EL MERCURIO
innovación
305
SANTIAGO DE CHILE | 19 | 10 | 2024
Mail: innovacion@mercurio.cl
Instagram: @innovacion_elmercurio
Linkedin: Innovación El Mercurio

PRINCIPAL RADIOGRAFÍA A LA INNOVACIÓN CORPORATIVA EN CHILE:

Ranking Most Innovative Companies 2024 revela que mujeres lideran un tercio de las áreas de innovación de las grandes empresas

La expansión de la presencia femenina en estos cargos es uno de los datos más destacados del estudio realizado por MIC Business Consulting con el respaldo del ESE Business School de la U. de los Andes e Innovación de "El Mercurio". Un análisis que cumple 15 años y permite conocer no solo cuáles son las 39 compañías líderes en este ámbito, sino también el enfoque y las tendencias que están adoptando las organizaciones que van a la vanguardia. I 2 A I 12

Las 39 empresas reconocidas como las más innovadoras en 2024: sus perfiles y las razones de su éxito i 16 a i 26

Patricio Cortés, socio principal de MIC Business Consulting: **"Las compañías que no abracen la innovación se volverán esquizofrénicas".** i 4

Las 15 tendencias que están siguiendo las compañías que están a la vanguardia en innovación corporativa. i 28 a i 33

Hallazgos clave del estudio de este año: organizaciones entran a la fase de los negocios digitales, buscan un perfil más complejo en sus líderes de innovación y les formulan nuevas exigencias. i 13 a i 14

LAURA SEPÚLVEDA

HÉCTOR ARAVENA

Representantes de 39 organizaciones reconocidas por el Ranking MIC 2024 repletaron el auditorio del ESE Business School de la U. de los Andes para la ceremonia de premiación.

CEREMONIA DE PREMIACIÓN 2024 CONTÓ CON MASIVA CONCURRENCIA:

Ranking Most Innovative Companies cumple 15 años como el principal barómetro de la innovación corporativa en Chile

HÉCTOR ARAVENA

Patricio Cortés, CEO y socio principal de MIC Business Consulting; Raimundo Monge, director general del ESE Business School de la U. de los Andes; Marisa Cominetti, coordinadora periodística de Innovación de "El Mercurio", e Iván Díaz-Molina, director del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School.

"Es esencial romper la brecha entre innovación y resultados. Las empresas que logran conectar ambos aspectos son las que verdaderamente prosperan".

IVÁN DÍAZ-MOLINA
Director del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School, U. de los Andes.

"El Ranking MIC no solo mide el nivel de innovación de las empresas, sino que **refleja su compromiso con el desarrollo de soluciones creativas y disruptivas".**

MARISA COMINETTI
Coordinadora periodística de Innovación de "El Mercurio".

Ante altos representantes de las 39 empresas más destacadas por sus culturas innovadoras, se presentaron los resultados de la edición de este año del estudio realizado por la Consultora MIC Business Consulting, y que cuenta con el respaldo del ESE Business School de la U. de los Andes y de Innovación de "El Mercurio".

FERNANDA GUAJARDO

En un ambiente festivo y con un auditorio con aforo completo, se desarrolló una nueva ceremonia de premiación del Ranking Most Innovative Companies (MIC). Se trata de la 15ª edición de este estudio, la mayor radiografía anual del estado de la innovación corporativa en Chile, que realiza MIC Business Consulting con el apoyo del ESE Business School de la U. de los Andes e Innovación de "El Mercurio".

El ranking mide el desempeño innovador de las empresas mediante una evaluación exhaustiva que toma en cuenta siete dimensiones clave: estrategia, cultura, liderazgo, organización, proceso de innovación, uso de activos estratégicos e impacto en la creación de valor. Estas áreas son evaluadas a través una metodología estandarizada que aplica la consultora.

Iván Díaz-Molina, director del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School (U. de los Andes), fue uno de los oradores del evento. En su discurso, destacó la importancia de mantener una mentalidad de mejora continua y adaptabilidad: "La innovación no solo debe asociarse a lo inédito, sino a un proceso de avance cotidiano. Es esencial romper la brecha entre innovación y resultados. Las empresas que logran conectar ambos aspectos son las que verdaderamente prosperan. Y esta cultura de cambio constante, de hacer las cosas de manera diferente, no solo impulsa el éxito empresarial, sino que también genera un impacto positivo en nuestro país".

Por su parte, Marisa Cominetti, coordinadora periodística de Innovación de "El Mercurio", subrayó: "La innovación no es solo una cuestión tecnológica, como algunos aún creen, sino que abarca mucho más, es, la manera en la que hacemos negocios, cómo nos relacionamos con nuestros clientes y cómo enfrentamos los grandes desafíos globales, como el cambio climático o la transformación digital. Esta visión es el único camino posible para asegurar un futuro sostenible y próspero".

CONSTANTE **EVOLUCIÓN**

Desde su creación en 2009, el ranking MIC ha contado con la participación de más de 4.000 empresas de 45 industrias diferentes. En la versión de este año, reconoció a empresas de una amplia variedad de sectores, destacando su capacidad de innovar en áreas como Alimentos, *Beauty Care*, *Retail*, Administradoras de Fondos, Banca, Telecomunicaciones y Minería, entre otras. Estas categorías reflejan la diversidad de la economía chilena y la importancia de la innovación en cada uno de estos sectores.

HÉCTOR ARAVENA

En un ambiente festivo y con instancias para intercambiar experiencias se realizó la ceremonia en que el Ranking MIC celebró su 15ª versión.

HÉCTOR ARAVENA

Bci, representado por Claudia Ramos, gerenta de Innovación, Data & Analytics, y Rodrigo Borges, gerente de Innovación, recibió el Premio a la Trayectoria.

HÉCTOR ARAVENA

Copec, representada por Andrea Castro, gerenta de Copec Voltex; Javier Swinburn, gerente de Filiales Energías; Gloria Ledermann, gerenta de Marketing, y José Ignacio Depassier, gerente Comercial y de Operaciones, recibió el Premio a la Empresa Más Admirada.

Además de las 39 categorías incluidas en el evento, se realizaron dos reconocimientos especiales: "Premio a la trayectoria", recibido por el banco Bci, por haber liderado su rubro durante los 15 años de vida del Ranking MIC, y "Empresa más admirada", que fue entregada a Copec, por ser considerada un referente por el resto de las compañías analizadas.

Patricio Cortés, CEO y socio principal de MIC Business Consulting, aprovechó de hacer un balance de la historia de este estudio: "Lo que comenzó en 2009 como un esfuerzo para entender mejor las buenas prácticas y metodologías de las empresas, ha evolucionado hasta convertirse en un mapa amplio de las tendencias clave en más de 45 industrias. Hemos trabajado con más de 1.500 ejecutivos y hemos identificado cómo la cultura de innovación se ha transformado en un elemento fundamental para las compañías que buscan mantenerse competitivas. Hoy, la innovación no solo implica creatividad o implementación técnica, sino la capacidad de adaptarse y mejorar constantemente lo que ya sabemos hacer bien".

En su presentación, Cortés destacó cómo el ranking ha ido mostrando la constante evolución de la forma en que las compañías innovan en Chile. MIC detectó una primera ola en 2009, en que se entendía la innovación como la adopción de tecnologías. La segunda ola, que comenzó en torno a 2015, se enfocó en la activación de una cultura de innovación dentro de las organizaciones, destacando la participación y la flexibilidad.

A su juicio, hoy el momento es distinto y las compañías están entendiendo la innovación como "hacer mejor lo que ya saben hacer", priorizando la creación de valor a través de una mayor adaptabilidad y personalización de sus servicios.

El evento no solo celebró a las empresas más innovadoras del país, sino que también fue un llamado a seguir avanzando en la adopción de nuevas herramientas y procesos que impulsen la innovación en todos los sectores. La premiación dejó en claro que, para mantenerse competitivas, las empresas deben estar dispuestas a adaptarse, a reinventarse constantemente y a generar valor no solo para sus clientes, sino también para la sociedad.

Nestlé®

PRIMER LUGAR
EN LA CATEGORÍA DE ALIMENTOS

RANKING 2024
MOST INNOVATIVE COMPANIES

La innovación nos permite desarrollar todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida hoy y para las futuras generaciones.

Nestlé, *es de todos los que elegimos una buena vida.*

ESE BUSINESS SCHOOL
Universidad de los Andes

MIC BUSINESS CONSULTING

SOCIO PRINCIPAL DE MIC BUSINESS CONSULTING:

Patricio Cortés: "Las compañías que no abracen la innovación se volverán esquizofrénicas"

El ejecutivo, que por 15 años ha liderado el Ranking Most Innovative Companies, sostiene que en el futuro las compañías competitivas y exitosas serán las que sean capaces de manejar el ambiente de ambigüedad propio de la innovación con la esencia de una compañía basada en la certeza y la gestión sin errores. **MARISA COMINETTI**

Nuevas olas, tecnologías, enfoques, gerencias y mucho más es lo que por 15 años ha detectado Patricio Cortés, socio principal de MIC Business Consulting., al analizar cómo las grandes empresas se vinculan con la innovación, para luego evaluarlas y dar así con el ranking anual de las más innovadoras. Son las tendencias que surgen y toman las organizaciones, superando desafíos internos y externos. Y es en este último punto donde a su juicio hoy se ven los mayores retos, sobre todo por la urgencia de abrirse a nuevos negocios y en competencia con el resto del mundo.

Patricio Cortés, socio principal de MIC Business Consulting.

MIC

—¿Cuál es el elemento diferenciador que este año caracterizó a la innovación corporativa?

"Lo primero que se observa es que no existe ninguna duda en las grandes empresas de que la innovación crea valor, en el sentido de que es claro que generan un valor significativo y que impacta en el Ebitda de forma relevante. Lo segundo es que si no hubiera gerentes de innovación, no habría innovación; o sea, se requiere el cargo. Lo otro nuevo es la convicción en la alta dirección de que es necesario hacer innovación abierta y eso implica trabajar con *startups*, lo que en la práctica significa usar *venture client, corporate venture capital* o *company building*. Estas herramientas son relativamente nuevas para algunas compañías, pero es algo que la competencia ya está usando y eso los pone nerviosos, en el sentido de que están entrando en algo que no conocen muy bien, pero que saben que es importante y que deben tener".

—¿Qué pasará con aquellas que no tienen considerado vincularse con el ecosistema? ¿Significa que fracasarán?

"La respuesta a eso es saber reconocer si el *corporate venturing* les genera o no alguna ventaja competitiva, porque en caso que sí lo haga, el hecho que una la tenga y otra no, es un problema si son competencia. Las compañías más competitivas del mundo tienen este modelo bien instalado, pero si una empresa va ser tímida en hacerlo, es mejor que no lo tenga, porque el resultado será malo. Hoy vemos que cada vez más industrias lo requieren, pero no todas".

—¿Cuáles sí lo requieren?

"Aquellas industrias que están sujetas a cambios tecnológicos importantes, como las de consumo masivo o industrial, o las industrias automotriz, de alimentos, logística, minera, financiera y de gestión de fondos".

—¿Y existe alguna que no necesite innovación abierta?

"Sí, las de *utilities*, porque como son compañías reguladas tienen un bajo incentivo a incorporar innovación".

NUEVOS **DESAFÍOS**

—¿Qué viene a futuro en la relación innovación y empresas?

"¡Grandes desafíos! Primero, el cambio de gerentes generales con la llegada de una generación nueva que viene con estudios formales en innovación. También empiezan a surgir preocupaciones distintas, por ejemplo, cómo poder contactarse con las mejores *startups* del mundo, cómo generar una mecánica que sea capaz de encontrar desde acá las nuevas tecnologías, sistemas o negocios que existen en el mundo y a un costo razonable. Esto, además, supone el reto de que las empresas deben ajustarse internamente, porque trabajar con *startups* implica flexibilizar procedimientos —por ejemplo, de compra—, ya que estas empresas emergentes no tienen la misma capacacidad de abastecimiento. También está el desafío de darse cuenta que la innovación y la tecnología vienen de la mano y que aparecen soluciones nuevas relacionadas con la inteligencia artificial y agentes autónomos. Finalmente, está el desafío de género, porque viene una ola nueva paritaria que está partiendo".

—¿Se podría decir que estamos entrando a una quinta ola?

"Yo creo que sí y estamos como *ad portas* de eso, porque en cinco años más las olas tres y cuatro van a estar totalmente superadas. (...) La quinta ola tiene que ver con la inteligencia artificial autónoma, que es algo que todavía no existe, pero que está en los laboratorios y cuyos productos saldrán al mercado en cinco años y no a 20 o 30 años, como antes. Entonces, hoy muchos gerentes generales tienen la convicción de que tienen que llevar la compañía a su máxima expresión, aunque muchos de ellos probablemente no van a estar para ver esta quinta ola".

"Las empresas deben ajustarse internamente, porque trabajar con *startups* implica flexibilizar procedimientos".

"En cinco años más las olas tres y cuatro van a estar totalmente superadas (...) **La quinta ola tiene que ver con la inteligencia artificial autónoma".**

—¿Cuál sigue siendo la principal debilidad de las empresas en torno a la innovación?

"La esencia de una compañía es la gestión sin errores, por lo tanto se orienta hacia los procesos perfectos, del cero error, sin incertidumbre; mientras que la innovación, por su esencia, tiene incertidumbre, hay cosas que van a salir mal. Entonces, está esa capacidad ambidiestra de tener al mismo tiempo la capacidad de ser perfecto, con la capacidad de hacer cosas que pueden salir mal y de las cuales hay que aprender. Esto es una dualidad que es difícil de administrar. Como gerente general le tiene que pedir al colaborador la perfección, el cero error y la cero iniciativa. Pero, al mismo tiempo, debe pedirle que en otro ámbito sea capaz de inventar cosas que no están probadas para ir aprendiendo de los errores. Esa no confusión de cuándo sí y cuándo no se llama ambidiestralidad y es la gran capacidad del futuro.

Las compañías competitivas y exitosas del futuro serán las que logren desarrollar la ambidiestralidad; es decir, ser capaces de manejar el ambiente de ambigüedad propio de la innovación con el ambiente de la certeza propia de las operaciones. Porque las compañías que no abracen la innovación se volverán esquizofrénicas".

—¿Cree que el recambio que viene de la alta gerencia podrá manejar mejor esta dualidad operacional?

"Claro, porque ellos mismos son así, manejan bien la ambigüedad, ya la aprendieron, porque en sus propios trabajos han hecho mucha innovación y entienden que esta no tiene certezas, sino que tiene caminos y mejores prácticas, pero no certidumbre. También lo estudiaron, fueron pares de gerentes de innovación, saben que la innovación genera valor y ventajas competitivas, por lo tanto, saben que esto hay que hacerlo sin el temor de decir '¿de qué me están hablando?'".

—¿Y qué pasa a nivel de directorio?

"En Chile vamos a empezar a ver la llegada de la tercera generación, quienes tienen alrededor de 40 y son capaces de comprender estos cambios. Además, están entrando directores profesionales que saben de innovación, entonces este tema pasa a ser una precoupación de la mesa".

—¿Qué pasará con las personas que son mayores de 50 años?

"Los cargos más importantes van a ser ocupados por la gente más capaz. Ahora, sí es cierto que las generaciones más jóvenes entienden mejor la interacción con las nuevas tecnologías, es decir, no tienen que explicarles la importancia de Instagram, por ejemplo, porque lo saben desde hace 10 años. Son lo que yo llamo nativos innovadores o tecnológicos, porque están insertos en los cambios tecnológicos y, por tanto, los tienen incorporados en sus decisiones y las empresas los buscan por eso mismo. Ahora, esto más bien tiene que ver con un espíritu joven que con una edad joven. Entonces, pueden tener gente de 50 y más años si tienen ese espíritu, aunque es raro, porque lo más probable es que muchos hayan perdido ese espíritu, en el sentido de que están menos dispuestos a decisiones audaces".

METODOLOGÍA DEL RANKING:

Desde entrevistas a ejecutivos clave hasta datos sectoriales

El enfoque MIC Diagnostic es una herramienta de análisis que descompone cada nivel de madurez de las empresas en evaluación a través de las diversas técnicas de recolección de datos que se aplican en el proceso.

Para evaluar el nivel de madurez en la gestión de innovación de una empresa, se utilizó el enfoque MIC Diagnostic©, una herramienta de análisis que descompone cada nivel de madurez a través de diversas técnicas de recolección de datos. Este proceso se articula en varias etapas clave.

Combinando estos enfoques multidimensionales, la metodología MIC Diagnostic© busca ofrecer una evaluación integral y precisa que guíe a las organizaciones hacia un camino de innovación más informado y estratégico.

Las cuatro técnicas de recolección de datos son:

Entrevistas a Ejecutivos Clave (EEC)

En esta primera fase, se recopila ron opiniones críticas de los líderes de las empresas, quienes tienen una perspectiva amplia sobre los procesos y estrategias de innovación.

Las entrevistas se centran en captar la dirección estratégica de la innovación y el grado de compromiso de la alta dirección con estos objetivos.

Formulario de Autoevaluación (FAE)

Este cuestionario ofrece a las empresas la oportunidad de realizar una autoevaluación detallada, identificando sus fortalezas y áreas de mejora.

El FAE abarca todos los aspectos fundamentales del modelo MIC, permitiendo una comprensión exhaustiva de la situación actual de la empresa en evaluación en términos de innovación.

Encuestas de Confirmación Online

En esta etapa, se amplía la evaluación a un grupo representativo de colaboradores de diferentes niveles y departamentos de cada una de las empresas analizadas.

El propósito de esta fase es corroborar y enriquecer la información obtenida previamente, proporcionando una visión más completa y diversificada del estado de innovación dentro de las compañías.

Análisis de Información Pública sobre la Industria

Finalmente, se lleva a cabo una revisión minuciosa de fuentes abiertas para reunir datos relevantes sobre el sector al que pertenecen las empresas. Este análisis contextualiza los resultados del diagnóstico, ofreciendo una perspectiva sobre cómo la empresa se posiciona en relación con las tendencias y demandas del mercado.

EN LOS 15 AÑOS QUE CUMPLE EL RANKING DE LAS EMPRESAS MÁS INNOVADORAS, **YA SON MÁS DE 3.000 LAS COMPAÑÍAS MEDIDAS CON LA METROLOGÍA MIC.** A ESTO SE SUMAN MÁS 1.500 ENTREVISTAS REALIZADAS A EJECUTIVOS *SENIOR*, SUPERANDO ADEMÁS LAS 45 INDUSTRIAS ANALIZADAS Y 400 TENDENCIAS DETECTADAS.

LAS **CIFRAS**

En estos 15 años midiendo la innovación corporativa en Chile, los resultados demuestran el alcance que ha alcanzado esta práctica en el país. A lo largo de los años, ya son más de 3.000 las compañías medidas con la metrología MIC, periodo en el cal se han realizado sobre 1.500 entrevistas a ejecutivos senior. En términos sectoriales, las industrias analizadas a las cuales pertenecen las empresas superan las 45, mientras en total se han detectado más de 400 tendencias. Sobre esto último, la versión 2024 detectó 15 hallazgos, concentrados en seis grandes temas: Tecnología y digitalización, Salud y bienestar, reclutamiento de talento, experiencia clientes, género e inclusión, y sostenibilidad y medio ambiente (desglose y análisis de cada una y sus bajadas en las páginas **i 28 a i 33**)

ANTOFAGASTA
MINERALS

DESARROLLAMOS MINERÍA
PARA UN FUTURO MEJOR

1° LUGAR
RANKING 2024
MOST INNOVATIVE COMPANIES
ANTOFAGASTA MINERALS
CATEGORÍA
MINERÍA

Por **segundo año consecutivo**,
Antofagasta Minerals
fue reconocida como
la empresa minera
más innovadora.

ESE BUSINESS SCHOOL
Universidad de los Andes

MIC BUSINESS CONSULTING

AUMENTO ES RESULTADO DE UNA COMBINACIÓN DE FACTORES:

Participación femenina en roles de liderazgo en **innovación alcanza récord histórico con 32,5%**

Las empresas están comprendiendo mejor la importancia de la diversidad, no solo como un objetivo ético, sino como un catalizador clave para la innovación y el crecimiento económico, dicen desde MIC Business Consulting, pero advierten que sigue siendo un desafío lograr una representación equitativa en las posiciones más altas de toma de decisiones en muchas industrias, especialmente en sectores altamente tecnológicos. SOFÍA MALUENDA

LA EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LIDERAZGO EN INNOVACIÓN **HA PASADO POR DIVERSAS ETAPAS A LO LARGO DE LOS ÚLTIMOS 15 AÑOS, SEGÚN SE PUEDE VER EN LAS CIFRAS DEL RÁNKING.**

El incremento en la participación femenina en roles de liderazgo en innovación es un reflejo claro del progreso hacia una mayor equidad de género. Alcanzar el 32,5% en 2024, el nivel más alto hasta la fecha, marca un avance "histórico". Así lo cataloga Clarita Cortés, *head of Culture and Organizational Change* de MIC Business Consulting, quien indica que esto demuestra que las empresas están comprendiendo mejor la importancia de la diversidad, no solo como un objetivo ético, "sino como un catalizador clave" para la innovación y el crecimiento económico: "Las unidades de innovación prosperan cuando se incluyen diferentes puntos de vista, y la participación femenina aporta nuevas perspectivas y enfoques creativos".

Cortés agrega que este progreso también es testimonio de un esfuerzo más "sistemático" por derribar barreras que antes limitaban la participación de las mujeres. "Hace una década, la representación femenina era muy baja, pero las acciones afirmativas, los programas de inclusión y cambios en la cultura corporativa han comenzado a dar frutos", explica y agrega que sigue siendo un desafío lograr una representación equitativa en las posiciones más altas de toma de decisiones en muchas industrias, especialmente en sectores altamente tecnológicos.

A LO LARGO **DE LOS AÑOS**

La evolución de la participación femenina en liderazgo en innovación ha pasado por diversas etapas durante los últimos 15 años, según se puede advertir en las cifras del ránking (ver infografía). En los primeros años, el crecimiento fue lento y estable, con un aumento significativo en 2012, cuando alcanzó el 14%. En los siguientes años hubo fluctuaciones, destacándose un fuerte crecimiento en 2019, con un 32% de participación femenina. Sin embargo, la pandemia generó un retroceso, cayendo a 23% en 2023. A pesar de esto, 2024 ha marcado un "notable repunte", alcanzando el 32,5%, el nivel más alto hasta la fecha.

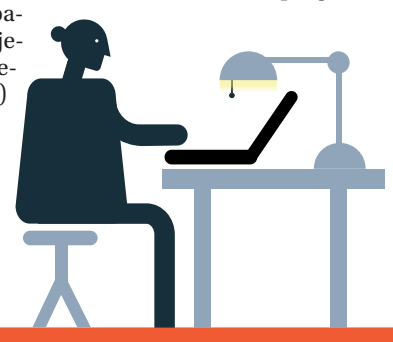
Esta evolución refleja cómo, al igual que en otros aspectos de la innovación en Chile, la participación femenina ha pasado por diferentes etapas de crecimiento. En un principio, según analiza el informe, los avances fueron "limitados", pero con el tiempo, las iniciativas de innovación se han vuelto más estructuradas y abiertas a nuevas perspectivas, creando mayores oportunidades para las mujeres en roles de liderazgo. "En los últimos años, con un enfoque más abierto y colaborativo, hemos visto un impulso decidido hacia la inclusión y la diversidad en puestos directivos", se lee en el análisis. Y agregan: "La reducción de la brecha de género es clara, y de mantenerse esta tendencia, se espera que la participación femenina continúe creciendo en los próximos años. Este cambio representa una oportunidad significativa para las empresas que buscan aprovechar la diversidad como un motor de innovación y competitividad".

MULTIFACTORIAL

En particular este año, el aumento de la participación femenina en innovación es resultado de una combinación de factores, sostiene la experta de MIC Business Consulting. "En primer lugar, lo más importante a destacar es que los equipos de innovación en su base son altamente paritarios, a diferencia de otros departamentos. Esto permite que, al momento de que se necesiten cargos de altos mandos y liderazgo, se destaquen mutuamente las mujeres en el mismo nivel que los hombres y, por lo mismo, se facilite su acceso", explica Cortés.

