

# IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

**Tiempos Sustentables**

**Fecha de última revisión: 03 de noviembre de 2025**

## 1. Introducción y Propósito

El presente documento oficializa la identificación de los **Grupos de Interés (Stakeholders)** de Tiempos Sustentables. La gestión de la sustentabilidad de la revista, alineada con la Agenda 2030, requiere una comprensión clara de los actores que influyen en su operación y que son impactados por su misión.

**Propósito:** Establecer los mecanismos para escuchar, priorizar y generar valor compartido con cada grupo, asegurando que la estrategia editorial y comercial esté alineada con las expectativas de quienes la hacen posible.

## 2. Clasificación de Grupos de Interés

Los *stakeholders* de Tiempos Sustentables se clasifican en tres categorías principales, según su relación e influencia en la organización:

### A. Grupos de Interés Internos

Grupo de Interés	Interés Principal	Mecanismo de Interacción
<b>Equipo Editorial y Dirección</b>	Cumplimiento de la Visión y Misión, Rigurosidad periodística, Sostenibilidad financiera de la plataforma.	Reuniones de planificación editorial y estratégica, Definición de políticas de gobernanza (Blasco Comunicaciones SpA).
<b>Propietarios/Accionistas</b>	Rentabilidad del modelo B2B, Crecimiento del tráfico y posicionamiento en el mercado.	Informes de gestión y desempeño financiero.

## B. Grupos de Interés Estratégicos (Modelo B2B)

Estos grupos son vitales para el modelo de negocio y el propósito misional de la revista, basado en la colaboración y la difusión.

Grupo de Interés	Interés Principal	Materialidad para Tiempos Sustentables
<b>Suscriptores Corporativos (Clientes B2B)</b>	Posicionamiento como líder de opinión en sustentabilidad, Difusión de contenidos de alto valor, Alineamiento con su estrategia ESG.	<b>Sostenibilidad Económica</b> (Ingresos), Credibilidad, Calidad del contenido corporativo.
<b>Colaboradores y Columnistas Expertos</b>	Plataforma de <i>Thought Leadership</i> , Amplificación de su voz e ideas sobre temas de ODS, Reputación.	<b>Rigor Editorial</b> , Contenido exclusivo y de alta calidad, Diversidad de perspectivas.
<b>Organizaciones Aliadas (ONGs, Gremios, Fundaciones)</b>	Difusión de su causa e impacto, Conexión con el sector empresarial y público.	<b>Legitimidad y Alcance</b> , Vinculación con redes clave (ej. Red Pacto Global Chile, Sistema B Chile).

## C. Grupos de Interés Externos

Grupo de Interés	Perfil y Ubicación	Interés Principal
<b>Audiencia/Lectores</b>	Principalmente mujeres chilenas (62.3%), de Santiago, 45-65 años, interesadas en política y estilos de vida sostenibles.	Acceso a información educativa e inspiradora, Consumo responsable y estilo de vida sustentable.
<b>Organismos Públicos/Reguladores</b> (Ej. Ministerio del Medio Ambiente)	Entidades gubernamentales y organismos multilaterales (ONU, ODS).	Difusión y promoción de políticas públicas de sustentabilidad, Rendición de cuentas.
<b>Competencia y Medios</b>	Otras plataformas de difusión de noticias en sustentabilidad y negocios.	Referencia en la cobertura de temas de innovación y ODS en Chile.

## 3. Priorización y Compromiso (Matriz de Materialidad)

La relación con los *stakeholders* se prioriza por su capacidad de **influencia** sobre la operación de la revista y su **impacto** como receptores del contenido.

- **Alta Prioridad:** Suscriptores Corporativos, Colaboradores y Audiencia/Lectores.
- **Compromiso:** Tiempos Sustentables se compromete a mantener un diálogo abierto, transparente y constante con estos grupos, utilizando sus canales digitales (web, *newsletter*, redes sociales) como herramientas de escucha activa y *feedback*.

**Aprobado por:**



**Jesús Blasco Valencia**

Gerente General  
Blasco Comunicaciones SpA