y preparadas para el futuro", señala Jaime Labbé, Gerente de Riesgos Estratégicos de PFalimentos.

Con este tipo de iniciativas, la empresa busca seguir generando espacios que permitan reflexionar colectivamente sobre los riesgos estratégicos del negocio, fortalecer la cultura preventiva y relevar el rol que cada liderazgo cumple en la anticipación y gestión de estos desafíos.