Además, en el entorno corporativo, también han visto un cambio cultural significativo. "Cada vez más empresas se han dado cuenta de que la diversidad de género es un activo estratégico. Incluso, diversos estudios destacan que cuando el liderazgo es diverso, este genera mejores resultados y, en consecuencia, más éxito para los departamentos de innovación", agrega la ejecutiva.

Por último, señala que las políticas públicas y las iniciativas empresariales que promueven la igualdad de género han sido "cruciales": "En Chile, programas como las cuotas de género y las campañas para impulsar la participación de mujeres en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM, por sus siglas en inglés) han abierto el camino hacia un mayor acceso de mujeres a sectores de innovación. El acceso a la educación técnica y superior ha crecido, junto con programas corporativos que buscan fomentar el liderazgo femenino desde etapas tempranas de la carrera".



LAURA SEPÚLVEDA

PARA QUE **SIGA AUMENTANDO**

Para que este crecimiento continúe, Cortés indica que lo más importante es que exista la contratación paritaria de los equipos en su origen. "Esto hace que luego, de forma natural, se pueda acceder a puestos de liderazgo", explica. Asimismo, dice, la política de contratación paritaria tiene que estar sustentada en dos aspectos fundamentales. "El primero son las políticas de conciliación entre la vida profesional y personal. Las políticas de flexibilidad laboral, como horarios adaptables y licencias parentales equitativas, son clave para evitar la fuga de talento femenino en momentos críticos de sus carreras. Esto permite que las mujeres puedan atreverse y ser mayormente aceptadas en cargos de altos mandos y, por lo mismo, comiencen a tener mayor presencia en el mundo de la innovación", comenta.

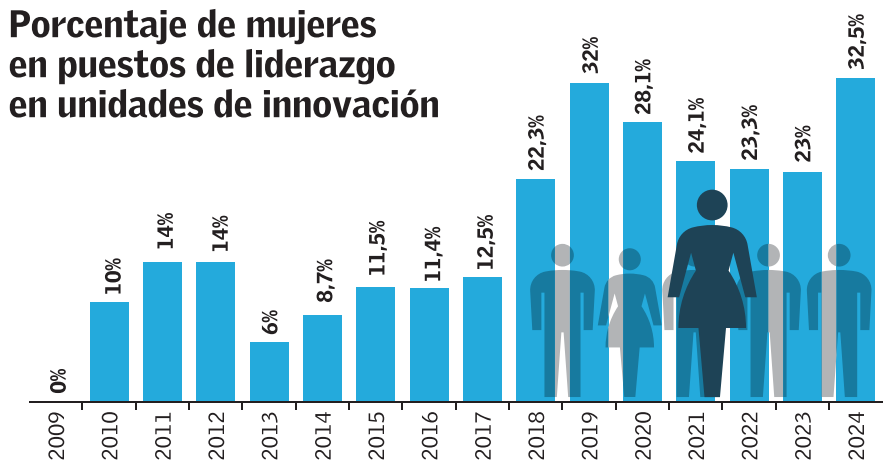
El segundo factor relevante que permite que esta cifra siga creciendo, dice, son las políticas de visibilidad femenina. "Donde existan programas de mentoría para mujeres, especialmente en el ámbito de la innovación, son fundamentales para darles el apoyo y las herramientas necesarias para ascender en sus carreras. Además, las empresas deben promover iniciativas donde líderes consolidados impulsen el desarrollo profesional de mujeres talentosas hacia roles de toma de decisiones. Esto lleva a que es importante asegurar que se brinde formación continua en habilidades relacionadas con la tecnología y la innovación, áreas donde la brecha de género aún persiste. Asimismo, la visibilidad de mujeres permite que sean vistas como modelos a seguir por otras que puedan estar interesadas en carreras laborales similares", explica.

Contar con mujeres en roles de liderazgo en innovación es "esencial", complementa María Elba Chahuán, fundadora y directora de empresas, porque aportan una diversidad de perspectivas que "enriquece el proceso creativo y mejora la toma de decisiones". Agrega: "Las mujeres líderes tienden a fomentar una cultura más inclusiva y colaborativa, lo que es relevante en entornos de innovación, donde la creatividad y la resolución de problemas complejos requieren diferentes enfoques y puntos de vista. Además, se ha demostrado que las empresas con mayor representación femenina en cargos directivos suelen obtener mejores resultados financieros, ya que un liderazgo diverso impulsa decisiones hacia soluciones sostenibles y socialmente responsables".

Para aumentar la presencia de mujeres en estos roles, Chahuán señala que es importante que las empresas implementen políticas de igualdad y flexibilidad que les permitan equilibrar sus responsabilidades personales y profesionales. "En paralelo, es necesario actualizar la cultura organizacional para que el cambio ocurra tanto en las políticas como en la toma de conciencia. Además, se debe promover activamente el desarrollo profesional de las mujeres con iniciativas que les permitan fortalecer sus habilidades y aspirar a posiciones de liderazgo", reflexiona.

Otro aspecto fundamental, agrega Rocío Fonseca, exgerenta de Innovación de Corfo y directora de MadeInnConce, es también la diversidad entre mujeres. "Cuando las mujeres logran acceder a C-Level, a cargos de directorio, también tenemos que buscar la diversidad en ellas, porque el patrón continuo que estamos viendo es que tienen perfiles muy similares a los hombres: tienen estudios en finanzas, MBA, y tenemos que buscar diversidad en todo sentido, no solamente de género", destaca.

Porcentaje de mujeres en puestos de liderazgo en unidades de innovación



Fuente Ranking MIC 2019-2024 EL MERCURIO

"Las unidades de innovación prosperan cuando se incluyen diferentes puntos de vista, y la participación femenina aporta nuevas perspectivas y enfoques creativos"

CLARITA CORTÉS
Head of Culture and Organizational Change del MIC Business Consulting.

"Cuando las mujeres logran acceder a C-Level, a cargos de directorio, **también tenemos que buscar la dive rsidad en ellas"**

ROCÍO FONSECA
Exgerenta de innovación de Corfo y directora de MadeinnConce

"Es necesario actualizar la cultura organizacional para que **el cambio ocurra tanto en las políticas como en la toma de conciencia"**

MARÍA ELBA CHAHÚAN
Fundadora y directora de empresas

Ranking Most Innovative Companies 2024

ECHEVERRIA IZQUIERDO

1° LUGAR
CATEGORÍA
INGENIERÍA, CONSTRUCCIÓN E INMOBILIARIAS

1° LUGAR
CATEGORÍA
HOLDING

Somos líderes innovadores en la industria de la construcción

DESAFIAMOS NUESTROS LÍMITES TRANSFORMANDO LA INDUSTRIA PARA AGREGAR VALOR AL ENTORNO

ESE BUSINESS SCHOOL Universidad de los Andes
MIC BUSINESS CONSULTING
ECHEVERRIA IZQUIERDO Edificaciones
ECHEVERRIA IZQUIERDO Inmobiliaria
ECHEVERRIA IZQUIERDO Montajes Industriales
PILOTES TERRATEST
NEXXO ECHEVERRIA IZQUIERDO
VSL
senda Inmobiliaria

EN EMPRESAS DE DIFERENTES RUBROS Y CON DIVERSAS TRAYECTORIAS Y AÑOS DE EXPERIENCIA:

Diez ejemplos de mujeres líderes en innovación y sus principales desafíos

Reunimos a una decena de profesionales en roles de liderazgo en innovación para realizarles tres preguntas clave. La interrogante común: los principales desafíos para las gerencias del área. La mayoría coincide en cómo combinar la mirada de corto y largo plazo; la adaptación rápida al cambio y la creciente importancia de la innovación abierta. En cuanto a cómo fomentar más representación femenina, se repite la relevancia de visibilizar, dar oportunidades y el rol que juega la cultura organizacional. **SOFÍA MALUENDA**

GERENTA CORPORATIVA DE TRANSFORMACIÓN Y SOSTENIBILIDAD:

Marie Auteroche, de Caja Los Andes

Es ingeniera comercial de la Business School of Management en Montpellier y Magíster en Administración de Empresas de la Universidad Austral.

—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy en día?

"Son múltiples y dinámicos. Lo más importante es conectar la innovación con el propósito de la organización. No es innovar por innovar, sino incorporar nuevas prácticas para responder a la estrategia del negocio y a las necesidades emergentes, poniendo a los clientes, colaboradores y proveedores en el centro. Es importante adoptar la innovación en todos los procesos, para atender las formas de las nuevas generaciones, pero sin dejar atrás a los que no son nativos digitales. Por eso es importante analizar tendencias, mirar lo que pasa afuera, buscar mejores prácticas, asociarse con otros, colaborar y apostar porque la innovación llegue a toda nuestra cadena de valor".

—¿Qué rol juega la innovación en la seguridad social?

"La seguridad social no es solo disponibilizar soluciones en ámbitos como salud, educación y tiempo libre, sino que éstas lleguen de la mejor manera a las personas respondiendo a sus necesidades reales. Y en esto la innovación es fundamental, porque los contextos cambian y las realidades de las personas también. Por ende, tenemos que buscar la mejor forma de llegar a ellas. Esto implica pensar desde cómo fortalecer la matriz de beneficios e impulsar buenas ideas apoyando el emprendimiento, hasta mejorar nuestras sucursales para la atención presencial, hacerlas más accesibles e inclusivas".

—¿Cómo pavimenta usted el camino para las generaciones de mujeres profesionales que vienen?

"El liderazgo exitoso es el resultado de la coherencia entre lo que decimos y hacemos. Esto significa que quienes estamos a la cabeza de los equipos, debemos asegurarnos que nuestras acciones reflejen los compromisos de la organización. Y ahí creo que la confianza es fundamental. Abrir las puertas a mujeres que quieren desafiarse en rubros o tareas que en el pasado eran tradicionalmente masculinas. Y en esto, la formación permanente y las oportunidades de desarrollo dentro de las mismas organizaciones es clave. Pero nada de esto traerá buenos resultados sin una cultura que promueva la conciliación y el balance de la vida laboral y personal".

CAJA LOS ANDES

"El liderazgo exitoso es el resultado de **la coherencia entre lo que decimos y hacemos**"

MARIE AUTEROCHE
Gerenta corporativa de Transformación y Sostenibilidad de Caja Los Andes

GERENTA DE INNOVACIÓN, *DATA & ANALYTICS*:

Claudia Ramos, de Banco Bci

Es ingeniera civil industrial de la Universidad de Chile con 25 años de experiencia en la banca.

—La banca ha sido un sector tradicionalmente masculino. ¿Eso ha presentado un desafío para usted, sobre todo alcanzando posiciones de liderazgo?

"Es cierto que la banca ha sido un sector tradicionalmente masculino, pero creo hemos ido avanzando en abrir más espacios para mujeres. De hecho, en Bci, el 42% de los puestos de liderazgo son ocupados por mujeres. Dicho eso, es evidente que todavía queda un largo camino por recorrer y que es necesario que existan más mujeres en posiciones de liderazgo en la banca.

Es un gran desafío para quienes asumimos lugares de liderazgo que no solo marquemos un referente, sino que vamos abriendo el camino para otras mujeres. En ese sentido, siento que es parte de mi responsabilidad como líder apoyar a otras mujeres para que también se atrevan, se desarrollen y obtengan posiciones de liderazgo".

—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy en día?

"Hoy en día estamos enfrentados a una permanente disrupción y como equipo de innovación tenemos que diseñar y contar con una estrategia que nos permita tener una organización alerta tanto para detectar como para responder con agilidad a estas oportunidades a través de metodologías y procesos que promuevan tanto la innovación incremental como disruptiva. Esta innovación debe traducirse en beneficios concretos para clientes y colaboradores en términos de procesos, productos y servicios.

Para que las innovaciones se hagan realidad es vital que toda la organización se mueva con el mismo propósito".

—En su caso, lidera el área de innovación, *data* & *analytics*, ¿cómo conversan estas tres?

"Son tres áreas que convergen con sus capacidades para impulsar palancas tradicionales de crecimiento, buscar nuevas fuentes de crecimiento y vinculación y, por supuesto, para hacer posible el banco digital. Hoy en día los datos y las capacidades de Inteligencia Artificial son claves para entender a nuestros clientes y van de la mano con la capacidad de experimentar, que es la base de un buen ciclo de innovación".

BANCO BCI

"Quienes asumimos lugares de liderazgo **vamos abriendo el camino a más mujeres".**

CLAUDIA RAMOS
Gerenta de Innovación, *Data* & *Analytics* en Bci.

Innovar es posible cuando existe un propósito

El de nosotros, crear oportunidades de prosperidad para todos con la integración de tres países que conformen un único mercado regional.

Es posible. Atrévete | nuam

Síguenos en @nuam
conoce más en nuamx.com

¡Por segundo año consecutivo obtuvimos el primer lugar en la categoría bebidas y jugos!

Ranking “Most Innovative Companies”

Alineado con nuestro propósito de “llegar juntos a todos los rincones para refrescar momentos y abrir oportunidades”, este reconocimiento refuerza nuestro compromiso con la innovación y el desarrollo sostenible de las comunidades donde operamos.

Coca-Cola ANDINA Chile

www.koandina.com

JEFA *SENIOR* DE INNOVACIÓN DE CCU (CERVEZA Y ANALCOHOLES):

Rosa Farías, de CCU

Es ingeniera en alimentos de la Usach, con tres diplomados: Dirección de Proyectos, Gestión de Innovación; y Gestión de operaciones y analítica.

—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy en día?

"El mayor desafío es poder ser capaces de leer o predecir las tendencias y necesidades del consumidor en un futuro y buscar predecir cuáles serán esas problemáticas. Para esto es clave comenzar a considerar la tecnología y la inteligencia artificial, ya que nos permitirá contar con más y mejores propuestas, en un menor tiempo. De esta manera podemos innovar para el mañana y no ser tan reactivos frente a lo que ya pasó. También es importante preguntarse si contamos con las herramientas necesarias y si los equipos tienen las habilidades que se requieren para ir en sintonía con los procesos de innovación en los distintos niveles".

—¿Cómo se refleja la innovación en la producción de bebidas?

"Se puede ver reflejada de distintas maneras como una nueva formulación, nuevos sabores o cambios acordes a los gustos del consumidor. También es posible innovar con el empaque del producto, con nuevas tecnologías de impresión en una lata o en una etiqueta. Incluso, yendo más lejos, también se puede innovar en el tipo de material que estás usando para envasar tu producto, como lo ha hecho Cachantun, que acaba de partir usando plástico reciclado en sus botellas".

—Como ingeniera en alimentos de profesión, ¿esperó estar trabajando en innovación y además liderando?

"¡Jamás me lo imaginé! Y creo que lo que me ha llevado a esta posición, siempre ha sido mi gusto por los cambios, por probar cosas nuevas, distintas. Y las eternas ganas de estudiar. Arranqué en una fábrica de una multinacional y pasé por varias áreas en los 11 años que estuve allí y en los últimos dos roles, trabajé en innovaciones. Cuando se dio la opción de este rol en CCU, no lo pensé dos veces. Ya llevo tres años y ha sido fascinante".

"Podemos innovar para el mañana y no ser reactivos frente a lo que ya pasó".

ROSA FARÍAS
Jefa *senior* de Innovación de CCU.

GERENTA DE EXCELENCIA:

Mariana Parody, de CMPC

Es ingeniera comercial de la Universidad de Buenos Aires, con posgrado en Gestión de Proyectos y Gestión de Personas. Más de 24 años de experiencia laboral.

—¿Cómo pavimenta el camino para las generaciones de mujeres profesionales que vienen, sobre todo para que puedan acceder a posiciones de liderazgo?

"Trato de fomentar la confianza y la visibilidad de las mujeres de mi equipo a quienes veo potencial, entregando proyectos estratégicos que les permitan demostrar sus habilidades a la organización. Por otro lado, entrego en forma constante, formal e informalmente mentoría o *coaching* y proporciono *feedback* regular para ayudar a desarrollar habilidades para el liderazgo. Soy promotora del balance vida-trabajo, con políticas flexibles, sin que esto afecte las posibilidades de crecimiento".

—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy?

"Primero, vinculación con la estrategia e impacto en valor; es importante que las iniciativas de innovación estén muy alineadas con los objetivos estratégicos de la compañía y generen valor real. Segundo, transformación digital y adopción tecnológica; integración de tecnologías emergentes como IA, *blockchain* e Internet de las cosas, entre otras. Tercero, la velocidad de innovación, considerando que los cambios están ocurriendo muy rápidamente, la capacidad de innovar ágilmente es clave. Y cuarto, atracción y retención de talento, que es un desafío constante".

—Lidera el área de competitividad y gestión de la innovación. ¿Cómo conversan e impactan en el negocio?

"Estas dos áreas están sumamente vinculadas. Hoy contamos con una estrategia al 2030 en CMPC que tiene grandes desafíos en el ámbito de competitividad. Para lograr esto, desde el ámbito de competitividad tenemos claramente identificadas las brechas en cada negocio y dónde éstas se pueden apalancar a través de proyectos de innovación. Es ahí como el área de innovación conecta con las necesidades de la operación para el cumplimiento de los resultados en competitividad".

CEDIDA

"Fomento la confianza y la visibilidad de las mujeres de mi equipo".

MARIANA PARODY
Gerente de Excelencia en CMPC.

"Es un gran desafío la velocidad con la que el mundo cambia, para lo cual la innovación es la clave para adaptarse".

ISABEL GONZÁLEZ
Gerente de Innovación de Productos de Nestlé Chile.

GERENTA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS:

Isabel González, de Nestlé Chile

Es ingeniera civil industrial con mención en bioprocesos y magíster en Ciencias de la Ingeniería de la UC, con cerca de 20 años de experiencia en la industria de alimentos.

—Trabajó por casi 15 años en otra empresa y hace cuatro años llegó a Nestlé. Cuando egresó de la universidad, ¿esperó algún día estar donde está?

"Cuando salí de la universidad tuve la ambición de involucrarme en proyectos que marcaran la diferencia y generaran un impacto positivo, por lo que la innovación y la industria de alimentos siempre me parecieron atractivas. Sin embargo, nunca imaginé que llegaría a liderar el área de innovación de una compañía con la reputación, trayectoria y relevancia en el mundo como Nestlé. A lo largo de mi carrera, he tenido la oportunidad de trabajar con muchas personas que me apoyaron en el desarrollo de habilidades y conocimientos que me han permitido crecer profesionalmente, y hoy me siento afortunada de estar en este rol.

—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy en día?

"Los equipos de innovación enfrentan múltiples desafíos. Algunos de los más relevantes son la integración de nuevas tecnologías (como la inteligencia artificial para mejorar procesos y productos), así como la adaptación a las tendencias globales que hoy priorizan la sostenibilidad y la transparencia. En este punto es un gran desafío la velocidad con la que el mundo cambia, para lo cual la innovación es la clave para adaptarse a este entorno.

Es importante mantener una cultura de innovación interna que incentive la mentalidad emprendedora en todos los niveles y así innovar no solo en productos, sino también en procesos y tecnología. Esto debe ir acompañado con un modelo de innovación abierta, ya que es fundamental colaborar y relacionarse con otros actores como *startups* y universidades, para conformar un amplio ecosistema que te permite ser más ágiles y dinámicos en el proceso".

—¿Cómo poner la innovación al centro de la estrategia de una gran empresa?

"Para una empresa con la trayectoria de Nestlé, con más de 150 años en el mundo y 90 en Chile, tener la innovación en el centro de nuestra estrategia implica integrar de manera orgánica y consistente la investigación y el desarrollo (I+D) en todas nuestras áreas de negocio. Vemos la innovación como una forma de abordar los desafíos actuales y futuros relacionados con la nutrición y la salud de las personas, guiada por principios que se centran en mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable. En esa línea, a fines de 2022 se inauguró en Chile el primer Centro de Investigación y Desarrollo (I+D) de Nestlé en Latinoamérica con el fin de innovar para y con los consumidores de la región, aprovechando las capacidades globales de ciencia y tecnología de la compañía".

NESTLÉ

ESE BUSINESS SCHOOL
Universidad de los Andes

MIC BUSINESS CONSULTING

Colbun
Transforma • Impulsa • Sueña

NUESTRA HUELLA ES IMPULSAR UN MEJOR FUTURO PARA TODOS

1° LUGAR
RANKING 2024
MOST INNOVATIVE COMPANIES
COLBÚN
CATEGORÍA
ENERGÍA

En Colbún, la innovación es mucho más que una palabra. Para enfrentar los desafíos energéticos del presente y del futuro, es fundamental estar en constante evolución, liderando una transición energética responsable.

colbun.cl @colbunenergia @colbunenergia @energiacolbun ColbunEnergia Colbun S.A

GERENTA DE DIGITAL FACTORY:

Josefa Ayarza, de Lipigas

LIPIGAS

Es ingeniera en ejecución en Informática de la Universidad Técnica Federico Santa María y ha cursado diplomados en desarrollo gerencial y ciberseguridad.

—Ha hecho carrera en Lipigas desde que llegó a la empresa hace más de 20 años. ¿Cómo ha sido ese camino recorrido y llegar a liderar el área de innovación?

"Ha sido un privilegio participar en este camino de 39 años en Lipigas, donde he podido participar e impulsar cambios en los procesos e incorporación de tecnología de vanguardia en cada uno de los momentos, con el foco de generar un mejor servicio de nuestros clientes, calidad de vida en nuestros colaboradores y aumento del Ebitda.

En este viaje lo más importante han sido las personas que han sido parte de él, ya que son quienes aportan con sus talentos, valentía y compromiso en los distintos momentos".

—¿Qué es la Digital Factory y qué papel juega la innovación allí?

"A través de la Digital Factory, concretamos los proyectos de innovación, de las distintas áreas del negocio, y está formada por personas con liderazgo, alto conocimiento de tecnología y del negocio.

Tiene dos grandes pilares que están unidos e interrelacionados entre ellos, siendo el primero el Servicio Informáticos, que reúne todos los aspectos que dan la continuidad a la operación del negocio (telecomunicaciones, infraestructura, entre otros). El segundo pilar es el que tiene relación con el desarrollo y uso de herramientas, plataformas tecnológicas, aquí tenemos las células de SAP, Web, App, DevOPps, Datos y Analítica, IA. El tercer pilar es la Ciberseguridad, que es responsable de los aspectos de confiabilidad, disponibilidad e integridad de los sistemas e información".

"La innovación es un proceso que se caracteriza por ser multidisciplinario y **requiere valentía y empuje, ya que innovar nos lleva a territorios desconocidos"**

JOSEFA AYARZA
Gerente de Digital Factory de Lipigas.

—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy en día?

"Las gerencias de innovación tienen un gran desafío de ir en búsqueda de oportunidades, tanto de nuevos negocios, como también en el negocio base, para generar mayor valor para colaboradores, proveedores, clientes, comunidad y accionistas. La innovación es un proceso que se caracteriza por ser multidisciplinario y requiere valentía y empuje, ya que innovar nos lleva a territorios desconocidos. En este sentido, creo que el desafío de las gerencias de innovación está en cómo administrar esta dualidad de innovar en el negocio base, al mismo tiempo que se está abierto a nuevas disrupciones. Algo como lo que el profesor Michael Tushman describiera como el concepto de organización ambidiestra".

SUBGERENTA DE INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN:

Danica Music, de Sodimac

SODIMAC

Ingeniera comercial de la Universidad de Chile. Ha trabajado en empresas de diferentes sectores y hoy también es presidenta del Comité de Innovación de la CCS.

—Ha trabajado en innovación por varios años en empresas de diferentes rubros. ¿Qué es lo que más le mueve de la innovación y trabajar en ella, además liderando?

"Lo que más me mueve es trabajar con personas de diferentes miradas, visiones, *expertise* y llevarlas en conjunto a trabajar en un objetivo común que no es trivial. Es un propósito muy lindo que la innovación sea una disciplina que se dedica a entender problemas para dar soluciones a los cambios que se viven en el día a día. Liderando, me he dado cuenta de la fortaleza que me ha dado el tener una gemela idéntica. Estoy acostumbrada desde pequeña a pensar en el otro, en cómo se siente, en qué está pensando y cómo apoyar. Esto me ha ayudado mucho en la gestión de innovación, porque la habilidad de empatía, comunicacional y de colaboración es clave para convocar a los equipos a conseguir objetivos muy desafiantes".

"Liderando, me he dado cuenta de **la fortaleza que me ha dado el tener una gemela idéntica".**

DANICA MUSIC
Subgerenta de Innovación y Digitalización de Sodimac.

—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy en día?

"Si asemejamos la innovación al atletismo, tenemos tres carreras: los 100 metros (innovación *core*), los 5.000 metros (innovación adyacente) y la maratón (innovación disruptiva). La innovación de corto plazo son los 100 metros, en la cual encuentras mejoras en modelos de negocios y optimización de procesos. Pero la transformacional es la maratón, para correrla hay que prepararse, disponer de recursos claves, ser constate, disciplinado y tener un objetivo de largo plazo. Sin embargo, lo más importante es no invertir recursos para abandonar la carrera al kilómetro 32, para lo cual es clave el compromiso de los directorios en esta mirada de mediano y largo plazo.

En mi rol empujo la visión de fomentar la innovación disruptiva, esa que hace crecer y desarrollarse a los países de la mano de *startups* y grandes compañías. El foco está en transformar el negocio, potenciando el *core*, pero abriendo estrategias a nuevos modelos de negocio que se hagan cargo de problemas o desafíos grandes como país o industria.

—¿Cómo genera espacios de innovación también dentro de su equipo?

"Tenemos un programa donde estamos capacitando en conceptos de innovación, proceso del mismo, generación de proyectos y habilidades comunicacionales a todos los lideres que trabajan en las más de 70 tiendas a nivel nacional. Esa capacitación la hacemos junto con mi equipo directo y llevamos a más de 600 personas que han vivido la experiencia. Asimismo, estamos impulsando con las jefaturas de áreas un plan para el desarrollo de líderes de innovación, intraemprendedores de diferentes ámbitos a quienes capacitamos con metodologías disruptivas y los convocamos a ser parte de los propios proyectos de innovación".

"Es fundamental incorporar capacidades externas **a través de proyectos de innovación abierta".**

CAROLINA PRADO
Subgerente de Innovación y Sostenibilidad en Copefrut.

SUBGERENTA DE INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD:

Carolina Prado, de Copefrut

COPEFRUT

Ingeniera agrónoma de la Universidad de Chile, con un Magíster en Innovación de la Universidad Católica. Tiene más de 10 años de experiencia en la incorporación y sistematización de la innovación corporativa.

—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy en día?

"Los principales desafíos para las gerencias de innovación dependen del nivel de madurez tanto de la empresa como del área de innovación. En general, es clave balancear cómo se integran las unidades de negocio, que suelen estar enfocadas en la operación diaria, en la búsqueda de nuevas oportunidades. Gestionar esa dualidad es un reto importante. Además, es fundamental incorporar capacidades externas a través de proyectos de innovación abierta con *startups*, academia y otros actores, asegurando una buena gestión de tiempos y expectativas para alinear a todas las partes involucradas".

—¿Qué rol debe jugar la innovación en el agro?

"La innovación en el sector agrícola en Chile es una de las herramienta disponibles para alcanzar diferentes objetivos estratégicos, adaptándose a las necesidades específicas del sector. En mi opinión, para el agro, debería enfocarse en mejorar la productividad, sostenibilidad y competitividad. Dado el impacto del cambio climático, la escasez de recursos y el aumento de la demanda de alimentos, la innovación es crucial para explorar nuevas oportunidades en estos temas y asegurar que las empresas se mantengan competitivas y cumplan con los estándares exigidos por mercados globales".

—Cuando se tituló como ingeniera agrónoma, ¿esperó alguna vez terminar liderando temas de innovación?

"Cuando salí de la 'U', el término 'innovación' no estaba tan de moda (se ríe). Sabía que quería seguir estudiando, pero primero necesitaba ganar experiencia en el terreno para decidir el rumbo. Años después, con más rodaje y muchas ganas de hacer cosas nuevas, surgió la oportunidad de unirme a la primera generación del Magíster en Innovación de la PUC. ¡Y aquí estamos hoy!".

CLÍNICA ALEMANA

GERENTA DE PRODUCTO DIGITAL E INNOVACIÓN:

Loreto Bezamat, de Clínica Alemana

Ingeniera comercial de la Universidad Católica, con más de 18 años de experiencia liderando procesos de transformación, digitalización y desarrollo de productos.

—¿Cuál es la importancia de innovar en el área de la salud?

"En un contexto de acelerados cambios, los desafíos que enfrenta el sector salud son profundos. La innovación se posiciona como un eje central hacia este camino, donde la colaboración entre el sector público, privado y académico son claves para lograr resultados sostenibles y de impacto, y a su vez ser ágiles en la toma de decisiones e implementación de las soluciones. La innovación es el motor que posibilita ampliar las posibilidades de salud para los pacientes, nos permite resolver problemáticas existentes y anticiparnos a las que vienen, con la mirada puesta en las necesidades presentes y al mismo tiempo con la visión de la medicina del futuro".

"La innovación debe ser un elemento estratégico **transversal a todas las áreas".**

LORETO BEZAMAT
Gerenta de Producto Digital e Innovación de Clínica Alemana

—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy en día?

"Probablemente, uno de los mayores desafíos que enfrentan las organizaciones es lograr el equilibrio de ser ambidiestras, donde deben convivir tanto los objetivos de corto plazo —que conllevan el fortalecer la propuesta de valor hoy— como los objetivos de largo plazo, que permiten construir el futuro a través de una visión estratégica para brindar resultados sostenibles. Lograr y mantener este balance es clave para adaptarse a un entorno en constante cambio. Al mismo tiempo, otro desafío importante es promover el cambio cultural en las organizaciones: la innovación debe ser un elemento estratégico transversal a todas las áreas.

En nuestra experiencia, abordar ambas áreas de forma conjunta (producto digital e innovación) ha acelerado significativamente el desarrollo e implementación de iniciativas, optimizando el uso de la tecnología y alineando esfuerzos".

—¿Cómo pavimentas el camino para que las nuevas generaciones de mujeres profesionales puedan llegar a posiciones de liderazgo?

"Hombres y mujeres somos corresponsables en pavimentar el camino para que sea efectivo que lleguen nuevas generaciones de mujeres a posiciones de liderazgo. En Clínica Alemana tenemos un 75% de representación de mujeres y con alta presencia en roles de liderazgo: 55% en gerencias y subgerencias y 55% en jefaturas. Destacaría dos aspectos que me parecen importantes para impulsar las mujeres en roles de liderazgo: por un lado, la importancia de destinar y proteger tiempo para el desarrollo de redes y de formación y, por otro lado, creo clave visibilizar a mujeres líderes, en distintas áreas y celebrar los logros, lo que permite inspirar a nuevas generaciones".

CEDIDA

DIRECTORA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO:

Rosario Fernández, de VSPT Wine Group

Ingeniera comercial de la Universidad Católica, con más de 20 años liderando equipos de márketing e innovación.

—Ha hecho carrera en VSPT, entrando como *brand manager* en 2006. ¿Cómo ha sido ese camino recorrido y llegar a posiciones de liderazgo?

"Mi recorrido ha sido desafiante y apasionante. Lo tomo como un viaje, en el que he ido creciendo, aprendiendo, teniendo éxitos y fracasos, tanto en lo profesional como en lo personal. A lo largo de los años fui asumiendo responsabilidades más amplias en márketing, lo que me brindó la oportunidad de liderar estrategias más integrales.

Cuando surgió la opción de liderar el área de innovación de VSPT, vi la oportunidad de combinar mi experiencia en marketing con mi pasión por las nuevas tendencias.

Llegar a posiciones de liderazgo ha sido la combinación de aprendizaje constante, adaptación y colaboración. Sin duda tener equipos a cargo es uno de los desafíos más complejos, las personas tenemos distintas motivaciones, personalidades y tiempos, por lo que lograr consensuar y alinear a todo el equipo en el propósito común del negocio es clave. Para lograrlo he aprendido que la comunicación es fundamental y vital, no solo basta tener una robusta estrategia, si los equipos no la viven y se empoderan de ella. Una comunicación efectiva es una competencia que como líder hay que aprender, practicar y mejorar continuamente".

"No solo basta tener una robusta estrategia, si los equipos no la viven y se empoderan de ella".

ROSARIO FERNÁNDEZ
Directora de Innovación y Desarrollo de VSPT Wine Group.

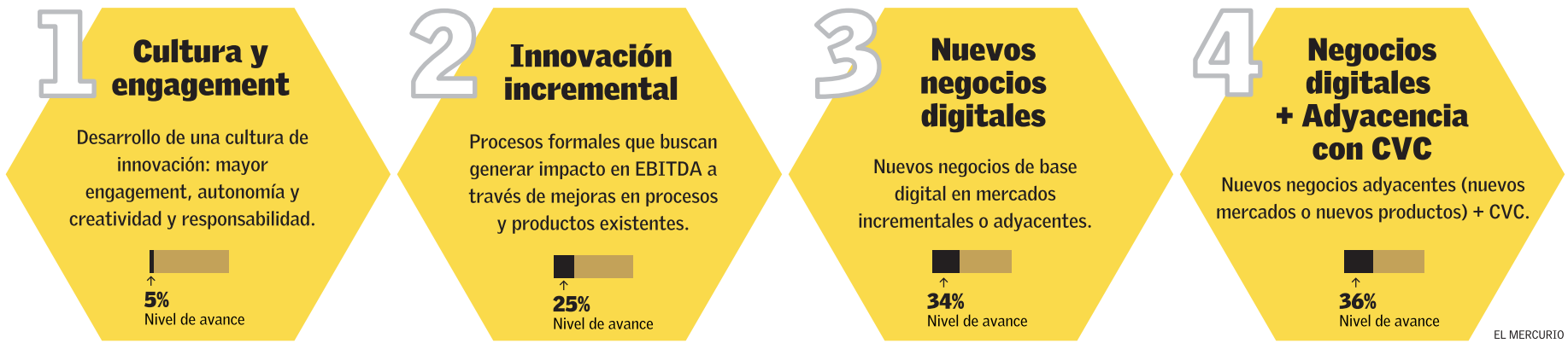
—¿Cuáles son los principales desafíos que debieran estar abordando las gerencias de innovación hoy en día?

"Primero, anticipar y liderar cambios en el consumidor; el liderazgo en innovación implica estar un paso adelante en la identificación de tendencias y cambios en las expectativas del consumidor. Segundo, pasión por crear transformación cultural; innovar no es solo lanzar productos nuevos, sino también transformar y agregar valor a la cultura interna de la organización. Y tercero, colaboración estratégica con aliados clave; construir alianzas estratégicas con proveedores, *startups* y otros actores para desarrollar soluciones innovadoras.

—¿Cómo se puede innovar en el sector vitivinícola?

"De diferentes formas, tenemos que pensar que la innovación puede tener diferentes frentes: proyectos, productos, procesos, modelos de negocios, cultura entre otros. Por lo que las oportunidades no faltan. Podemos pensar en novedades en productos, ejemplos de ellos son los bajos en alcohol, distintos sabores, formatos para llevar o individuales, mundo burbujas, etc. O en nuevos procesos que incorporen tecnología en el viñedo y nuestras bodegas, o en nuevas prácticas de sostenibilidad e impacto medioambiental positivo. Nos queda mucho por hacer, es una industria muy noble y propia de Chile".

Grandes empresas y las olas de innovación



Fuente: MIC Business Consulting

EL MERCURIO

SOLO 5% DE LAS GRANDES COMPAÑÍAS SE ENCUENTRAN "MUY REZAGADAS" EN MATERIA DE INNOVACIÓN:

Siete de cada diez empresas ya están en la etapa de los negocios digitales

Entre los cambios más significativos que han experimentado las corporaciones están el enfoque de la innovación, la estructura organizacional, la inversión y medición y los sectores en avance.

MARISA COMINETTI

Diversas tendencias que reflejan momentos cruciales en la manera en que las grandes empresas chilenas han aplicado la innovación es lo que se advierte al analizar la evolución que esta ha experimentado en el país en la última década y media. A través de las llamadas olas de innovación se observa cómo las corporaciones se han involucrado en el proceso de crear nuevos productos, servicios o negocios que generan valor en una economía global, competitiva y, ahora, digital.

Desde MIC Business Consulting comentan que cada ola —de las cuatro que existen— ha permitido desarrollar capacidades y estrategias para adaptarse a las nuevas demandas. Y hoy 7 de cada 10 compañías ya se encuentra en la etapa avanzada de negocios digitales.

En la otra vereda, un 30% de las empresas siguen rezagadas o muy rezagadas, al estar en las dos fases iniciales.

De hecho, la primera ola —explican en MIC—, que apunta a fomentar una cultura innovadora con un mayor *engagement*, autonomía, creatividad y responsabilidad, es decir, al cambio de mentalidad sin necesariamente vincularse a resultados financieros, ya fue superada por la gran mayoría en 2015, aunque todavía queda un 5%.

Luego vino la segunda ola, donde la innovación incremental ganó protagonismo, con mejoras de procesos y productos existentes para impactar los resultados económicos medidos a través del Ebitda, tasas de conversión y velocidad del proceso. Desde 2019, el grueso superó esta fase y solo resta un 25%.

Con la pandemia y despegue de la digitalización, la tercera ola evidenció la necesidad de un efecto tangible en el Ebitda y valorización corporativa, con un alza de negocios digitales en mercados incrementales o adyacentes. En esta corriente principal hay 36%.

Le siguen las líderes que desde 2021 están en la cuarta ola (34% de las grandes empresas), con foco en los negocios digitales, abriéndose a nuevos productos y mercados vía la innovación abierta y el *corporate venturing* para acelerar la creación de valor, con modelo como el *corporate venture capital*, *venture client*, aceleradoras corporativas y *company building*.

Sobre la innovación abierta y vinculación con *startups*, Camila Postigo, gerenta de Selección y Crecimiento de Endeavor Chile, señala que "es fundamental que las grandes empresas fortalezcan su vínculo con *scaleups*. Estas no solo ofrecen soluciones innovadoras que optimizan procesos y mejoran la eficiencia, sino que también abren puertas a nuevas oportunidades de crecimiento conjunto y nuevos modelos de negocios. Al trabajar de la mano, tanto las *scaleups* como las grandes empresas se benefician, creando un ecosistema dinámico donde la innovación impulsa a todos hacia adelante".

Por su parte, desde la Sofofa, su presidenta, Rosario Navarro, dice que "promovemos una cultura de innovación en el país porque reconocemos en esto uno de los habilitadores para que Chile vuelva a crecer al 4%. De hecho, hace cinco años creamos SOFOFA Hub como una forma de juntar a las empresas para abordar sus desafíos tecnológicos de manera colaborativa y poder articular a las empresas con el ecosistema de innovación y emprendimiento". En esa línea, agrega que a través del programa de *venture client* SOFOFA Hub, están ayudando a compañías de distintos sectores a encontrar y validar soluciones de IA aplicadas a desafíos de su operación. También han puesto foco en el desafío de la capacitación y reconversión de los trabajadores buscando modelos de reconversión rápidos y ágiles, junto al despliegue de nuevos talentos".

PRINCIPALES **CAMBIOS**

Con todo, la evolución de la innovación corporativa generó una serie cambios, precisan desde MIC Business Consulting. Aquí los cuatro más significativos:

CAMBIO DE ENFOQUE. Mientras que hace una década el énfasis estaba en impulsar cambios culturales, hoy la prioridad es claramente la creación de valor. Las empresas chilenas han comprendido que para que la innovación sea sostenible, debe generar valor tangible.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. La figura del gerente de Innovación y la Unidad de Innovación en las empresas se han consolidado y fortalecido, reflejando un compromiso más profundo con la innovación.

INVERSIÓN Y MEDICIÓN. El porcentaje del Ebitda destinado a innovación ha crecido notablemente, mostrando una clara inclinación a la innovación incremental, y se han establecido indicadores específicos para medir el impacto real de la innovación en los resultados financieros de las empresas.

SECTORES EN AVANCE. Sectores como telecomunicaciones, transporte, servicios financieros y minería lideran la innovación en Chile, mientras que otros, como los extractivos y sociales, presentan oportunidades de mejora.

"Desde Sofofa promovemos una cultura de innovación en el país porque reconocemos en esto uno de los habilitadores para que Chile vuelva a crecer al 4%".

ROSARIO NAVARRO
Presidenta de Sofofa.

ESE BUSINESS SCHOOL Universidad de los Andes
MIC BUSINESS CONSULTING
Most Innovative Companies CHILE
Las mutualidades de empleadores son fiscalizadas por la Superintendencia de Seguridad Social (www.suseso.cl)
achs

LAS CAPACIDADES QUE REQUIEREN PARA CUMPLIR LAS NUEVAS EXIGENCIAS DEL CARGO

El perfil de los responsables de las áreas de innovación: con experiencia, mentalidad global y formación internacional

El 66% de los ejecutivos que están al mando de esta división, independiente del factor género, cuenta con estudios de posgrados en Chile y el extranjero, sobre todo de negocios e innovación. Esta diversidad en la composición ejecutiva dista bastante de lo que ocurría hace 15 años: todos tenían un MBA y este lo habían realizado en el país. La edad, sin embargo, se ha mantenido bastante homogénea, ya que en 2009 promediaba los 41 años y ahora es de 43. **MARISA COMINETTI**

Los líderes de innovación no solo tienen una base sólida en la gestión empresarial, sino que están capacitados para abordar los desafíos del futuro desde una perspectiva estratégica y global. Así lo han entendido las empresas y lo han ido plasmando en sus decisiones y conformación interna.

Pero llegar a esa convicción ha tomado tiempo de parte de quienes dirigen las grandes compañías, ya sea desde la gerencia general, como también del directorio. Este proceso de adaptación y aprendizaje ha llevado a que la innovación transite como una subárea complementaria a una división

"Inicialmente, los gerentes de Innovación se contrataban pensando que eran los responsables de hacer innovación. Entonces, se contrataban perfiles altamente creativos, pero que tenían muy poca capacidad de gerenciamiento; por lo tanto, no funcionaban. Eso ha ido evolucionando, particularmente con el profesionalismo de los ejecutivos. Muchos han hecho un máster, ya sea afuera o en Chile, entonces tienen claro cuál es su rol, que es el de facilitar la innovación, pero no hacerla, ya sea a través de entrenamiento, recursos, capacitaciones, participar en tomas de decisión, etc.", señala Iván Díaz-Molina, director del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la Universidad de los Andes. Asimismo, dice que en muchos casos estos líderes tienen hoy el rol de relacionarse con el entorno, es decir, fuera de la organización, algo que antes no hacían.

Esta evolución, sostiene Juan Pablo Román, *partner* de Amrop Chile, firma de *búsqueda de ejecutivos y consultoría de directorios*, tiene relación con la importancia que ha tomado la innovación como área estratégica del negocio, con una posición cada vez más crítica, más relevante y con una exposición a la primera línea gerencial: "Lo que partió siendo un cargo del área de tecnología y sistemas, se ha ido transformando en un perfil más ligado al negocio, porque para hacer nuevos negocios o ampliar el existente, hay que hacerlo de forma distinta e innovadora".

"En muchos casos estos líderes tienen hoy el rol de relacionarse con el entorno, es decir, fuera de la organización, algo que antes no hacían".

IVÁN DÍAZ-MOLINA
Director del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School, U. de los Andes.

MÁS **INTEGRALES**

En los últimos 15 años, el perfil de los líderes de innovación ha cambiado tanto desde el punto de vista de sus estudios, como de sus habilidades, conocimientos y, por cierto, en la brecha de género. De hecho, el informe 2024 del Ranking MIC revela que casi un tercio de quienes ocupan el cargo son mujeres (32,5%) versus su nula presencia en 2009, cuando el 100% eran hombres (ver infografía).

Este avance, señala Román, se explica precisamente porque antes este cargo estaba asociado a tecnología y son menos las mujeres que se especializan en esto, pero al pasar a ser un cargo de negocio la oferta disponible de mujeres se amplía, con perfiles más ligados al área comercial, de marketing y operaciones. A ellos se suma el interés activo de las corporaciones de poder generar nuevas oportunidades para que ellas tomen más posiciones de liderazgo

Sobre la formación académica, el 66% de los líderes de innovación cuenta con estudios de posgrado, principalmente MBA o en Innovación, y un 36% los ha realizado en el extranjero. Ambas características difieren bastante de lo que ocurria en 2009, cuando solo 9% tenía un magíster (MBA) y el 100% lo había cursado en Chile.

En sus intereses también se observa una mayor diversidad, ya que si antes la última capacitación había sido en creatividad, ahora destacan temáticas como inteligencia artificial, innovación y negocios, entre otras.

Algo que sí se ha mantenido en estos años es la edad promedio de los líderes: dentro del rango de los 40. En todo caso, Román precisa que el tema de innovar no tiene que ver con edad, porque lo que buscan las compañías son ejecutivos que tengan "las ganas", experiencia, capacidad de empujar y de llevar adelante los proyectos que realmente transforman y también el nivel de estar en un cargo de primera línea. En ese sentido, recalca que hay profesionales que con 35 años tienen un "tremendo" *seniority*, pero también hay otros de más edad que tienen las características para ser un buen gerente de innovación.

"Al no ser un cargo que está en todas las empresas, hay bastante dispersión de renta, aunque para quienes ya la tienen se trata de una posición que está al mismo nivel de una gerencia deprimera línea".

JUAN PABLO ROMÁN
Socio de Amrop Chile.

En la última medición se constató que el CEO participa, en promedio, en 18 actividades de innovación durante el año.

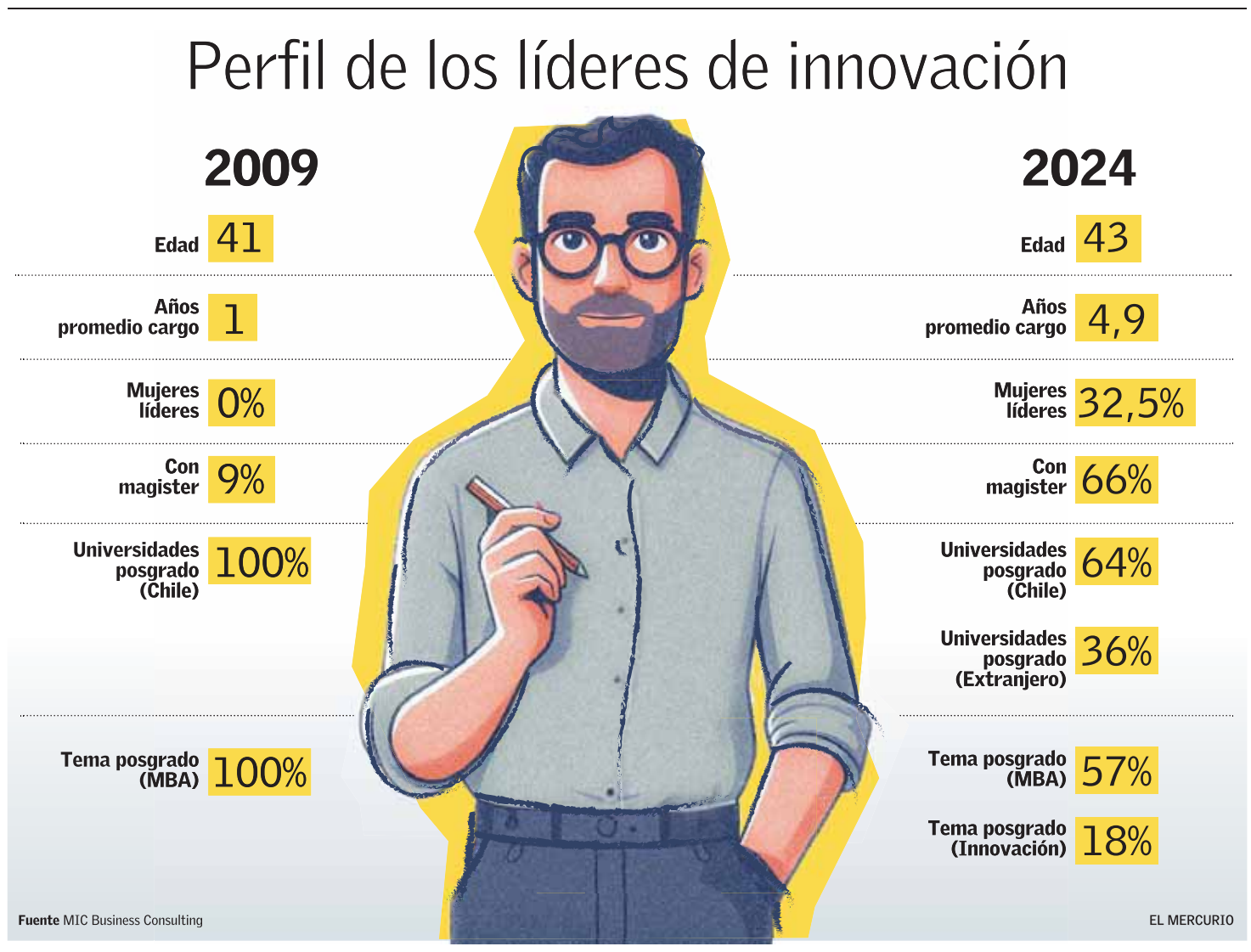
"Ya no se busca al nativo digital, sino alguien que conozca hacia dónde se mueve la economía digital o este nuevo mundo de negocios que es cada vez más digital", precisa el socio de Amrop. Agrega que las empresas quieren personas que sean capaces de articular nuevos proyectos estratégicos para la compañía y de esa forma generar el impacto que se busca. "Generalmente son perfiles con una personalidad evangelizadora, porque a veces trabajan solos (es una gerencia que no tiene equipo o bien es pequeño) y tienen que articular a mucha gente que no trabaja para ellos para sacar adelante los nuevos proyectos o negocios", explica.

Según las cifras del último informe, el impacto de la innovación sobre el Ebitda es de 8,2% y se espera que a 2027 alcance el 12%.

ENTORNO CONJUNTO

La aceleración de la tecnología es para Iván Díaz-Molina el principal desafío al que se enfrentan las empresas, pues les exige mantenerse al día en todos los aportes que las nuevas tecnologías pueden ofrecer a las empresas. Esto, explica, supone un reto para los gerentes de Innovación porque las nuevas tecnologías son principalmente digitales, por lo que hoy estos líderes se superponen con los Chief Technology Officers, que son profesionales que tienen un perfil más técnico, pero a nivel estratégico, entonces, hay una intersección entre esos dos cargos. En términos generales, el rol del CTO implica liderar la implementación y gestión efectiva de la tecnología para alcanzar los objetivos comerciales establecidos de la compañía.

Otro desafío, destaca el también director del Área de Estrategia del ESE, es el tema de poder, lo que se llama tener capacidad absortiva, es decir, identificar afuera lo que le sirve a la empresa desde el punto de vista de la tecnología. Esto ha llevado a innovaciones abiertas y *corporate venture capital* (CVC), que son capacidades muy distintas a las que originalmente tenían los gerentes de Innovación. Por ejemplo, los CVC no necesariamente están siendo manejando por estos líderes, sino por quienes dirigen esta área específica de vinculación e inversión en *startups*. "Entonces, la innovación de las empresas ahora se está dando desde varios ángulos. Por un lado, está el CTO, y por otro, las gerencias de Innovación y de *corporate venture capital*", sostiene Díaz-Molina.



LAS NUEVAS PREOCUPACIONES DE LOS CEO

Una opinión generalizada entre los CEO es que la única forma de seguir sosteniendo el crecimiento es a través de la expansión de sus negocios fuera del país. Esto se sustenta en la obligación que tienen de buscar los mercados más ágiles, que les permitan lograr sus metas de crecimiento. Pero el reciente estudio también detectó tres nuevos ámbitos de acciones donde se concentran sus preocupaciones. Estos son:

NET ZERO

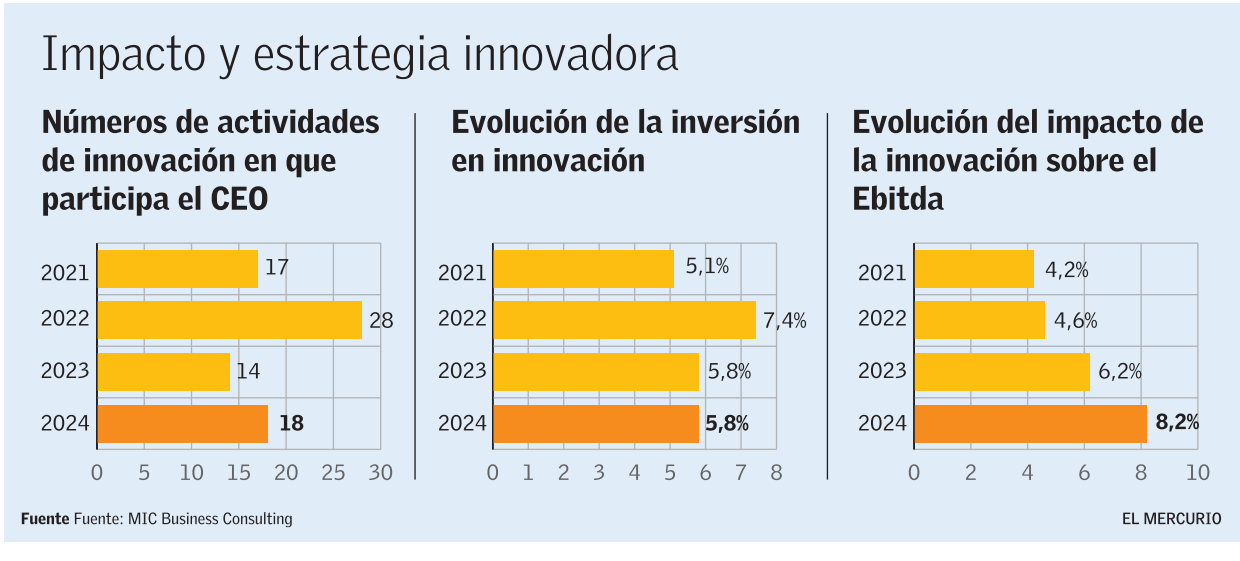
Alcanzar una *performance* de cero emisión ya se considera una prioridad concreta, cercana y visible en las grandes empresas, ya que la gran mayoría de ellas tienen metas específicas para utilizar fuentes de energía que generen el menor impacto sobre el efecto invernadero. Con el tiempo, esta filosofía se ha ido moviendo aún más allá, vigilando y reduciendo la huella hídrica a través de circuitos cerrados de uso de agua, con metas y KPI concretos para lograr resultados sostenibles y visibles.

LA GENERACIÓN Z

Los también llamados *centennials* (nacidos entre 1995 y 2010) recién se están incorporando al trabajo y el consumo, por lo tanto, es un fenómeno nuevo del cual no se tiene experiencia sobre sus patrones de comportamiento. Los Z son completamente digitales y prefieren comprar solo por esos canales. También son más exigentes en cuanto al comportamiento y responsabilidad de las marcas. No les gusta invertir en activos y son notoriamente orientados a marcas pequeñas, emprendedoras y ecológicas, lo cual es un desafío para las marcas masivas en cuanto a la forma de interactuar y mantener su liderazgo. Por ejemplo, están alerta a los componentes de los productos y lo saludables que son, e incluso cuando toman la decisión menos saludable, esta será informada y sustentada en el conocimiento que viene desde las redes sociales.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Esta tecnología puede llegar a cambiar sustancialmente los puestos de trabajo y el perfil de los colaboradores, ya que se requerirán personas con un mayor perfil digital, con naturalidad para el uso de asistentes digitales avanzados, los que están recién apareciendo. Esto presenta enormes desafíos de reconversión y entrenamiento del equipo.



cmpc

EL BIOFUTURO YA ESTÁ AQUÍ, POR ESO APOSTAMOS POR LA INNOVACIÓN

Fuimos escogidos por la Escuela de Negocios de la UAndes y Most Innovative Companies **como la empresa más innovadora de Chile en la categoría Celulosa, Papel y Derivados Forestales.**

ESE BUSINESS SCHOOL
Universidad de los Andes

Most Innovative Companies CHILE

MIC BUSINESS CONSULTING

ANÁLISIS ELABORADO POR MIC BUSINESS CONSULTING:

El perfil de las compañías que se impusieron en las 39 categorías del ranking

Estas son las empresas más destacadas por su capacidad de innovación corporativa en el año 2024. De ellas, dos fueron especialmente reconocidas al cumpirse 15 años de elaboración de este estudio: Copec recibió el galardón a la firma más admirada por sus pares en materia de innovación, y el banco Bci recibió un reconocimiento a su trayectoria liderando el sector banca desde el inicio del ranking. **FERNANDA GUAJARDO Y MANUEL FERNÁNDEZ**

Raimundo Monge, director general del ESE Business School, entrega el premio a Ricardo Sateler, *chief operating officer*, y Teresita Morán, *country manager* Chile de Buk.

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

BUK

WWW.BUK.CL

Buk es un *software* de gestión de personas que centraliza tareas como remuneraciones, gestión de talento y más, en una única plataforma. Fundada en Chile en 2017, la empresa tiene sedes en Perú, Colombia, México y próximamente en Brasil.

MIC 2024 la define como "una de las empresas pioneras en la transformación de los *softwares* de gestión de personas hacia plataformas simples e intuitivas. Destaca en su categoría por su proceso de innovación, enfocado en mejorar continuamente tanto sus productos como sus procesos mediante el uso de tecnología. Además, ha implementado una serie de iniciativas novedosas en el ámbito de la gestión de personas, como la creación de un área de investigación y un ecosistema de recursos humanos que visibiliza temas relevantes para las organizaciones".

Como ejemplo de innovación, destaca la formación de su nueva área de Investigación en HR Tech, "convirtiéndose en referentes en el ecosistema y proveyendo información confiable basada en evidencia y análisis para mejorar la toma de decisiones en la gestión de personas".

Raimundo Monge entrega el premio a Pablo Cruzat, CFO, y Rocío Silva, gerenta de Servicios Digitales de Principal Asset Management.

ADMINISTRADORA DE FONDOS

PRINCIPAL

WWW.PRINCIPAL.CL

Empresa que presta servicios de asesoría, inversión y distribución de productos financieros a través de una administradora general de fondos. Opera en Chile hace más de 20 años y tiene 16 sucursales. Es parte de Principal, una empresa estadounidense especializada en pensiones y administración de activos.

El ranking MIC 2024 remarca especialmente que la administradora "está transformando la industria de las inversiones. La innovación es parte del ADN de la compañía. En ese contexto, la inteligencia artificial surge como poderosa herramienta para modelar los paradigmas de inversiones, mejorar la eficiencia operativa y también mejorar de manera sin precedentes la experiencia del cliente".

Como experiencia de innovación de la empresa, se destaca su "asesoría de inversiones personalizada y 100% digital y la pasarela de pagos con la *startup* Toku".

Patricio Cortés CEO y socio principal de MIC Business Consulting, entrega el premio a Daniela Zecchetto, presidenta, y Ariel Flores, gerente de Servicios Digitales de Cuprum.

ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES

AFP CUPRUM

WWW.CUPRUM.CL

Administradora de fondos de pensiones con más de 40 años en el mercado chileno. Hoy es parte de Principal, empresa estadounidense con foco en pensiones y administración de activos. Cuenta con 1.300 empleados y atiende a más de 600 mil clientes en Chile.

Según MIC 2024, destaca en su categoría por "su proceso de innovación que lidera la mejora de la experiencia del cliente a través de modelos de atención remota, eficiencia operativa y colaboración con *startups*".

Como ejemplo de sus prácticas innovadoras la consultora apunta a su "modelo de sucursal virtual, con atención remota y videollamada, incluyendo trámites de pensión".

Patricio Cortés junto a Gustavo Cruz de Moraes, gerente general, y Paula Oyarce, gerenta de Maquillaje y Rostro de Avon.

BEAUTY CARE

AVON

AVON.CL

Avon es parte del grupo Natura Cosméticos, empresa dedicada a la creación y comercialización de productos de belleza, con un enfoque en la innovación y la sostenibilidad, promoviendo la democratización de la belleza y abordando causas sociales como la erradicación de la violencia de género y la prevención del cáncer de mama.

El Ranking MIC 2024 la premia en su categoría por "transformar su industria democratizando el acceso a la belleza y la tecnología, desarrollando productos de alta calidad y accesibles, con un fuerte compromiso hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social".

Como ejemplo de sus innovaciones, destaca desarrollos como Labial Hydramatic Matte, con centro de ácido hialurónico hidratante, el cual nutre y trata los labios; Anew Power Cream, que contiene una alta concentración de Protinol, que estimula la producción de colágeno dual, y Niacinamida, que ayuda a promover la renovación natural de la superficie de la piel.

Raimundo Monge, junto a Andrés Fuenzalida, gerente general, y Carolina Prado, subgerenta de Innovación y Sostenibilidad de Copefrut.

AGRO

COPEFRUT

WWW.COPEFRUT.COM

Empresa de la Región del Maule dedicada desde 1955 a producir y comercializar fruta fresca para consumidores globales, con un enfoque en la rentabilidad sostenible y la generación de alianzas de valor compartido.

La compañía ha sido premiada en su categoría este año por MIC por "su proceso de innovación enfocado en la sostenibilidad, desarrollando nuevas tecnologías para adaptarse a los desafíos del cambio climático y la escasez de mano de obra".

Como ejemplo de innovación, el informe de MIC 2024 destaca su desarrollo de manzanas orgánicas carbono neutrales.

Raimundo Monge junto a Rodrigo Camacho, presidente ejecutivo, e Isabel González, gerenta de Innovación de Nestlé Chile.

ALIMENTOS

NESTLÉ

WWW.NESTLE.CL

Compañía suiza global de alimentos y bebidas, con presencia en 187 países. Ofrece una amplia gama de productos y servicios para personas y mascotas. Su estrategia se basa en la nutrición, la salud y el bienestar.

La empresa fue catalogada como líder en la categoría de alimentos por MIC 2024 debido, principalmente, "a su estrategia de innovación que busca potenciar la construcción de un portafolio de productos que apalanca el desarrollo del poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida de las personas. Han desarrollado un sólido y amplio proceso de innovación que se enfoca en las necesidades del consumidor, la investigación y el desarrollo de productos más saludables y nutritivos".

Como ejemplos de innovación, los expertos de MIC Business Consulting valoran que la compañía ha sido "pionera en implementar proyectos de agricultura regenerativa en Chile". Asimismo, destacan el desarrollo de productos como las leches Nido y Svelty semidescremadas, las galletas Trencito, Morocha Crunchy (por el desarrollo tecnológico que hubo para lograr la crocancia), Maggi Rindecarne, la bebida vegetal para baristas Nature's Heart y la fórmula infantil Ascenda.

Raimundo Monge junto a Diana Posada, gerenta de Gestión Corporativa, y Ana María Bravo, gestora de Innovación de ISA Intervial.

AUTOPISTAS

ISA INTERVIAL

WWW.INTERVIALCHILE.CL

Isa Intervial es una sociedad anónima cerrada dedicada a la operación de concesiones de carreteras interurbanas en Chile, conectando a las personas a través de diversas rutas y con una serie de políticas vinculadas con la generación de valor sostenible y la mitigación del cambio climático.

Según el análisis de MIC, fue premiada en su categoría por "su proceso de innovación centrado en la movilidad sostenible y la electrificación, con un enfoque en la reducción de emisiones y la implementación de tecnologías avanzadas, tales como sistemas de gestión de ruta. Además, promueve la colaboración con *startups* y la innovación abierta para mejorar la eficiencia y la experiencia del usuario".

Como ejemplo de su cultura de innovación destacan a FiTyre, un aditivo para mezclas asfálticas a base de fibra textil de neumáticos fuera de uso, y Asistencia 24/7, un botón virtual de asistencia en ruta con geolocalización y contacto directo al centro de control de tránsito.

Patricio Cortés junto a Claudia Ramos, gerenta de Innovación, Data & Analytics, y Rodrigo Borges, gerente de Innovación de Bci.

BANCA

BCI

WWW.BCI.CL

Bci es un banco con más de 85 años en el mercado, con operaciones en Chile, Estados Unidos y Perú. Cuenta con oficinas de representación en tres continentes y una relevante línea de trabajo con emprendimientos y *startups*.

MIC valora especialmente lo consistente en el tiempo de su propuesta: "Ha sido líder en innovación financiera desde hace 15 años; destaca por su maduro proceso de innovación que está transformado la empresa y se volvió un referente para sus pares, centrado en la adaptación a los nuevos desafíos y en la creación de soluciones financieras a medida para personas, pymes y empresas".

Como ejemplos de innovación, destaca: Hub de Datos Open Banking, que permite escalar casos de uso de Open Banking con bajo esfuerzo, y el Programa ScaleUp, propuesta de valor para segmentos *scaleup* a traves de internalización, servicios de apoyo, mentorias, *networking*, etc.

Patricio Cortés junto a Mauricio Kleckly, gerente de Planificación y Control de Gestión, y Alejandro Zalaquett, gerente de Administración y Finanzas de Coca-Cola Andina.

BEBIDAS Y JUGOS

COCA-COLA ANDINA CHILE

WWW.KOANDINA.COM

Coca-Cola Andina es uno de los principales franquiciados de The Coca-Cola Company en América Latina, dedicada a la producción, embotellado, comercialización y distribución de productos bajo las marcas registradas por la firma global, así como la comercialización y distribución de algunas marcas de otras empresas. Opera en Chile, Argentina, Paraguay y Brasil.

Obtiene el primer lugar en su categoría, en el análisis de MIC, al "transformar su industria con su sólido y sofisticado proceso de innovación enfocado en la implementación tecnologías digitales y soluciones de vanguardia para mejorar la experiencia del consumidor y la eficiencia operativa".

Un ejemplo destacado de sus innovaciones es Thanos, un producto digital que optimiza la cadena de suministro mediante inteligencia artificial.

COPEC

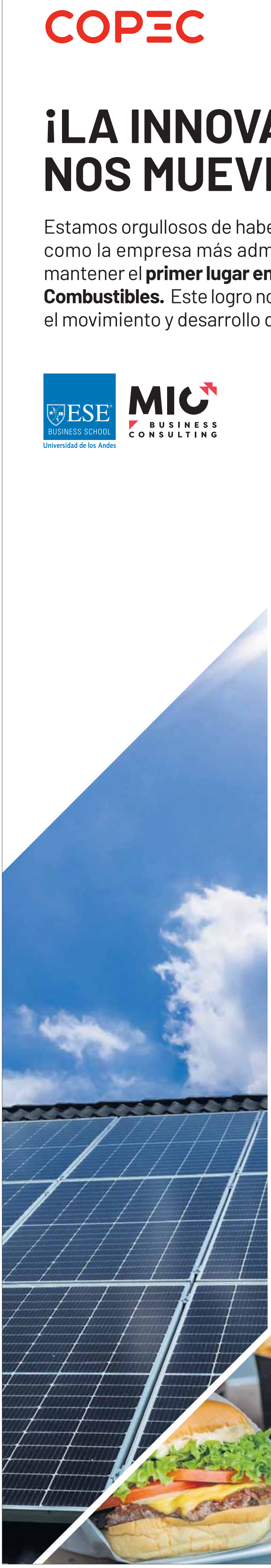
¡LA INNOVACIÓN NOS MUEVE!

Estamos orgullosos de haber sido reconocidos por el ranking MIC como la empresa más admirada de Chile en innovación y de mantener el **primer lugar en la categoría de Distribución de Combustibles.** Este logro nos motiva a seguir impulsando el movimiento y desarrollo del país.

1° LUGAR
RANKING 2024
MOST INNOVATIVE COMPANIES
COPEC
CATEGORÍA
DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES

ESE BUSINESS SCHOOL
Universidad de los Andes

MIC BUSINESS CONSULTING



Marisa Cominetti, coordinadora de Innovación de "El Mercurio", junto a Matías Spagui, director *senior* de Mercado Pago en Chile, y Bernardita Mazo, directora de Comunicaciones *senior* de Mercado Pago Chile, Perú y Ecuador.

MEDIOS DE PAGO

MERCADO PAGO

WWW.MERCADOPAGO.CL

Mercado Pago es una empresa financiera tecnológica que ofrece un ecosistema de herramientas de cobros y pagos digitales para facilitar el funcionamiento de los comercios y la vida de las personas. Creada en 2003, inicialmente procesaba pagos solo para Mercado Libre y actualmente es la mayor *fintech* de América Latina, presente en Chile desde 2015.

La empresa es premiada en su categoría por su "capacidad de impulsar el cambio en toda la industria; destaca en innovación por su enfoque constante en la creación de nuevas herramientas y soluciones tecnológicas que facilitan la vida de los comercios y las personas, contribuyendo a la inclusión financiera".

Como ejemplo de innovación, se destaca Cuenta Remunerada, una cuenta digital que permite a los usuarios rentabilizar su dinero diariamente con liquidez inmediata.

Leonardo Molina, director del Ranking Most Innovative Companies en MIC Business Consulting, entrega el premio a Raúl Aguilera, gerente general, y Marcela Hope, subgerenta de Calidad y Postventa de Echeverría Izquierdo Edificaciones.

INGENIERÍA, CONSTRUCCIÓN E INMOBILIARIAS

ECHEVERRÍA IZQUIERDO EDIFICACIONES

EI.CL/UNIDADES_DE_NEGOCIO/EDIFICACIONES/

Empresa dedicada a la construcción de megaproyectos en Chile, enfocada en la eficiencia, optimización de procesos y la incorporación de nuevas tecnologías.

Obtiene el primer lugar en la categoría por su "enfoque en la adaptación rápida y ágil a través de la innovación, lo que les ha permitido mantener altos estándares y resultados históricos. La empresa ha desarrollado una metodología de innovación que facilita la colaboración y la adaptación de procesos rígidos, asegurando que cada iniciativa agregue valor y mejore los resultados".

Un ejemplo de innovación es la planta de tratamiento de aguas grises para el proceso constructivo (lavado de losa de hormigon) de la mano de la *startup* Yaku.

Leonardo Molina junto a Alan Meyer, vicepresidente de Mercado Libre Región Andina (Chile, Colombia, Perú, Ecuador y Venezuela), y Bernardita Mazo, directora de Comunicaciones *senior* de Mercado Libre y Mercado Pago Chile, Perú y Ecuador.

MARKETPLACE

MERCADO LIBRE

WWW.MERCADOLIBRE.CL

Mercado Libre es una empresa de tecnología de origen argentino, fundada en 1999, con presencia en 18 países de Latinoamérica. En Chile, opera desde 2014 con Mercado Libre como *marketplace*, Mercado Pago como *fintech* y Portalinmobiliario.com como *proptech*.

Lidera su categoría por "su fuerte enfoque transversal de la innovación en toda la compañía, el cual ya está incorporado en su cultura, centrado en la experiencia del usuario y su capacidad para reinventarse permanentemente, generando nuevas soluciones que desafían a toda la industria".

MIC destaca, como ejemplos de su cultura de innovación, el servicio de entrega en 24 horas o menos, tiendas oficiales, Meli Experience (el evento de *e-commerce* más importante de Latinoamérica, realizado por primera vez en Chile en agosto de 2024, que reunió a más de 3.700 personas en torno al comercio electrónico) y Mercado Play (plataforma de entretenimiento gratuita con contenido variado).

Leonardo Molina junto a Pamela Muñoz, jefa de Innovación; Eduardo Mizón, gerente general; Danica Music, subgerenta de Innovación & Digitalización, y Mariano Imberga, gerente de Operaciones de Sodimac Chile.

MEJORAMIENTO DEL HOGAR

SODIMAC

WWW.SODIMAC.CL/

Empresa que opera en el *retail*, focalizada en desarrollar y proveer soluciones para proyectos de construcción y necesidades de mejoramiento y decoración del hogar.

Sodimac obtiene el primer lugar en su categoría por "su proceso de innovación enfocado en mejorar la eficiencia de las tiendas, la experiencia del cliente y la logística, especialmente en el contexto del crecimiento del comercio electrónico".

Como ejemplo de innovación, MIC destaca el Proyecto INNOVA, que utiliza *big data* y modelos predictivos para identificar la rentabilidad de productos y potenciar las ventas y la eficiencia operacional.

DISTRIBUCIÓN DE GAS

LIPIGAS

WWW.LIPIGAS.COM

Lipigas es una empresa con presencia en Chile, Colombia y Perú, dedicada a entregar soluciones energéticas integrales a través de productos como gas licuado de petróleo, gas natural en distintos formatos y energía eléctrica.

Fue premiada en su categoría del Ranking MIC 2024 por su "amplio y maduro proceso de innovación bien estructurado que incluye la inversión en nuevas tecnologías y la mejora continua de sus operaciones logísticas mediante el uso de inteligencia artificial y análisis de datos".

Como ejemplo de innovación se destaca especialmente su proyecto de BioGNL para descarbonización de transporte de larga distancia.

Marisa Cominetti junto a Alberto Orlandi, gerente general Chile, y Josefa Ayarza, gerenta Digital Factory de Lipigas.

Por tercer año consecutivo

1er lugar HR Tech

Ranking Most Innovative Companies Chile 2024

1° LUGAR
RANKING 2024
MOST INNOVATIVE COMPANIES
BUK
CATEGORIA
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

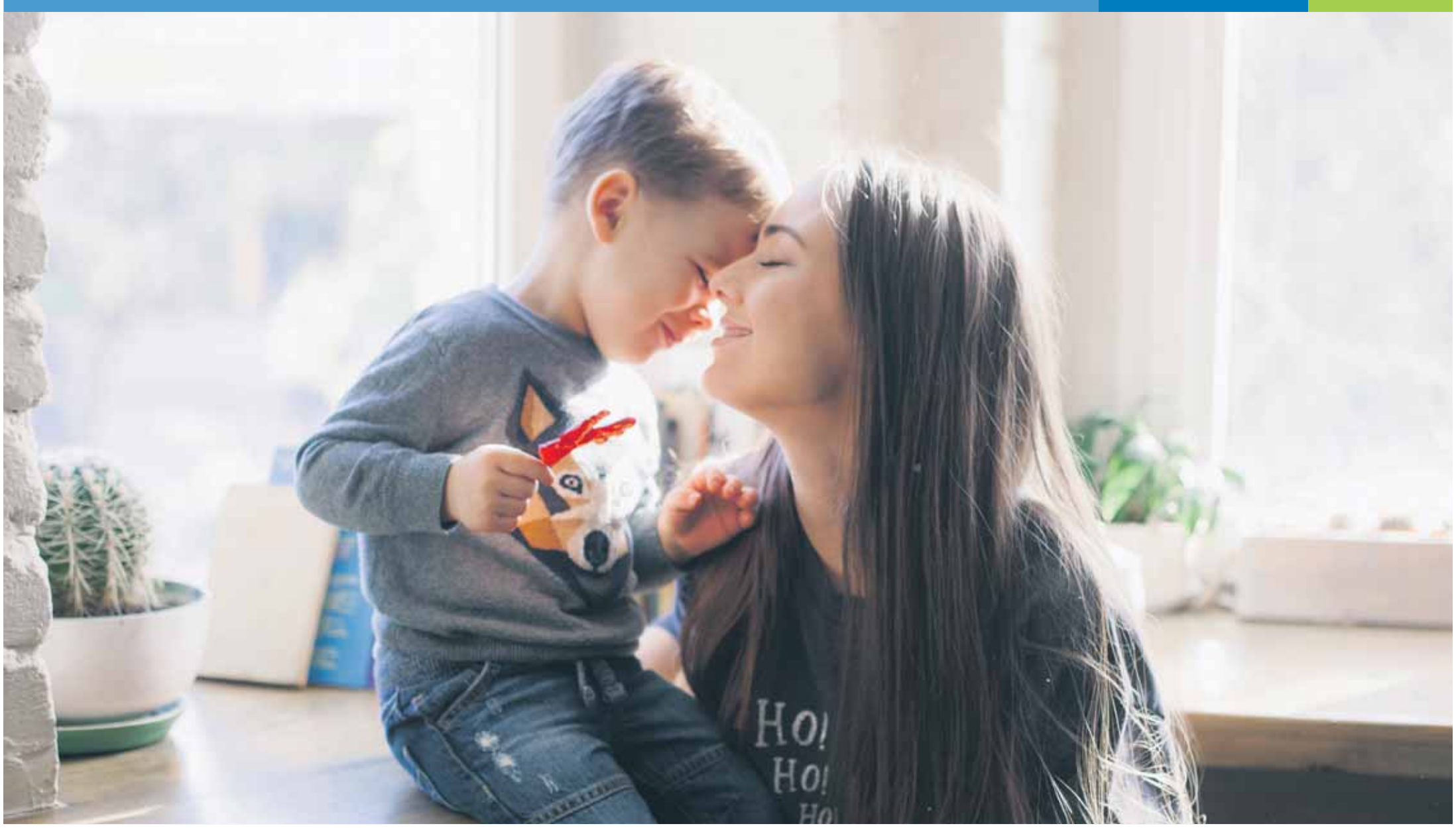
Most Innovative Companies CHILE

buk Gestión de Personas

MetLife

Somos la compañia n°1 en innovación de Chile en la categoría de seguros

Este reconocimiento refuerza nuestro compromiso de esforzarnos día a día por entregar soluciones de valor para nuestros clientes y para la sociedad.



ESE BUSINESS SCHOOL
Universidad de los Andes

MIC BUSINESS CONSULTING

Iván Díaz-Molina junto a Mabel Osses, gerenta general corporativa interina; Marie Auteroche, gerenta corporativa de Transformación y Sostenibilidad; Jaime Leonart, gerente general de CLA Digital, y Paola Visintini, gerenta corporativa de Personas y Asuntos Corporativos de Caja Los Andes.

SEGURIDAD SOCIAL

CAJA LOS ANDES

WWW.CAJALOSANDES.CL

Es la mayor caja de compensación de Chile, que entrega beneficios y productos sociales a trabajadores y pensionados afiliados con el objetivo de mejorar su calidad de vida y protegerlos de contingencias sociales y económicas.

Obtiene el primer lugar en su categoría al haber "transformado la industria al estar profundamente inmersa en el ecosistema de innovación y emprendimiento en Chile. Su proceso de innovación se enfoca en entender el viaje de sus clientes, sus puntos de dolor y aspiraciones, y utilizar esa comprensión para crear nuevos productos y servicios".

Un ejemplo de innovación es su programa TECLA Business Connect, una iniciativa de *networking* para emprendedores que facilita la creación de alianzas estratégicas que generen nuevas soluciones y alianzas para sus afiliados.

MANAGED SERVICES

ARAMARK

WWW.ARAMARK.CL

Leonardo Molina junto a Eduardo Rojas, presidente de Aramark Latinoamérica, y Yudith Rosen, vicepresidenta de Operaciones.

Aramark proporciona servicios de alimentación y gestión de instalaciones a millones de personas en 15 países. En Chile, cuenta con más de 25.000 colaboradores y opera en más de 2.000 sitios, atendiendo a clientes de sectores como salud, corporativos, industrias, educación y minería.

Obtiene el primer lugar en su categoría por su "proceso de innovación que le permite una rápida adopción de soluciones tecnológicas y alianzas estratégicas, de gran impacto en su industria, mejorando la experiencia integral de sus consumidores y clientes".

Como ejemplo de innovación destaca Baro Pub, un espacio 100% autoservicio en ambientes mineros gestionado por un sistema de vendedor digital.

SEGUROS

METLIFE CHILE

WWW.METLIFE.CL

Iván Díaz-Molina junto a Valeria Palacios, subgerenta Digital & Innovación; Gregorio Ruiz-Esquide, gerente general, y Carol Cumsille, directora de Tecnología de MetLife Chile.

MetLife Chile es parte del Grupo MetLife, una compañía estadounidense con más de 156 años de historia que opera en más de 50 mercados a nivel mundial. En Chile, se especializa en seguros de vida y salud, y rentas vitalicias, con presencia en todo el territorio nacional a través de 18 sucursales.

Este año fue premiada en su categoría por su "amplio y sólido proceso de innovación centrado en la transformación digital, la inteligencia artificial y la gestión de datos para ofrecer soluciones personalizadas y eficientes a sus clientes".

Como ejemplos de innovación, el equipo de MIC destaca MetLife Orienta (telemedicina y asistencia) y Microahorro (adición de componente de ahorro en pólizas de bajo costo para brindar capacidad de ahorro a sectores con menor acceso a estos instrumentos).

Iván Díaz-Molina junto a Fernando de Peña, gerente general; María Irene Soto, gerenta de Asuntos Corporativos; Christopher Banfield, gerente de Innovación & Estrategia, y Francisco Echeverría, gerente de Transformación Digital, Innovación & Estrategia de Mallplaza.

SHOPPING CENTERS

MALLPLAZA

WWW.MALLPLAZA.COM/CL

Mallplaza opera 26 centros urbanos y omnicanales en Chile, Perú y Colombia, con planes de expansión a 37 malls en 2024. Se enfoca en ofrecer una propuesta de valor equilibrada que incluye experiencias, *retail* y servicios esenciales, además de avanzar en una estrategia omnicanal robusta para potenciar las ventas de sus socios comerciales y mejorar la experiencia de los visitantes.

Fue premiada en su categoría por su "proceso de innovación centrado en la transformación de centros comerciales en centros urbanos y omnicanales, con un enfoque en la experiencia del cliente, integrando nuevas tecnologías y alianzas, así como nuevos usos para sus espacios".

Como ejemplo de innovación, se valoran sus alianzas digitales con *startups* y ecosistemas, como el parking digital con *app* Banco Falabella y Copec, y Mercado del 14, con carta digital WIBO para pedidos digitales en restaurantes.

FINTECH

TENPO

TENPO.CL

Fintech chilena independiente que ofrece soluciones financieras digitales, incluyendo tarjetas de prepago y crédito, con el objetivo de promover la inclusión financiera y digital en Chile.

La empresa es premiada en su categoría del Ranking MIC 2024 por su "proceso de innovación enfocado en la inclusión digital y financiera, utilizando tecnologías avanzadas para prevenir fraudes y ofrecer soluciones hiperpersonalizadas y seguras a sus clientes".

Como ejemplo de innovación de destacan su tarjeta de crédito con depósito y su programa de fidelización personalizado con *cashback* automático.

Iván Díaz-Molina, director del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School, entrega el premio a Fernando Araya, cofundador y CEO, y Cecilia Rojas, subgerenta de Marketing de Tenpo.

Enaex
STRONGER BONDS

1° LUGAR
RANKING 2024
MOST INNOVATIVE COMPANIES
ENAEX
CATEGORIA
GRANDES PROVEEDORES DE LA MINERÍA

1er lugar Ranking Most Innovative Companies 2024

Nos enorgullece ser reconocidos, por 8° año consecutivo, como la empresa más innovadora en la categoría Grandes Proveedores de la Minería.

Este Ranking, realizado anualmente por **MIC Business Consulting** y el **ESE Business School** en asociación con diario **El Mercurio**, busca premiar a las empresas más innovadoras por su capacidad de desarrollar sistemáticamente nuevos productos, procesos y servicios innovadores.

En Enaex, estamos conscientes de los desafíos de hoy y del futuro, por lo que nuestro compromiso es seguir aportando con innovaciones y el uso de tecnologías de última generación para entregar las mejores soluciones a la minería. Así, seguimos Humanizando la Minería.

Enaex, una empresa del grupo Sigdo Koppers.

ESE BUSINESS SCHOOL Universidad de los Andes
MIC BUSINESS CONSULTING

INNOVACIÓN EN AMÉRICA LATINA:

Un motor de transformación empresarial

Practia, una empresa Publicis Sapient, se ha consolidado como un referente en la innovación digital que impulsa la adopción de IA tradicional, la IA Generativa y gestión de datos en América Latina.

La Inteligencia Artificial, tanto en su versión Tradicional (IA) como Generativa (IA Generativa), y la gestión de datos son motores estratégicos para el crecimiento de las empresas y la economía en América Latina. Practia, una compañía del grupo Publicis Sapient, se posiciona como líder en el desarrollo e implantación de soluciones tecnológicas que ayudan a las organizaciones a adoptar, institucionalizar y escalar estas tecnologías.

Con más de 29 años de experiencia en consultoría tecnológica y transformación digital, Practia ofrece un robusto conjunto de herramientas para optimizar la eficiencia y la capacidad analítica de sus clientes en América Latina y en mercados globales.

Según explica Sabrina Vázquez Soler, COO Latam de Practia, la IA Generativa no solo revoluciona la forma en que las empresas crean contenido, sino que también cómo generan experiencias hiperpersonalizadas para los clientes: "Al generar contenido nuevo —texto, audio, imágenes, modelos 3D y código—, la IA Generativa aporta agilidad en procesos creativos, y apoyada en la automatización, permite constituir la hiperpersonalización como una ventaja competitiva".

PRACTIA

La tecnología y la innovación son importantes en la transformación digital.

LA GESTIÓN DE DATOS COMO PILAR ESTRATÉGICO

La ejecutiva agrega que los datos que nos permiten tomar decisiones son el activo más valioso de cualquier organización. Al respecto sostiene que Practia "ha desarrollado una sólida práctica en gestión de datos, ayudando a empresas a recolectar, almacenar, analizar y obtener valor de los datos de manera eficiente y segura. Nuestro enfoque en arquitecturas de datos permite la integración fluida y el acceso a información en tiempo real, impulsando decisiones basadas en datos precisos y ágiles. Esta capacidad se ha convertido en un diferenciador clave, permitiéndonos adaptar soluciones a las necesidades específicas de cada industria y región".

Sabrina Vázquez Soler explica que la integración de la IA, la gestión de datos y la automatización sigue siendo uno de los principales motores de transformación digital redefiniendo la operación en al menos tres áreas clave:

Optimización Operacional: Automatizando con IA Generativa las tareas repetitivas, las empresas pueden mejorar la eficiencia, la calidad y la creatividad en sectores clave como manufactura y *retail*.

Decisiones Basadas en Datos: La IA tradicional potencia las decisiones basadas en datos, mejorando la planificación, la calidad de las decisiones y, con ellas, el valor generado.

Creatividad, Experiencias Personalizadas y Contenido: Mientras que la IA tradicional permite analizar el comportamiento del consumidor para personalizar servicios, la IA Generativa permite crear experiencias únicas, generando contenido y productos adaptados a las preferencias del cliente.

PRACTIA

Sabrina Vázquez Soler, COO Latam de Practia.

CASOS DE ÉXITO EN AMÉRICA LATINA Y MÁS ALLÁ

Practia ha liderado proyectos de IA y gestión de datos en América Latina que han marcado diferencias significativas para nuestros clientes. A modo de ejemplo, para el sector energético, implementaron sistemas de automatización inteligente para gestionar riesgos operativos; y para el sector financiero, plataformas de inteligencia de negocio (BI) que optimizan la gestión de riesgos y oportunidades. Estos casos refuerzan la reputación de la empresa al subrayar el impacto transformador de las soluciones que brindan.

Para la COO Latam de Practia, el futuro de la Innovación Digital en América Latina está marcado por la adopción acelerada de tecnologías emergentes, como la IA Generativa, y por el crecimiento de sectores clave como las *fintech* y por la inclusión financiera. La expansión de la conectividad digital y el impulso a la educación tecnológica crearán un ecosistema propicio para la innovación.

"Los usos actuales no agotan el potencial de la IA Generativa. Como lo demostró el premio Nobel de Química hace unos días, hay un camino para usarla en la solución de problemas complejos, y también para las alternativas en la definición de procesos de fabricación que eran inimaginables. Esto puede dar lugar en un futuro cercano a una nueva oleada de innovación con impacto en la toma de decisiones complejas en sectores como el financiero, manufacturero y *retail*", sostiene.

Agrega que Practia, con el respaldo de Publicis Sapient, está en una posición única para liderar esta evolución, ofreciendo soluciones de clase mundial adaptadas al contexto local.

"Practia se ha consolidado como un referente en la innovación digital, impulsando la adopción de IA Tradicional, la IA Generativa y gestión de datos en América Latina. Ser parte del grupo Publicis Sapient nos permite aportar una visión global con soluciones ajustadas a las particularidades locales. En un mundo cada vez más impulsado por los datos y a Inteligencia Artificial, Practia se erige como un socio estratégico para las organizaciones que buscan liderar la transformación digital y asegurar su crecimiento futuro"

practia | A company of publicis sapient

1er LUGAR
MOST INNOVATIVE COMPANY 2024
CATEGORÍA EMPRESAS TECNOLOGÍA

Primer lugar

Ranking
MOST INNOVATIVE COMPANIES
2024

Categoría empresas de tecnología

HEMOS LOGRADO EL 1er LUGAR
EN EL RECONOCIDO RANKING MIC

Como una de las empresas más innovadoras en la adopción
de tecnologías avanzadas y la capacitación continua de nuestro equipo
para apoyar la transformación digital de quienes confían en nosotros.

ESE BUSINESS SCHOOL Universidad de los Andes
MIC BUSINESS CONSULTING
Most Innovative Companies CHILE

www.practia.global

Marisa Cominetti junto a Felipe Schneider, gerente general; María Jesús López, gerenta de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad; Nicolás Carrasco, coordinador de Desarrollo de Mercado e Innovación, y Edduardo Marchán, consultor de Innovación de BASF.

PROVEEDORES DE LA INDUSTRIA

BASF

WWW.BASF.COM/CL/ES.HTML

BASF Chile S.A. se dedica a la creación de química para un futuro sustentable, con 11 divisiones agrupadas en seis segmentos de negocio: Productos químicos, Materiales, Soluciones industriales, Tecnologías de superficie, Nutrición y cuidado, y Soluciones para la agricultura.

Obtiene el primer lugar en su categoría por su "enfoque en la sostenibilidad y la innovación en la industria química, con una estrategia que incluye la reducción de la huella de carbono y el desarrollo de productos que contribuyan a un futuro más sostenible".

Como ejemplos de innovación, se destacan su aditivo para incrementar hasta en 40% la recuperación de cobre en procesos de lixiviación, y el lanzamiento y comercialización de baterías estacionarias de sodio-azufre.

Marisa Cominetti junto a René Aguilar, vicepresidente de Estrategia e Innovación de AMSA, y Daniela Villegas, superintendenta de Innovación y Tecnología en Minera Los Pelambres.

MINERÍA

AMSA (ANTOFAGASTA MINERALS)

WWW.AMINERALS.CL

Antofagasta Minerals pertenece al Grupo Antofagasta plc y es uno de los diez mayores productores de cobre del mundo. Es una compañía minera internacional con base en Chile, que opera cuatro minas de cobre en el país, dos de las cuales también producen molibdeno y oro como subproductos.

Se impone en su rubro por su "sólido proceso de innovación centrado en mejorar la productividad, reducir costos y aumentar la eficiencia en las operaciones actuales, además de habilitar opciones de crecimiento a través de la innovación transformacional".

Un ejemplo de innovación destacado es el proyecto de relaves espesados, que permite reducir la cantidad de líquido en los relaves, aumentando significativamente su vida útil.

Iván Díaz-Molina junto a Francisco Portilla, gerente comercial y de Innovación, y Danay Osorio, jefa de Innovación de Enaex.

GRANDES PROVEEDORES DE LA MINERÍA

ENAEX

WWW.ENAEX.COM

Con más de 100 años de experiencia, se ha consolidado como el tercer mayor productor mundial de nitrato de amonio. La empresa se destaca por sus relaciones a largo plazo con clientes, ofreciendo productos y servicios innovadores que se ajustan a necesidades técnicas y comerciales.

Se impone en su categoría este año por "su muy sólido y estructurado proceso de innovación que incluye detección, ideación, diseño, pilotaje y escalamiento, y un fuerte enfoque en seguridad, productividad y sostenibilidad, integrando soluciones tecnológicas avanzadas como la robotización y la teleoperación".

Como ejemplos de innovación, MIC Business Consulting valora su sistema de fractura de roca de iniciación semi inalámbrica DaveyTronic Edge y su Sistema de monitoreo remoto de variables geomecánicas Blast Site Watch.

Marisa Cominetti junto a Paz Ovalle, presidenta del directorio de ACHS, y Benjamín Mujica, gerente del Hospital del Trabajador.

PRESTADORES DE SALUD

ACHS

WWW.ACHS.CL

Mutualidad de trabajadores que administra el seguro de la Ley N° 16.744, dedicada a la prevención de riesgos laborales y la prestación de servicios de salud a trabajadores y sus familias en Chile.

La ACHS obtiene el primer lugar de su categoría, según el Ranking MIC 2024, por su "sólida estrategia y proceso de innovación que busca transformar su industria al desarrollar nuevos modelos de salud".

Como ejemplo de innovación, los expertos de MIC citan el desarrollo de modelos de inteligencia artificial para la detección de hallazgos clínicos en imágenes radiológicas.

Marisa Cominetti junto a Sabrina Vásquez Soler, COO Latam, y Adrían Fiz, *chief growth officer* Latam de Practia.

NEGOCIOS TECNOLÓGICOS

PRACTIA

DIGITAL.PRACTIA.GLOBAL

Practia, una empresa Publicis Sapient, ofrece servicios de consultoría TI y tecnología, con más de 28 años de experiencia en la región y más de 22 años en Chile. Su modelo de servicios se basa en una cultura que integra innovación orientada al negocio, compromiso con el cliente, calidad de las soluciones y talento de sus profesionales.

Fue premiada en su categoría por su "proceso de innovación centrado en la adopción de tecnologías avanzadas y la capacitación continua de su equipo para apoyar la transformación digital de sus clientes".

Un ejemplo de innovación que destaca MIC es la automatización de procesos de agendamiento de reuniones y eventos mediante *bots*.

SOLUCIONES DIGITALES:

Principal sigue transformado la asesoría en inversiones a través de su cultura innovadora

Con foco en entender las necesidades de los clientes y atenderlos con excelencia a partir de altos estándares, la compañía desarrolló una plataforma y una red de asesores de inversión única en Chile. Su objetivo es entregar un servicio integral para personas que buscan la gestión de su patrimonio.

Hace casi una década que Principal se apoya en la innovación como uno de los pilares para el desarrollo del negocio y de la experiencia del cliente. Hoy cuenta con más de diez equipos de expertos dedicados exclusivamente a entregar soluciones digitales y una red de asesores llamada Principal Global Advisors que juega un rol protagónico.

Así lo explica Horacio Morandé, gerente general de Principal AGF, "las personas piensan que en la industria de asset management todo se puede robotizar, pero nosotros creemos firmemente en la combinación de lo mejor de ambos mundos, lo humano y lo digital. El asesor que tiene a su disposición las mejores herramientas digitales es superior en todos los aspectos, ya que logra entregar un servicio totalmente personalizado, cercano y del más alto estándar, que es lo que nosotros buscamos como compañía: que nuestros clientes logren tener una gestión patrimonial de alto estándar y que la perciban como tal".

Una de las características que diferencia a Principal, es su proceso de co-creación a la hora de hacer actualizaciones o cambios en los sistemas operativos. En específico Rocío Silva, gerente de Desarrollo de Negocios y Servicios Digitales de la compañía, detalla que "en todos nuestros procesos siempre participa el usuario final. Todas las mejoras se hacen en conjunto con nuestros asesores, priorizando así la experiencia que le entregan a los clientes. Conocer el trabajo diario que ellos realizan es clave para mejorar de forma sostenida, y este es un valor que otras empresas de la industria en Chile no tienen, lo que nos hace únicos".

PRINCIPAL AGF

El avance en innovación también se debe a la globalidad de la compañía, lo que le permite ampliar su visión más allá del mercado nacional.

A partir de esto Morandé afirmó que, "con certeza puedo decir que somos pioneros en innovación en asset management al haber sido los primeros en desarrollar una red de asesores que es única en la industria en Chile, entregando servicios de apoyo y la mayor tecnología de inversiones. Creemos que hemos creado un modelo que es diferenciador y haber comenzado a desarrollarlo hace ya tantos años, no solo nos pone a la vanguardia, sino que nos ha permitido acumular valioso conocimiento que no es fácil de replicar".

Además, para Morandé, el avance en innovación también se debe a la globalidad de la compañía, lo que le permite ampliar su visión más allá del mercado nacional. "El tener presencia en mercados muy avanzados en Wealth Management como Estados Unidos o Brasil, nos permite contar con capacidades distintas a la competencia en distintas dimensiones como lo son la oferta de productos, las herramientas, pero también en entender el mercado, es decir, ir siempre un paso adelante en el entendimiento de las necesidades de los clientes y en ofrecer oportunidades de inversión únicas, versátiles y muy competitivas".

PRINCIPAL AGF

Rocío Silva, gerente de Desarrollo de Negocios y Servicios Digitales de Principal AGF.

PRINCIPAL AGF

Horacio Morandé, gerente general de Principal AGF.

Todo lo anterior, se ve reflejado en el servicio que se le entrega al cliente final, el que puede operar a través de todos los canales de Principal de manera sencilla, pero sin perder la sofisticación ni la asesoría de excelencia desde cualquier lugar en el que se encuentre. "El cliente es atendido en el momento y forma que él estime, entendemos que cuando estamos hablando de un patrimonio, los clientes quieren respuestas rápidas, claras, confiables y de calidad", enfatizó Silva.

Asimismo, para que el equipo de Principal Global Advisors pueda atender las consultas de los clientes de forma más ágil, la compañía desarrolló en su plataforma un chatbot llamado Atenea, una herramienta generativa que integra la inteligencia artificial para que los asesores puedan preguntar y obtener respuestas o más información de utilidad en poco tiempo.

En este contexto y como un claro reflejo del trabajo que se viene haciendo es que Principal AGF obtuvo este año el primer lugar del Ranking Most Innovative Companies Chile 2024 (MIC), en la categoría de Administradoras de Fondos. Morandé explica que, "lo más importante, no es tener un producto innovador en específico; sino más bien contar con una cultura corporativa innovadora en todos nuestros procesos y de la que todos seamos parte como colaboradores y este premio es una clara demostración de que vamos por buen camino".

TECNOLOGÍA DE PUNTA:

Inteligencia artificial en el centro de la innovación

Esta herramienta está presente en las diferentes etapas de inversión, analizando desde los horarios de preferencia a la hora de invertir, hasta la forma en como se presenta la información.

Uno de los objetivos más relevantes para Principal es entregar una asesoría de gestión patrimonial que se ajuste a las necesidades de cada cliente a través de una experiencia personalizada y de excelencia. Es por esto que está utilizando en sus procesos la inteligencia artificial (IA), la cual está presente en las diferentes etapas de inversión, analizando desde los horarios de preferencia a la hora de invertir, hasta la forma en como se presenta la información, adecuándose constantemente a la manera que resulte más cómoda para ellos.

Plataformas como Salesforce y Chat GPT son algunas de las herramientas que permiten incorporar la IA en Principal, compañía que tiene como uno de sus compromisos estar siempre actualizada con la tecnología de punta. El gerente general de Principal AGF, Horacio Morandé, destacó los beneficios que ha traído la implementación de este tipo de tecnologías en los procesos: "Nuestra forma de trabajo se enfoca en qué quieren nuestros clientes, en el cómo y cuándo. Dejando de enviar información no valorada, bajando la saturación y ajustándonos a sus tiempos".

De esta manera, se ha aumentado en casi un 20% la apertura promedio en los envíos de comunicación que son contenidos de lo que ocurre en los mercados y nuevas oportunidades de inversión. Adicionalmente, se logró reducir la desuscripción de forma significativa y mejorar métricas digitales de *engagement*.

Pero los resultados no son solo favorables para la compañía, sino que también para los clientes, quienes valoran esta propuesta: "Hoy los clientes reciben información customizable y flexible en cuanto a sus necesidades de información. Además, nos acomodamos más en la forma y tiempo que cada uno necesita, lo que se refleja en mayor transparencia y fluidez en el acceso a la información sobre sus inversiones", detalló Morandé.

La inteligencia artificial llegó a apoyar el cumplimiento de la propuesta de valor de Principal, la cual se centra en la entrega de asesoría global de excelencia, adecuada a cada realidad y a las necesidades de los clientes. Además, busca acompañar a los asesores para proteger y hacer crecer las inversiones de cada cliente de forma personalizada.

PRINCIPAL AGF

PRINCIPAL AGF

SOLUCIONES DE INVERSIÓN

Averta: una plataforma integral para asesores financieros

Una red de asesores de Principal Global Advisors asesora a los clientes y les entrega un mejor servicio y experiencia.

Otro elemento que posiciona a Principal como líder en la industria en innovación es la plataforma de inversiones Averta, desarrollada por la misma compañía. A través de ella, la red de asesores de Principal Global Advisors tiene a disposición una amplia serie de herramientas, que junto a su expertise y conocimiento les permite ofrecer un mejor servicio y experiencia a los clientes.

Acceder a soluciones de inversión, tanto de Principal como de managers internacionales, administrar un portafolio de productos y conocer las preferencias de los clientes son algunos recursos que, de la mano de su asesoría y análisis, son capaces de construir planes de negocios ajustados a las necesidades de cada cliente, todo en un mismo lugar.

Esta plataforma también combina lo físico y digital, ya que ofrece trabajar con los clientes en espacios colaborativos, realizando reuniones en salas híbridas y asesorándolos de forma remota a través de sus medios digitales.

Para llegar a estos resultados y seguir avanzando en este servicio customizado, la cultura de trabajo colaborativo con los asesores ha resultado fundamental para conocer sus necesidades, nuevas soluciones para administrar el amplio portafolio de productos y gestionar la cartera de clientes. Además, Principal está presente en todo momento acompañando a los asesores con la capacitación continua a la que acceden mediante Averta desde el proceso de acreditación, hasta lograr asesores expertos en la industria.

Leonardo Molina junto a Domingo Jiménez, gerente general, y Javiera López, jefa de Marketing Destilados de Pisquera de Chile.

LICORES Y DESTILADOS

CPCH

WWW.CPCH.CL

Compañía Pisquera de Chile es una empresa multicategoría de destilados con un portafolio amplio y diverso, que incluye marcas de pisco, cócteles, productos de baja graduación alcohólica, ron y otros destilados y licores. Cuenta con cinco plantas productivas en la Región de Coquimbo y se enfoca en liderar la industria de bebidas espirituosas en Chile y aumentar las exportaciones de pisco.

Lidera su categoría por su "proceso de innovación transversal que abarca productos, operaciones y cultura organizacional, permitiendo una respuesta ágil a las demandas del mercado y una mejora continua en eficiencia y sustentabilidad. Se destaca su trabajo en piscos y *ready to drinks*, que es una de las categorías de mayor crecimiento en el mundo".

Como ejemplos de sus innovaciones, MIC destaca desarrollos como Vodka Puklaro, nueve veces destilado y filtrado en cuarzo del Valle del Elqui, y Mistral Ice Piña, blend que reúne las notas de Mistral Ice con el dulzor y lo refrescante de la piña.

Marisa Cominetti junto a Matías Bebin, gerente general de Cervezas y Comercial CCU, y Xavier Lombardo, gerente de marketing Cerveza, de CCU.

CERVEZAS

CCU CHILE

WWW.CCU.CL

Cervecera CCU Chile Limitada, parte del holding CCU S.A., es una empresa multicategoría de bebestibles con presencia en Chile, Argentina, Bolivia, Colombia, Paraguay y Uruguay. En Chile, CCU es un actor clave en categorías como cervezas, bebidas gaseosas, aguas minerales, néctares, vino y pisco. En Sudamérica, participa en la producción de cervezas y en la industria de sidras, licores y vinos en Argentina. En Uruguay y Paraguay, se enfoca en cervezas, aguas minerales, gaseosas y néctares, mientras que en Bolivia y Colombia opera en cervezas, aguas y maltas.

En MIC 2024 obtiene el primer lugar en su industria por "su enfoque en el desarrollo de nuevos productos y la exploración de nuevas categorías, alineándose con las tendencias y preferencias de los consumidores para fomentar el crecimiento, la rentabilidad y la sustentabilidad. Especialmente por su contribución al desarrollo de la nueva y popular categoría de saborizados, que es una fuerte tendencia en su industria".

Como ejemplo de innovación destacan desarrollos como Cristal Orígenes, un pack que busca homenajear a las zonas Norte, Centro y Sur de Chile, cada una con un toque característico de cada lugar al que representa.

Marisa Cominetti junto a Cristián Piera, gerente general, y Carolina Jara, gerenta División Comercial de Clínica Alemana.

CLÍNICAS Y HOSPITALES

CLÍNICA ALEMANA

WWW.CLINICAALEMANA.CL

Clínica Alemana de Santiago es una institución de salud de alta complejidad con más de 70 especialidades médicas, perteneciente a la Corporación Chileno Alemana de Beneficencia. Reinvierte el 85% de sus utilidades en su red de servicios, enfocándose en la generación de conocimiento, adquisición de equipamiento médico avanzado, capacitación del personal y desarrollo de infraestructura.

Fue premiada en su categoría por su "destacado proceso de innovación centrado en la creación de valor sostenible para pacientes y comunidad, con un enfoque en la transformación digital y la colaboración interdisciplinaria".

Como ejemplos de innovación se destacan sus nuevos modelos de teleatención y omnicanalidad. Este desarrollo de un nuevo modelo de atención ha redefinido el viaje de pacientes y usuarios internos, permitiendo impactar la ambulatorización, eficiencia y experiencia. Otro ejemplo es AlemanaGPT, inteligencia artificial generativa para los profesionales de la salud que consiste en un conjunto de funcionalidades integradas de manera segura con la ficha clínica, que permiten generar resúmenes de los episodios asistenciales anteriores de un paciente, construir una propuesta para mejorar la redacción de las notas de evolución que escriben los profesionales de la salud y generar casos educativos a partir de casos clínicos reales, entre otras cosas.

Iván Díaz-Molina junto a Pablo Ivelic, CEO, y Javiera Becerra, subgerenta de Innovación Corporativa del Grupo Echeverría Izquierdo.

HOLDING

ECHEVERRIA IZQUIERDO

EI.CL/

Grupo Echeverría Izquierdo es una compañía chilena con 45 años de historia, consolidada como uno de los principales actores de la industria nacional, con presencia en la construcción y servicios para la minería, así como en soluciones habitacionales para segmentos medios.

Gana el primer lugar de su categoría por su "sólida estrategia y proceso de innovación que busca generar valor al negocio y una visión clara de las tendencias futuras, como la inteligencia artificial en la producción y diseño, y la industrialización y digitalización de la construcción".

Como ejemplos de innovación, MIC destaca la automatización de iteración del modelo de cálculo de edificaciones por inteligencia artificial y Desviación Zero del control geométrico digital.

Iván Díaz-Molina junto a Juan Andrés Camus, presidente del directorio, y Michelle Correa, analista *senior* de negocios en desarrollo de Nuam.

INFRAESTRUCTURA FINANCIERA

NUAM EXCHANGE

WWW.NUAMX.COM/

Nuam es el *holding* regional que integra las Bolsas de Santiago, Colombia y Lima y las convierte en un único mercado con el propósito de desarrollar las economías de nuestros países, apoyar el crecimiento de las empresas y ofrecer alternativas de inversión más atractivas y con mayores oportunidades de diversificación.

Obtiene el primer lugar en su categoría por "haber transformado la industria por la integración de las Bolsas de Santiago, Lima y Colombia convirtiéndolas en un único mercado. Destaca por su estrategia de innovación centrada en construir un mercado de capitales único en tres países, utilizando tecnologías como blockchain para disminuir costos y asegurar soluciones en tiempo real, y por su enfoque en la digitalización y la sostenibilidad ambiental".

Un ejemplo de innovación que destaca es ScaleX, una plataforma avanzada de negociación para invertir en *startups*, y Brain Data, una herramienta de análisis de datos financieros.

Marisa Cominetti junto a Heinz Müller, gerente de Innovación, Planificación y Nuevos Negocios; Diego García, gerente de Innovación, y Belén Agelvis, ingeniera especialista senior de Colbún.

ENERGÍA

COLBÚN

WWW.COLBUN.CL

Colbún S.A. es una empresa chilena especializada en la generación y comercialización de energía eléctrica, con 27 centrales en Chile y Perú y una capacidad instalada cercana a 4.000 MW. La empresa ofrece soluciones en electromovilidad, energía distribuida, eficiencia energética y almacenamiento.

El Ranking MIC 2024 destaca de Colbún "su sólido proceso de innovación centrado en la transformación digital, agilidad y flexibilidad, con proyectos en energía de almacenamiento y tecnologías limpias, además de una sólida cultura de innovación que apoya la transformación continua y la adaptación a cambios tecnológicos".

Como ejemplo de innovación valora su proyecto de almacenamiento de energía en la región de Arica, que incluye un sistema de bombeo hidroeléctrico único en el país.

Marisa Cominetti junto a Andrea Castro, gerenta de Copec Voltex; Javier Swinburn, gerente Filiales Energías; Gloria Ledermann, gerenta de Marketing , y José Ignacio Depassier, gerente División Comercial y Operaciones Copec.

DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES

COPEC

WW2.COPEC.CL/

Empresa dedicada a la distribución y comercialización de combustibles y lubricantes en Chile, con una red extensa de estaciones de servicio y tiendas de conveniencia.

Obtiene el primer lugar en su categoría por su "transformación hacia soluciones sostenibles y la diversificación de su oferta, incluyendo energía renovable, movilidad eléctrica y conveniencia, con iniciativas como la comercialización de energía renovable y la implementación de tecnologías avanzadas en sus estaciones de servicio. Tiene uno de los mejores programas de *venture client* y el mejor CVC de Chile".

Como ejemplo de innovación, se valora la "implementación de más de 600 motores inteligentes Turntide en Walmart y la primera red de intercambio de baterías para motos eléctricas en Latinoamérica". También, el hecho de que su vehículo de *corporate venture capital* está entre los más destacados del mundo.

Iván Díaz-Molina junto a Frank Eckert, gerente de Central Operations, y Mónica Rau, gerenta interina de Innovación de Walmart Chile.

SUPERMERCADOS

WALMART

WWW.WALMARTCHILE.COM

Walmart Chile centra sus actividades en la operación de supermercados con una estrategia multiformato que ofrece alternativas adecuadas a distintos segmentos de clientes a lo largo de todo el territorio nacional.

Obtiene el primer lugar en la categoría al "transformar la industria con su proceso de innovación, el cual ha expandido sus capacidades logísticas y de operación, movilizando a toda la compañía para implementar soluciones que mejoren la experiencia del cliente y optimicen resultados".

Como ejemplo de innovación destaca "Al carro de Lider", tecnología que reconoce automáticamente los productos que entran y salen del carro de supermercado (por medio de cámaras incorporadas a un dispositivo y el uso de inteligencia artificial) de manera que el cliente solo deba realizar el pago al momento de pasar por caja, sin tener que esperar el escaneo de cada uno de los artículos. También se valora la implementación de una planta de hidrógeno.

Leonardo Molina junto a Carlos Rodríguez, gerente de Innovación Corporativo, y Romina Galatzán, gerenta de Marketing Corporativo de Entel.

TELECOMUNICACIONES

ENTEL

WWW.ENTEL.CL

Entel es una compañía de tecnología y telecomunicaciones con operaciones en Chile y Perú, dedicada a "conectar a las personas y acercar la tecnología a la vida cotidiana".

La empresa fue premiada en su categoría por "el gran impacto en su industria de su proceso de innovación, al mejorar la eficiencia y experiencia del cliente, y centrado en la transformación digital y la inteligencia artificial".

Como ejemplo de innovación se destaca Tucambista, un servicio *fintech* integrado en la App MiEntel que ofrece servicios digitales no tradicionales, con el fin de entregar una experiencia diferenciada a los usuarios. El proyecto consiste en integrar el servicio de TuCambista, una casa de cambio digital con tarifas preferenciales a clientes B2C y B2B, a través de un *banner* en la sección de Beneficios de la aplicación, con el fin de fidelizar a los clientes.

Iván Díaz-Molina junto a Antonio Sabugal, gerente general, y María Cristina Kusch, gestora de Innovación y Desarrollo de Volcán.

INDUSTRIAL

VOLCÁN

WWW.VOLCAN.CL

Volcán es una empresa que entrega soluciones constructivas sostenibles e insumos para la construcción. Sus plantas en Chile y operaciones en Argentina, Brasil, Perú y Colombia manufacturan y comercializan productos para dicha industria.

Según el análisis de MIC Business Consulting, Volcán obtiene el primer lugar en su categoría por su proceso "de innovación enfocado en la disminución de la huella de carbono y la innovación en métodos de construcción modernos, lo que aumenta la productividad y reduce costos. Además, la empresa ha adquirido patentes y trabaja con emprendedores para desarrollar nuevas soluciones constructivas".

Como ejemplo de innovación, la consultora cita sus Envases Ecológicos, como sacos hidrorrepelentes y cajas de cartón para masilla lista para usar.

AGUAS andinas®

En Aguas Andinas, la innovación es parte de nuestro ADN

1er lugar categoría Utilities en el Ranking Most Innovative Companies Chile 2024

MIC BUSINESS CONSULTING

Innovamos para velar por la sostenibilidad de los servicios de agua potable y saneamiento que entregamos en la ciudad, **para que las personas vivan siempre en entornos saludables.**

aguasandinas.cl

Iván Díaz-Molina junto a Alejandra Duranti, gerenta de Sustentabilidad y Economía Circular; Suham Shehadeh, gerente corporativo de Supply Chain & Sourcing; Juan Martín Monsalve, CEO, y María Luisa Medina, gerenta corporativa de Marketing de Empresas Virutex Ilko.

RETAIL

VIRUTEX ILKO

WWW.VIRUTEXILKO.COM

Compañía de origen familiar con 79 años de trayectoria y presencia en cinco países, con ventas en 25 países de Latinoamérica. Se dedica a la fabricación, comercialización y distribución de productos de limpieza y desinfección bajo las marcas Virutex, Task, Virutex Pro, Task Pro e Impeke, y productos para la cocina con la marca Ilko. Opera cinco plantas productivas ubicadas en Chile (3), Colombia (1) y Perú (1), utilizando principalmente materia prima reciclada.

Obtiene el primer lugar en su categoría "al haber transformado su industria con su proceso de innovación enfocado en la economía circular y la sustentabilidad, desarrollando productos y procesos más sostenibles".

Como ejemplo de innovación se valora su fomento de la economía circular y alianzas para la recuperación de plástico, con plantas productivas en Chile que fabrican productos y desarrollan envases con materiales reciclados.

VIÑAS

VSPT

WWW.VSPTWINEGROUP.COM

Leonardo Molina junto a Pedro Herane, gerente general, y Rosario Fernández, directora de Innovación y Desarrollo de VSPT.

VSPT Wine Group es un productor de vino a nivel mundial, con operaciones en Chile y Argentina. Sus principales marcas incluyen Altair, Cabo de Hornos, Sideral, 1865, Gato Negro, Tarapacá, Leyda, Misiones de Rengo, Santa Helena, Manquehuito y Viñamar de Casablanca en Chile, y La Celia y Graffigna en Argentina.

Fue premiada en su categoría por su "maduro proceso de innovación, el mejor en su industria, enfocado en la creación de valor mediante la gestión de ideas para productos, procesos y modelos de negocios, con metas específicas y métricas claras para evaluar el impacto y la viabilidad de los proyectos".

Como ejemplos de innovación se valoran: Cóctel 8° (cóctel con sabor a vino tradicional) y Misión Medium Sweet Carmenere.

CELULOSA, PAPEL Y DERIVADOS FORESTALES

CMPC

WWW.CMPC.CL

Patricio Cortés junto a Felipe Alcalde, gerente de Innovación de CMPC, y Bernardita Araya, gerenta de CMPC Ventures.

Compañía dedicada a la entrega de soluciones basadas en fibras naturales provenientes de plantaciones forestales certificadas y materiales reciclables, con operaciones en nueve países y oficinas comerciales en dos.

Según MIC 2024, obtiene el primer lugar en su industria por "su enfoque integral y estratégico de innovación incremental, adyacente y transformacional con el uso de todas las herramientas de innovación para la implementación de biosoluciones sostenibles, optimización de procesos y desarrollo de nuevas tecnologías. Ha transformado su industria con uno de los mejores programas de *venture client* y *corporate venture capital* de Chile".

Como ejemplo de innovación destaca a Gesfire, una plataforma avanzada para la gestión de incendios forestales.

UTILITIES

AGUAS ANDINAS

AGUASANDINAS.CL

Leonardo Molina junto a Iván Yarur, director de Transformación, y Diego Olivares, subgerente de Innovación de Aguas Andinas.

Aguas Andinas es una empresa de servicios ambientales que provee agua potable, alcantarillado y tratamiento de aguas servidas a más de ocho millones de personas en una concesión de 71 mil hectáreas. Es una sociedad anónima abierta controlada por Inversiones Aguas Metropolitanas S.A., que pertenece a Veolia Environnement S.A., a través de sus filiales en Chile y España.

Lidera en su categoría por su "proceso de innovación enfocado en abordar desafíos futuros del sector, con un fuerte énfasis en la digitalización y la mejora sistemática de sus procesos, lo que le ha permitido, por ejemplo, la implementación de nuevas tecnologías".

Como ejemplo de innovación destaca su diagnóstico estructural de infraestructura crítica mediante robots de inspección operados de forma remota y con aplicación de inteligencia artificial.

TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

STARKEN

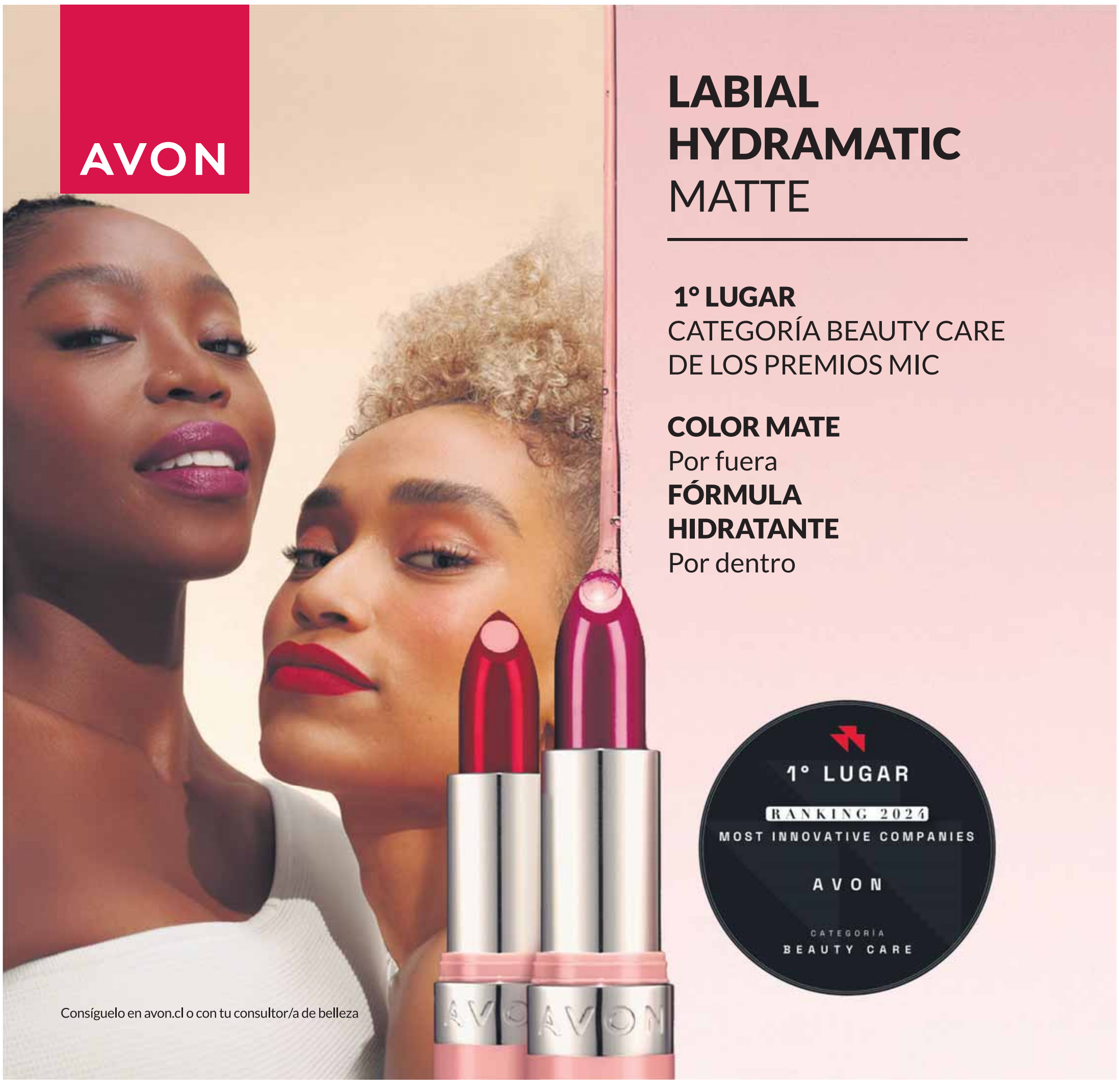
WWW.STARKEN.CL

Leonardo Molina junto a Chantal Croquevielle, gerenta de Personas y Asuntos Corporativos, y Nicolás Román, líder de Innovación de Starken.

Starken ofrece servicios de distribución, almacenamiento y logística a una amplia gama de clientes, desde personas naturales hasta grandes empresas y *retailers*. Además, provee soluciones de transporte de carga internacional, adaptándose tanto a pequeñas empresas, formalizadas e informales, como a compañías de gran tamaño.

La empresa obtiene el primer lugar en su categoría por su "proceso de innovación enfocado en la digitalización y flexibilidad del servicio, permitiendo a los clientes cambiar el tipo de entrega y autogestionar sus envíos".

Como ejemplos de innovación se valoran sus Lockers Inteligentes, siendo la primera empresa en Chile en implementar esta tecnología, y Flex Delivery Service.

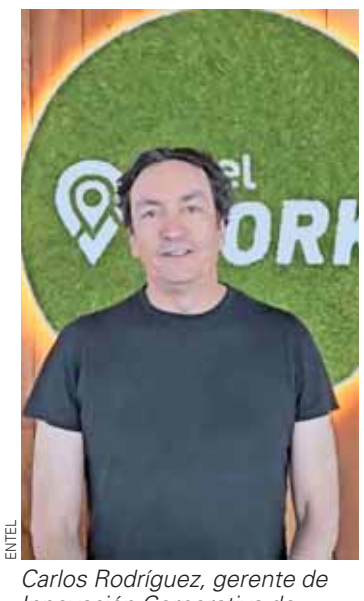


ENTEL:

Líderes en innovación al servicio de las personas

Con 60 años en Chile y 10 en Perú, esta empresa de tecnología y telecomunicaciones se posiciona en el Ranking MIC como la más destacada entre las telco.

ENTEL
La innovación es parte de la cultura organizacional de Entel.


ENTEL
Carlos Rodríguez, gerente de Innovación Corporativa de Entel.

Para Entel, la innovación es un pilar fundamental en cada uno de los procesos que realiza y los servicios que brinda a sus clientes.

Según Carlos Rodríguez, gerente de Innovación Corporativa de Entel, para la empresa este concepto es un fundamento estratégico y un cimiento cultural de la organización. Comenta que dentro de la compañía se proponen ideas innovadoras, se lidera la transformación, se hace del mundo un lugar más conectado y se trabaja de forma sostenible con el fin de apoyar la creación de un mejor futuro.

—¿Qué ejemplos prácticos podría dar en cuanto a Entel como una empresa innovadora?

"Es importante destacar que, en nuestras seis décadas de historia, Entel ha sido precursor en el uso de la tecnología innovadora. Un claro ejemplo es que fuimos pioneros en el desarrollo de la conexión satelital con la construcción de la primera estación de este tipo en Chile y Latinoamérica en 1968, lo que permitió a los chilenos, un año más tarde, ser los únicos de esta parte del mundo en ver la llegada del hombre a la Luna, con una transmisión de mayor calidad e, incluso, unos segundos adelantada a la europea. En esa misma línea seguimos a la delantera convirtiéndonos en la primera empresa de Sudamérica en cerrar un acuerdo con SpaceX, operadora de Starlink".

Carlos Rodríguez agrega que el principal impulsor de la transformación digital es la Inteligencia Artificial (IA). Por esta razón, desde Entel se impulsan programas que permitan instalar y explotar la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) para seguir innovando en productos, servicios y procesos.

—En este sentido, ¿de qué manera concreta Entel aplica Inteligencia Artificial Generativa?

"Nuestra visión es que la IA y su evolución a la IAG va a ser una palanca muy importante de tensión, innovación y desarrollo. Son muchas las oportunidades que brindan a las telcos, a otro tipo de empresas y también a la sociedad en general. Cabe destacar que toda nueva tecnología genera nuevos desafíos, por esta razón, desde hace un tiempo, en Entel estamos desarrollando un programa estratégico de IA que permita su correcta instalación y desarrollo. Buscamos relevar sus beneficios, mientras nos hacemos cargo de sus desafíos, con el fin de que este nuevo escenario se transforme en una herramienta de desarrollo sostenible, tanto de la compañía como de nuestra sociedad. Tenemos casos de éxito, sobre los cuales estamos realizando PoC, prototipos e incluso MVP, para minimizar la ocurrencia de eventuales problemas, y asegurar los más altos estándares de calidad, experiencia y usabilidad, antes de ser lanzados al público".

Este año, Entel cumple 60 años de operaciones en Chile y 10 en Perú. En este marco, la empresa seguirá con su compromiso de transformar responsablemente la sociedad y mejorar la calidad de vida de las personas, a través de la implementación de nuevas tecnologías.

—Precisamente, ¿cuál es el sello diferenciador que tiene Entel con relación a la competencia?

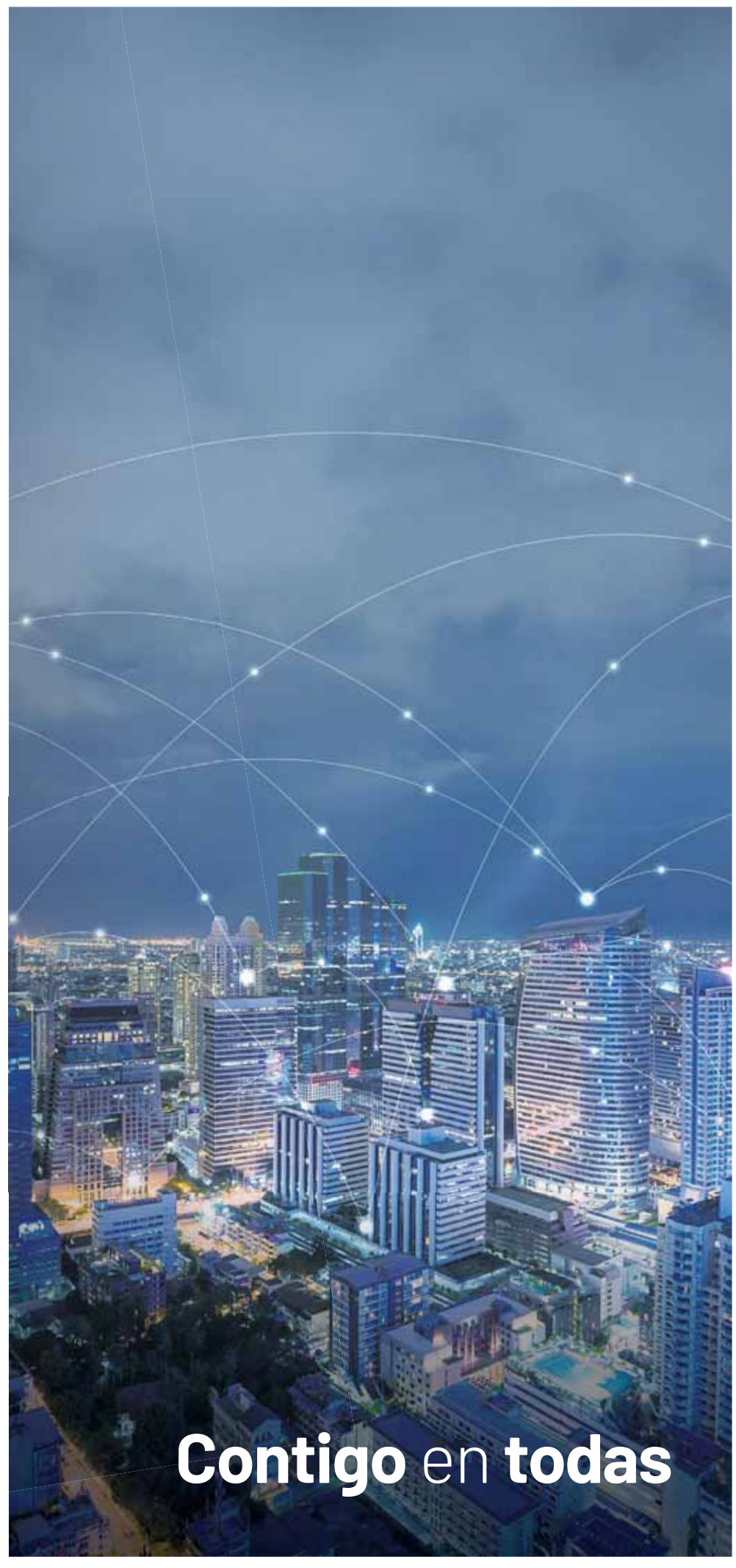
"El propósito de Entel es 'acercar las infinitas posibilidades que da la tecnología, y así transformar responsablemente nuestra sociedad' lo que a su vez guía nuestro crecimiento como compañía. Esto nos lleva a desarrollar una oferta de productos y servicios transformadores, novedosos y sostenibles, que producen impactos positivos en el bienestar y progreso de nuestros clientes, sumando tecnología de punta a precios convenientes con una calidad superior. Esta propuesta de valor ha sido el sello de Entel en el tiempo, lo cual ha generado un gran cariño y confianza en la marca, que nos ha llevado a ser una de las empresas más respetadas en nuestro país, lo cual es un reconocimiento que nos enorgullece y nos alienta a seguir construyendo un futuro con historia".

60 años

Somos
la telco más innovadora
del país

Fuimos reconocidos con el **1er lugar en nuestra categoría** gracias al trabajo que realizamos día a día por generar una oferta de valor transformadora, novedosa y sostenible para nuestra sociedad.

ESE BUSINESS SCHOOL
Universidad de los Andes
MIC BUSINESS CONSULTING
Most Innovative Companies CHILE



DETECTADAS POR MIC BUSINESS CONSULTING AL REALIZAR EL RANKING DE ESTE AÑO:

Las 15 tendencias que tienen en el radar las empresas más innovadoras

En ámbitos como tecnología y digitalización, reclutamiento de talento, salud y bienestar, sostenibilidad, experiencia de cliente y género e inclusión hay evoluciones —unas más consolidadas y otras incipientes— que serán clave para perfilar proyectos empresariales de forma adecuada en el corto plazo. Estas son algunas de ellas. **FRONNY DI GIAMMARINO SCHIMUNEK**

Salud y bienestar

1 Aumentará el uso de telemedicina para mejorar la adherencia a tratamientos y la capacidad de atención.

"La telemedicina es mucho más que la teleconsulta", afirma Rodrigo de la Calle, gerente de Desarrollo de Producto y Estrategia Digital de la ACHS. En efecto, este concepto también abarca el uso de dispositivos para el monitoreo de síntomas o signos vitales, canales de comunicación entre pacientes y terapeutas, terapias educativas digitales y capacidades de diagnóstico remoto, entre otros servicios.

Desde esta perspectiva, De la Calle afirma que la telemedicina "tiene todo el potencial de ampliar su alcance", permitiendo que los cuidados de salud y la efectividad de las terapias lleguen a más personas: "Es una solución costo-efectiva y muy fácil de escalar".

Por su parte, Loreto Bezamat, gerenta de Producto Digital e Innovación de Clínica Alemana, añade: "El impacto es notable. Mejora la eficiencia y accesibilidad de la atención clínica, y enriquece la experiencia del paciente, elimina barreras geográficas y de movilidad".

Bezamat explica que, gracias a la atención en línea, "el equipo clínico puede dar seguimiento y ajustar tratamientos según las necesidades específicas del paciente".

2 Aparecerán nuevos modelos de salud basados en prevención, integración de IA para diagnóstico y seguimiento y la promoción de estilos de vida saludables.

La integración de la tecnología en la medicina está transformando los paradigmas tradicionales de diagnóstico y tratamiento. De la Calle menciona que ya existen terapias digitales aprobadas por la FDA (Food and Drug Administration) en Estados Unidos que "replican tratamientos tradicionales en un entorno digital", utilizando aplicaciones, sensores o dispositivos portátiles, con la capacidad de conectar a los pacientes entre sí o con profesionales si fuera necesario. En especial, han sido efectivas "para la prevención y tratamiento de enfermedades crónicas como la diabetes o la hipertensión".

Bezamat advierte que es crucial repensar el modelo de salud. "Los desafíos que enfrenta el sector son complejos y requieren un enfoque renovado que priorice la prevención como pilar fundamental", detalla.

La IA juega un rol clave para facilitar la toma de decisiones basadas en datos, personalizar los tratamientos y detectar enfermedades de manera anticipada.

"La telemedicina es mucho más que la teleconsulta, que es la versión más conocida".

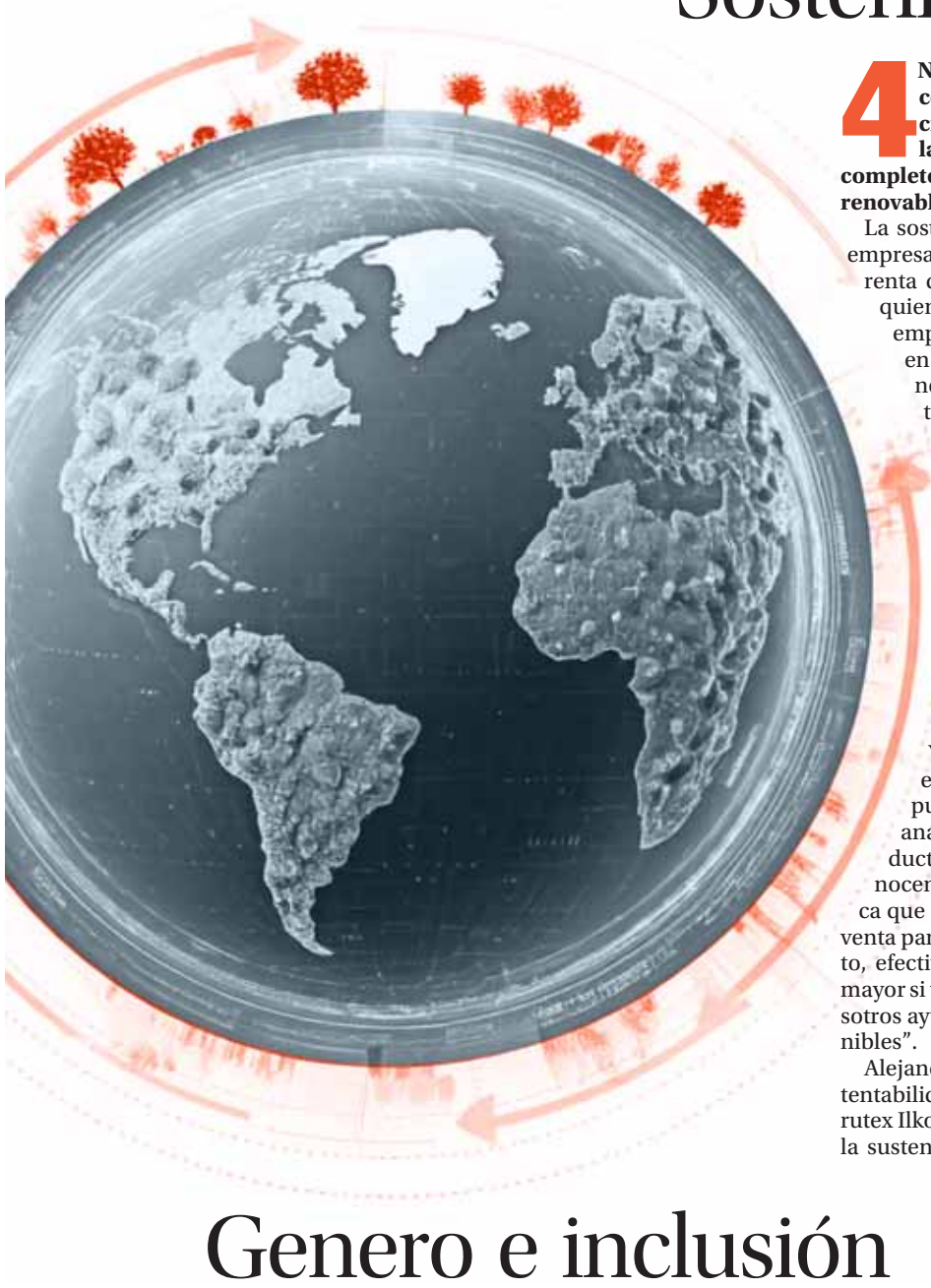
RODRIGO DE LA CALLE
Gerente de Desarrollo de Producto y Estrategia Digital de la ACHS.

3 Los productos de cuidado personal serán más naturales.

Los productos de cuidado personal más naturales y menos invasivos están ganando terreno. Ignacia Larraechea, gerenta de Nutrición, Salud y Bienestar de Nestlé Chile, lo vincula con la mayor relevancia de la salud preventiva para las personas: "Sabemos el impacto que tiene la alimentación, la actividad física y la salud mental en la prevención de enfermedades, algo que se vuelve particularmente relevante en el contexto actual de sociedades más longevas, y en esa línea, la tecnología tendrá un rol cada vez más importante".

A nivel global y local, cuenta que la compañía promueve programas para apoyar estilos de vida saludables. En Chile, por ejemplo, está la iniciativa "Nestlé por niños saludables", que busca fomentar hábitos alimenticios en la población infantil, y la plataforma "Recetas Nestlé" ofrece guías para una alimentación saludable. "Todas estas plataformas han evolucionado en el tiempo y esperamos que con los avances tecnológicos y apoyo de la IA, podamos seguir entregando recomendaciones cada vez más personalizadas", comenta la ejecutiva.

Sostenibilidad y medio ambiente



4 Necesidad de adaptación de los procesos corporativos para dar sostenibilidad y eficiencia en el uso de recursos, incluyendo la reducción de la huella de carbono, uso completo de agua recirculada y el uso de energía renovable para llegar a ser Net Zero.

La sostenibilidad es un imperativo hoy para las empresas. Así lo explica Ana Luisa Vergara, subgerenta de Sostenibilidad Corporativa de Colbún, quien asegura que el primer paso es "que las empresas entendamos que tenemos impacto en el entorno, en las comunidades, y que tenemos una oportunidad de que esos impactos creen valor en los territorios".

Desde 2018, Colbún ha planteado metas públicas de sostenibilidad a largo plazo, con objetivos hacia 2025 y 2030, enfocados en reducir su huella de carbono, de agua y de residuos, además de abordar temas como equidad de género, biodiversidad, y gobernanza, entre otros.

Una mirada similar tiene María Jesús López, gerenta de Sostenibilidad y Asuntos Públicos para Chile y Perú de BASF. "Hemos dejado de vender productos que no son amigables con el medio ambiente. Y aunque a veces el mercado nos los pide, es una pérdida que la empresa estuvo dispuesta a asumir", afirma. La firma realizó un análisis global de su portafolio de 90 mil productos, clasificándolos en categorías que reconocen su aporte a la sostenibilidad. López explica que quisieron ir más allá y asociaron metas de venta para estos productos: "El incentivo está puesto, efectivamente, donde tiene que ir. El bono es mayor si tú vendes más productos sostenibles, y nosotros ayudamos a otras industrias a ser más sostenibles".

Alejandra Duranti, gerenta Corporativo de Sustentabilidad y Economía Circular en Empresas Virutex Ilko, comenta que asumieron "los desafíos de la sustentabilidad con visión estratégica". La empresa ha desarrollado productos como bolsas para basura fabricadas con plástico 100% reciclado y escobillones hechos con plásticos de botellas, tapitas y envases. En el negocio de cocina, destaca una línea de sartenes y ollas fabricadas con aluminio 100% reciclado.

Por su parte, Verónica de la Cerda, gerente de sostenibilidad de CMPC, advierte que, dada la urgencia de la crisis climática, tanto el sector privado como el público deberán "entrar firmemente en una etapa de implementación de soluciones a gran escala. Ya no basta con pilotos, sino con iniciativas que reduzcan significativamente las emisiones".

Ana Luisa Vergara resalta el rol clave de la tecnología "en varias líneas, como en poder monitorear y medir la gestión, ya que muchas empresas no tienen conocimiento de cuáles son sus impactos ni consumos".

Vergara enfatiza que la mirada sostenible no debe ser superficial y debe integrarse a los proyectos desde el día uno. "La sostenibilidad hay que mirarla a largo plazo. Puede que ahora sea más costoso hacer un proyecto que pase por todas esas etapas, pero si lo visualizas en el tiempo, estar en un territorio donde te acercaste anticipadamente a la gente, generaste una buena cercanía y confianza, te va a ahorrar muchas lucas", añade.

Las ejecutivas creen que la sostenibilidad es un "buen negocio" y que la mentalidad está cambiando hacia que este concepto sea un deber de las compañías. De hecho, Vergara observa ya la presión desde los inversionistas: "Te están midiendo por algo más que lo económico, porque saben que invertir en una empresa que adopta buenas prácticas finalmente se traduce en mejores inversiones a largo plazo".

Y De la Cerda destaca: "Se vienen grandes oportunidades para aquellos productos y servicios que aporten a la descarbonización, usando materias primas renovables y de bajas emisiones. Al mismo tiempo, será necesaria la promoción de todo aquello que contribuya con la capacidad de remoción de carbono de la atmósfera".

"La empresa que no logra ser innovadora en sus propios procesos, en residuos, en medio ambiente, en lo social, en recursos, y en ser crítica con lo que está haciendo, está destinada a no vivir".

MARÍA JESÚS LÓPEZ
Gerenta de Sostenibilidad y Asuntos Públicos para Chile y Perú de BASF.

Genero e inclusión

5 La mayor presencia de la mujer en todas las industrias alcanzará niveles paritarios. Industrias rezagadas como la minería y construcción se pondrán al día, lo que conlleva enfrentar desafíos culturales y de infraestructura.

El avance hacia la paridad de género en diversas industrias es reflejo de un cambio social profundo. Sin embargo, los desafíos persisten, limitando el acceso de las mujeres a posiciones de poder y responsabilidad.

Paula Oyarce, gerenta de Maquillaje y Rostro + Performance de Natura y Avon Chile, advierte que "si bien en los últimos años hemos percibido mejoras en esta materia, los desafíos para lograr una verdadera inclusión femenina en el ámbito laboral siguen siendo significativos". Por su parte, Clarita Cortés, líder de Cambio Cultural y Organizacional en MIC Business Consulting, coincide al señalar que "la inclusión paritaria de las mujeres es un proceso de largo plazo que ha ido ganando tracción en los últimos años; sin embargo, algunas industrias todavía experimentan un recambio más lento debido a tradiciones arraigadas". Estos sectores rezagados son, principallmente, minería y construcción.

"Hoy en día, en muchas empresas, las contrataciones ya son paritarias, y esta tendencia va avanzando hacia los cargos ejecutivos".

CLARITA CORTÉS
Líder de Cambio Clutural y Organizacional en MIC Business Consulting.

Oyarce enfatiza que "uno de los grandes desafíos para la inclusión femenina en el ámbito laboral está relacionado con la persistencia de estereotipos que limitan las oportunidades de las mujeres. Por eso, nuestras campañas de marketing buscan desafiar estos estereotipos, mostrando mujeres diversas y empoderadas, y fomentando una percepción más inclusiva de la belleza y del rol de la mujer".

Una realidad que recoge el Quinto Reporte de Indicadores de Género en las Empresas en Chile 2023, que, si bien destaca avances en esta materia, muestra que persiste la segmentación horizontal y vertical en muchas organizaciones. Como menciona Oyarce, "incluso en posiciones de liderazgo, las mujeres siguen ganando menos que sus pares hombres".

Al respecto, María José Bosch, directora del Centro Trabajo y Familia del ESE Business School, de la U. de los Andes, enfatiza: "Lo que realmente importa es cómo logramos que más mujeres lleguen al comité ejecutivo y a los niveles de alta dirección". Considera clave ir más allá de los números al promover la inclusión femenina. Advierte que "tenemos que estar convencidos de que la representatividad es buena para la empresa; para eso, debemos revisar nuestro sistema, cómo escuchamos, cómo evaluamos, cómo promovemos y cómo damos voz a las personas dentro de la organización, pero queriendo escuchar a las personas que son minoría".

Si bien reconoce la importancia de la inclusión y la diversidad en las altas esferas, Bosch promueve una solución no solo de hombres y mujeres, sino también de más padres y madres. "Ahí es donde entra la corresponsabilidad", que es esencial promover un cambio que abarque tanto la inclusión de género como la equidad en las responsabilidades familiares.

"La diversidad lo que más entrega es más información en la toma de decisiones", comenta la experta, y lo explica detallando que, cuando en un equipo se incluye a personas de distintas formaciones, géneros, edades, nacionalidades o religiones, se amplían los puntos de vista para evaluar la realidad y se enriquece el análisis. Señala que la incorporación de mujeres, añade valor al cuestionar lo que para otros puede ser obvio. Comparte un ejemplo claro: "¿Te ha tocado hablar con personas que tienen otra profesión que tú y le tienes que explicar cosas que para ti son súper obvias? Eso pasa cuando tú agregas a alguien que es distinto". Este ejercicio de tener que explicar lo que damos por sentado no solo fomenta el entendimiento, sino que obliga a replantear ideas y a revaluar si son razonables.

"Ese cuestionamiento y esa mayor información lo que produce es que generes más innovación. Porque piensas, en el fondo, mejor tu idea y piensas otras formas de hacer las cosas. No como lo habías hecho siempre, sino que cuestionas la forma en que la estabas haciendo", explica Bosch.

En esta línea, Oyarce reflexiona: "La innovación empieza desde adentro. La inclusión de la mujer y la promoción de su liderazgo no solo son un imperativo ético, sino una ventaja competitiva que nos permite responder mejor a los desafíos del futuro". Y agrega: "La igualdad no es solo un objetivo; es el camino hacia un mundo más justo y una industria más innovadora".

Por su parte, Clarita Cortés advierte que "este es un fenómeno que no tiene vuelta atrás. Lo que marcará la diferencia será la rapidez con la que las empresas adopten estos cambios. El 100% de las organizaciones son conscientes de la necesidad de actuar, pero las particularidades de cada sector influirán en la velocidad con la que se implementen medidas inclusivas".

ESE BUSINESS SCHOOL
Universidad de los Andes

MIC
nnovat on

CAJA LOS ANDES
SOMOS CChC

INNOVAR ES UN PASO MÁS AL FUTURO.

CAJA LOS ANDES / MOST INNOVATIVE COMPANIES 2024
1er LUGAR DEL RANKING EN SEGURIDAD SOCIAL

¡Qué gran logro! Ser reconocidos por tercer año consecutivo en el prestigioso ranking MIC es un reflejo del compromiso continuo de Caja Los Andes con la innovación, enfocada en mejorar la calidad de vida de las personas. **Este reconocimiento destaca nuestro esfuerzo por ofrecer un mejor futuro para todos,** manteniéndonos a la vanguardia con soluciones que beneficien a nuestros afiliados.

CONSTRUYENDO **VALOR SOCIAL.**

CAJA LOS ANDES
SOMOS CChC

Las Cajas de Compensación son fiscalizadas por la Superintendencia de Seguridad Social (www.suseso.cl)

Tecnología y digitalización

6 La identidad digital, la ciberseguridad y la prevención del fraude digital serán las principales preocupaciones en los próximos 10 años.

En los próximos años, la tecnología y la digitalización seguirán transformando la sociedad y la economía. En este contexto, los líderes de la industria advierten que es crucial analizar el uso responsable de las tecnologías emergentes.

Carlos Rodríguez, gerente de innovación corporativa para Chile y Perú de Entel, asegura que "la confianza es un tema de fondo implícito" y que "para mantener la confianza, la seguridad pasa a ser vital en el desarrollo que estamos haciendo. Y todos los actores debemos generar un ecosistema que proteja a las personas y obviamente, a las instituciones".

Hugo Benedetti, profesor asistente y director del área de economía y finanzas del ESE Business School de la U. de los Andes, advierte que "Chile en general está bastante avanzado a través de la firma electrónica y la Clave Única. Todo se está unificando para tener una identidad digital homologable entre los distintos actores. Pero el gran problema de tener una única identidad, es que representa un solo punto de vulnerabilidad".

El avance de la computación cuántica representa un reto importante, ya que, según Rodríguez, "las llaves de encriptación cuesta mucho romperlas, pero con algoritmos cuánticos lo puedes hacer en un minuto".

En este contexto, Leonardo Molina, director del Ranking MIC y jefe de mediciones de MIC Business Consulting, comenta que las organizaciones deben adoptar un enfoque proactivo, que incluya el fortalecimiento de la infraestructura digital con sistemas de prevención y detección de fraudes.

7 La IA va a transformar la estructura del trabajo e impactará en toda la cadena de valor. Se deberá enfrentar el desafío cultural detrás de la adopción de nuevas tecnologías y aprender a tener confianza en los modelos de datos.

La inteligencia artificial está redefiniendo la forma en que se realizan tareas. Por ello, es fundamental que las organizaciones se adapten a las nuevas realidades del mercado laboral. Según Rodríguez, "sabemos que la inteligencia artificial va a llevar a un proceso de hiperautomatización y eso puede impactar en la fuerza laboral". Por eso, la empresa desarrolla un programa interno de instalación y escalamiento de IA que tiene tres pilares: casos de uso, *upskilling* y *reskilling*, además de una universidad interna online para poder acceder a certificaciones. Y, afirma, la respuesta de los colaboradores ha sido positiva.

Molina advierte que "uno de los principales retos es la resistencia cultural a estos cambios tecnológicos. Muchas organizaciones tendrán que lidiar con una desconfianza inicial en los modelos basados en IA. La confianza se ganará cuando las personas vean que la IA complementa su trabajo, en lugar de sustituirlo".

Al analizar el impacto en la cadena de valor, Hugo Benedetti, director de Economía y Finanzas del ESE Business School de la U. de los Andes, asegura que "todavía no hemos visto las implementaciones reales de la inteligencia artificial", pero advierte que sí hemos podido observar cómo mejora la calidad del trabajo después de una interacción, por ejemplo, con ChatGPT.

8 Habrá una creciente cantidad de aparatos conectados y controlados por "agentes autónomos" con IA.

"Un agente de IA es un sistema o programa que, una vez configurado, puede operar sin intervención humana directa, tomando decisiones en tiempo real basadas en el análisis de datos", define Leonardo Molina, de MIC Business Consulting. Estos agentes pueden ser responsables de tareas tan diversas como la gestión de dispositivos conectados, la optimización de procesos o la interacción con los usuarios.

Al analizar esta tendencia, Benedetti comenta: "Los agentes autónomos son una palabra de moda, pero en realidad es algo que hemos hecho desde siempre. Todo lo que está conectado por *bluetooth*, por ejemplo, ya está enviando información. Cada vez que configuramos algo con un código QR, aunque no esté controlado por wi-fi, está conectado y puede estar enviando datos sobre su uso sin que lo sepamos".

Como ejemplo, el académico menciona los audífonos de bajo costo comprados en China: "De todas maneras, están enviando información sobre su uso y no lo sabemos. Por eso, la aplicación que instalaste en tu celular gasta mucha batería; está enviando datos todo el tiempo. La gente en tecnología siempre dice que, si algo es gratis o muy barato, es porque te están sacando información".

La expansión de dispositivos conectados y controlados por IA "introduce riesgos en términos de privacidad de datos, ciberseguridad y la posibilidad de sesgos algorítmicos que pueden afectar negativamente la toma de decisiones", advierte Molina. Agrega que "las empresas deben equilibrar la innovación con una gestión cuidadosa de estos riesgos, implementando controles robustos y cumpliendo con las regulaciones de privacidad de datos".

Para abordar esta problemática, Benedetti señala dos áreas clave: la normativa y la respuesta de los usuarios a la norma. En términos de normativa, muchos países exigen que el administrador del dispositivo informe cómo se utilizarán los datos recopilados. Por ejemplo, a veces te preguntan: "¿Deseas enviar información sobre las fallas del dispositivo para mejorar el servicio?". Esto implica que los datos se usarán solo para ese propósito, pero no siempre queda claro si se limita únicamente a eso.

Para construir confianza en los modelos de IA, Molina asegura que las empresas deben garantizar la transparencia en los procesos de toma de decisiones, proporcionando explicaciones claras y auditables sobre cómo la IA llega a determinadas conclusiones. "Es fundamental que los algoritmos sean revisados regularmente para identificar y mitigar posibles sesgos, y que se adopten prácticas de ética digital, asegurando que los datos utilizados sean representativos y no discriminatorios. La confianza en la IA también debe abordarse mediante la adopción de normativas y estándares internacionales de responsabilidad y rendición de cuentas", precisa.

9 Algunos sectores, como infraestructura, energía y construcción se volverán sustancialmente más industrializados y digitalizados, enfocados en la productividad y la reducción de residuos.

"Los sectores de infraestructura, energía y construcción están en un punto de inflexión, donde la tecnología y la automatización están transformando procesos", explica Molina. A medida que las empresas adoptan más tecnología, logran modelos de negocio más sostenibles y eficientes: "La digitalización en estos sectores permite mejoras en la productividad, mayor precisión en la ejecución de proyectos y una significativa reducción de residuos".

Rodríguez, de Entel, comparte esta visión y añade: "Hay un cruce muy interesante donde las empresas de telecomunicaciones, junto a otras empresas tecnológicas, juegan un rol clave al trabajar con actores de estas industrias para lograr procesos productivos más verdes, eficientes y con un menor impacto en el medio ambiente y en las comunidades. Mediante el uso de IoT (Internet de las Cosas), podemos desarrollar plantas eléctricas autónomas, medir la huella calórica y otros aspectos clave".

En esta línea, Leonardo Molina comenta que "las empresas que lideren en la adopción de nuevas tecnologías, al tiempo que gestionen sus desafíos, estarán mejor posicionadas para afrontar el futuro. Es imperativo que la innovación no solo se vea como una herramienta de eficiencia, sino como una fuente de valor a largo plazo para todas las partes interesadas".

"Las empresas que lideren en la adopción de nuevas tecnologías, al tiempo que gestionen sus desafíos, estarán mejor posicionadas para afrontar el futuro".

LEONARDO MOLINA
Director del Ranking MIC.

EDICIONES.ESPECIALES@MERCURIO.CL
SANTIAGO DE CHILE
SÁBADO 19 DE OCTUBRE DE 2024
ediciones especiales EL MERCURIO

LÍDER EN INNOVACIÓN:

Starken es galardonado con el primer lugar del Ranking Most Innovative Companies

La empresa se consolidó en la primera posición de la categoría Transporte y Logística, un reconocimiento fruto del sistema de gestión implementado en 2021, con foco en la construcción de una cultura empresarial innovadora. Con 24 proyectos en marcha este año, sigue apostando por la digitalización y mejora de sus servicios, con iniciativas como los Smart Lockers, pre-emisión de envíos sin necesidad de impresión y por talla, y la expansión de la autoatención de alto estándar.

Por tercer año consecutivo, Starken se posiciona como líder en el Ranking "Most Innovative Companies", consolidando su lugar en la cima de la categoría Transporte y Logística. Este logro refleja no solo su enfoque en la transformación digital, sino también su compromiso con ofrecer soluciones cada vez más ágiles y eficientes para sus clientes en todo Chile.

Desde que implementó su sistema de gestión de innovación en 2021, Starken ha sido sinónimo de adaptación y modernización. Este año, la empresa avanza con 24 proyectos enfocados en mejorar la experiencia del cliente a través de la tecnología. Lockers inteligentes y pre-emisión de envíos por pagar desde la web y sin necesidad de imprimir etiquetas, son solo algunas de las iniciativas que están transformando la logística en el país.

Uno de los proyectos más ambiciosos y exitosos desarrollado por la compañía es "Soy Starken": una red de puntos PUDO (Pick up & Drop Off), diseñada para facilitar la entrega y recolección de paquetes. Esta solución no solo está dirigida a grandes comercios, sino también a negocios locales, brindándoles la oportunidad de participar en la cadena logística.

FOTOS STARKEN

Soy Starken es una red de puntos PUDO (Pick up & Drop Off), diseñada para facilitar la entrega y recolección de paquetes.

Con una simple aplicación móvil, los puntos de recolección pueden emitir, imprimir etiquetas y gestionar envíos de manera inmediata, lo que reduce tiempos y agiliza los procesos.

Otra de las iniciativas que ha captado la atención del mercado es la implementación de Smart Lockers en distintas regiones del país. Estos casilleros inteligentes permiten a los clientes recoger sus paquetes a cualquier hora del día, evitando filas y optimizando el tiempo. Desde su lanzamiento a principios de 2024, los Smart Lockers han mantenido una ocupación promedio del 100%, demostrando el éxito de esta tecnología en la vida cotidiana de los usuarios.

PROYECTOS QUE MARCAN EL CAMINO HACIA EL FUTURO

El compromiso de Starken con la innovación va más allá de la logística tradicional. La empresa está incorporando inteligencia artificial en varios de sus procesos, optimizando la automatización e incrementando tanto su volumen de paquetería como infraestructura. Esta visión ha permitido que Starken consolide su participación internacional a través de la alianza con Cainiao, el brazo logístico de AliExpress, y Temu, integrándose en el competitivo mercado global.

Ejecutivos de Starken en la ceremonia de premiación del Ranking "Most Innovative Companies".

Rodrigo Prida, gerente general de Starken, atribuye el mérito al mencionado sistema de desarrollo innovador implementado desde hace cuatro años, "en Starken, convencidos de estar a la altura del desafío de la reinvención permanente, hemos puesto la innovación al centro de nuestro modelo de negocio, entendiendo que, en un mundo tan dinámico como el actual, es esencial la creación constante y el desarrollo ágil de nuevas soluciones que aporten valor significativo a nuestros clientes. Un ejemplo de ello es nuestro modelo de sucursal 24/7, pionero en Chile y replicado por la industria", expresa.

La visión de Starken también incluye la apertura de nuevas sucursales 24/7 para el año 2025. Estos puntos automatizados permiten a los usuarios acceder a servicios logísticos de manera ininterrumpida, mejorando la experiencia para emprendedores, pequeñas empresas y usuarios finales por igual.

A medida que Starken continúa su crecimiento y expansión, reafirma su compromiso con los avances tecnológicos y la creación de un ecosistema de innovación que no solo mejora sus procesos internos, sino que también impulsa alianzas estratégicas clave, ampliando su presencia en el mercado global. Al mismo tiempo, mantiene su enfoque en ofrecer soluciones logísticas integrales que benefician tanto a grandes empresas como a emprendedores, consolidando su posición a la vanguardia de la industria.

starken

¡Por TERCER año
consecutivo obtenemos el

1° LUGAR
RANKING 2024
MOST INNOVATIVE COMPANIES
STARKEN
CATEGORÍA
TRANSPORTE
& LOGÍSTICA

Consolidándonos como
líderes en innovación en la industria!

@StarkenCL
www.starken.cl

Experiencia del cliente

10 **Se observa un creciente *cross-over* entre marcas y productos, lo que busca extender el ciclo de vida de sus productos por la vía de alianzas más "adultas".**

El término *cross-over* se refiere a la colaboración o fusión entre dos o más marcas o productos diferentes para atraer a audiencias más amplias o generar un mayor impacto. Esto puede manifestarse en colaboraciones, ediciones limitadas o *cobranding*.

Estefanía Ortega, líder en Experiencia Corporativa deMIC Business Consulting, ilustra esta tendencia con la estrategia de Carozzi con la adquisición de Bresler, que ha dado lugar a un *cross-over* de nuevos sabores de helados combinados con productos icónicos como las galletas Tritón y Frac, además de golosinas como Flippy y Frugelé . "Esta nueva oferta de productos crea una experiencia para los niños que antes disfrutaban de estos sabores que ahora entran a un nuevo rango etario y con ello, un nuevo interés en otro tipo de formato", dice.

Este tipo de estrategia aprovecha la sinergia entre marcas, combinando sus atributos y audiencias en una oferta única que puede ser innovadora y emocionante para los consumidores. Juan Pablo Cáceres, subgerente de Innovación y Experiencia del Consumidor en Aramark, señala: "El *cross-over*, al igual que el *cross-branding*, es una evolución clave en la interacción con los consumidores. Son un factor que enriquece la experiencia de consumidores al combinar fortalezas y fomentar la innovación mediante el intercambio de ideas y tecnologías".

"La lentitud, el mal servicio o la falta de fluidez en la interacción con una aplicación o sitio web puede resultar en la pérdida instantánea de un cliente".

ESTEFANÍA ORTEGA
Líder en Experiencia Corporativa de MIC Business Consulting.

11 **Se busca la ultrapersonalización, al entregar la sensación al consumidor de que el producto fue desarrollado solo para él.**

Otra tendencia es la ultrapersonalización, que según Cáceres "es clave para aumentar la satisfacción y lealtad del cliente, aunque conlleva un desafío relevante. Estamos avanzando en este enfoque, aprovechando IA y *big data*".

Alan Meyer, vicepresidente de Mercado Libre para Chile, Colombia, Perú y Ecuador, explica cómo estas características están moldeando las estrategias de la compañía: "Mercado Libre tiene un foco claro en la experiencia del cliente; desde el proceso mismo de la compra hasta la entrega final. Buscamos que la experiencia sea la adecuada de principio a fin, y para ello la tecnología es fundamental".

La compañía ha desarrollado varios productos en esta línea, como Mercado Play, "una plataforma de *streaming* que se ajusta a los intereses y hábitos de visualización de los usuarios". También menciona Buy Box y Meli+, que permiten a los consumidores acceder a beneficios exclusivos y mejores ofertas. "Estos avances no solo mejoran la experiencia de los usuarios, sino que también aumentan su fidelización y recurrencia en la plataforma", asegura.

Sobre el rol de la tecnología en la ultrapersonalización, destaca: "La IA permite adaptar la experiencia de cada usuario de manera personalizada, facilita el acceso a la información, optimiza procesos internos, mejora la eficiencia en la atención y resolución de problemas."

Guillermo Armelini, director del Área de Marketing y Operaciones del ESE Business School, advierte que "con la llegada de la IA generativa, el proceso de gestión de experiencia de cliente ha mejorado substancialmente, no solo interpretando lo que los clientes dicen, sino también contestando requerimientos, sobre todo preguntas simples y de orientación. El cambio trascendente es que antes teníamos la información, pero carecíamos de los medios para hacerla útil en la operativización de la relación con el cliente. La IA cambia este proceso".

12 **Mayor velocidad y calidad en la atención al cliente con máximo foco en la "user experience", con foco en inmediatez, calidad y simplicidad.**

Las empresas entienden que los consumidores actuales valoran no solo la calidad de un producto, sino muchos otros atributos. Por eso, crece el énfasis en la "user experience", enfocándose en soluciones inmediatas, con procesos simplificados y atención de alta calidad. Armelini destaca que "Cornershop cambió este proceso (rapidez) y Mercado Libre enseñó que se puede pedir casi cualquier cosa y que se entregue a tiempo". Sin embargo, advierte que muchas empresas encuentran fricciones al tratar de emular estos modelos.

Ortega advierte que "la experiencia del cliente en las plataformas digitales se vuelve cada vez más crucial para los consumidores. Donde la lentitud, el mal servicio o la falta de fluidez en la interacción con una aplicación o sitio web puede resultar en la pérdida instantánea de un cliente". Hoy, los consumidores comparan su experiencia digital con plataformas como Netflix o Spotify, haciendo una "comparación de la mejor experiencia posible". Esto significa un desafío sobre todo en la industria del *retail*, donde el 60% de las ventas se espera que sea digital, obligando a replicar la experiencia física a través de la pantalla, comenta.

Al analizar el comercio *online*, Armelini detalla: "Los *e-commerce* han logrado generar procesos de personalización, como los sistemas de *profiling* de Amazon. A nivel local, Mercado Libre lo hace muy bien. También han evolucionado las ofertas personalizadas de algunos bancos, basadas en las pautas de consumo de sus clientes".

Frente a estas transformaciones, Estefanía Ortega explica que a nivel nacional "las empresas que lideran la experiencia de cliente son Mercado Libre, por su experiencia tanto en la plataforma digital como en la entrega ultra rápida de productos. Copec también es reconocido en su sector de estaciones de servicio, donde ha mejorado la atención al cliente al incorporar la plataforma de pago digital Pronto, que permite a los usuarios gestionar sus transacciones de forma más rápida, cómoda y autónoma".

Para Armelini, la inteligencia artificial generativa abre un antes y después en las compañías, aunque "existen dudas sobre el alcance que se le puede dar, o hasta donde empoderarla porque al final, se trata de la relación con tu cliente. Pero es una herramienta que puede complementar muy bien lo que necesita un cliente en una primera etapa", mientras que la inteligencia humana cubre aspectos más complejos asociados al contexto y la intuición.

EL MERCURIO
PRESENTA

SUMMIT

23 y 24 OCTUBRE 2024
JARDINES EL MERCURIO

TRANSFORMACIÓN ENERGÉTICA
Una visión de Futuro Sostenible

PANELISTAS

DIEGO PARDOW
Ministro de Energía

JUAN CARLOS MUÑOZ
Ministro de Transportes y Telecomunicaciones

ANA LÍA ROJAS
Directora Ejecutiva Asociación Chilena de Energías Renovables y Almacenamiento

J. MIGUEL BEVAVENTE
Vicepresidente Ejecutivo Corfo

CATALINA CUEVAS
Gerente de servicios de cambio climático y sostenibilidad EY

TRINIDAD CASTRO
Directora Ejecutiva World Energy Council Chile

GLORIA MALDONADO
Presidenta Directorio Enap

JUAN CARLOS JOBET
Ex Ministro de Energía y Minería

CAMILO CHARME
Director Ejecutivo Generadoras

Mª TERESA RUIZ-TAGLE
Directora Ejecutiva de CLG-Chile

JEAN PAUL ZALAQUETT
Gerente de Electromovilidad Enel X

DANIEL GORDON
Gerente de Sostenibilidad y Asuntos Corporativos Colbún

CARMENMARÍA POBLETE
Directora Legal en Aediles

MARCOS KULKA
Director Ejecutivo Asociación Chilena de Hidrógeno

LEONARDO LJUBETIC
Gerente División Desarrollo Copec

JUAN MERICHES
Director Ejecutivo Empresas Eléctricas

ERNESTO HUBER
Director Ejecutivo Coordinador Eléctrico

VALENTINA DURÁN
Directora Ejecutiva Servicio de Evaluación Ambiental

CARLOS DÍAZ
Gerente General SQM Litio

DIEGO HOLLWECK
Gerente General Generadora Metropolitana

KARLA ZAPATA
Gerente General Enel X Chile

MAURICIO HENRÍQUEZ
Gerente Asuntos Corporativos wpd Chile

JAVIER TAPIA
Director Ejecutivo Asociación de Transmisoras de Chile

IGNACIO MACKENNA
Gerente General Abastibletec

23 DE OCTUBRE - 08:00 a 12:00 hrs.

PANEL 1
Electromovilidad ciudadana: ¿Llegó su momento?

PANEL 2
Proyectando las energías del futuro: ¿Estamos a tiempo?

PANEL 3
Energías limpias en industrias estratégicas: ¿Cómo acelerar la transformación?

24 DE OCTUBRE - 08:00 a 12:00 hrs.

PANEL 1
Inversión y distribución: Desafíos regulatorios y política pública.

PANEL 2
Generación de energías limpias: El camino a la descarbonización.

PANEL 3
La necesidad de transmisión y la gestión de sus impactos.

Para más información: energia.elmercurio.com

PRESENTA: COPEC, enel X, Colbun, SQM, GM Generadora Metropolitana, wpd
AUSPICIA: abastibletec, Gasco, ENGIE

Reclutamiento de talento tecnológico

“El talento en big data, machine learning y otras tecnologías avanzadas no necesariamente proviene de vías tradicionales como las universidades”.

RICARDO SATELER
COO de Buk Chile.

13 Se deberán desarrollar habilidades digitales y a la vez que competencias globales para interactuar adecuadamente con los distintos proveedores y mercados.

“En los próximos cinco años, observaremos una transición laboral marcada por la coexistencia de dos grupos: personas de entre 30 y 50 años con mucha experiencia pero menos habilidades digitales avanzadas, y personas jóvenes (20-30 años) con grandes capacidades tecnológicas pero poca experiencia laboral. Las empresas deberán cerrar esta brecha de habilidades lo más rápido posible”, contextualiza Clarita Cortés, líder de Cambio Cultura y Organizacional de MIC Business Consulting.

Ricardo Sateler, COO de Buk Chile, asegura que el futuro del trabajo exige un enfoque integral. “Las habilidades digitales son esenciales, pero también necesitamos competencias globales para interactuar con diferentes mercados y proveedores. En Buk, promovemos programas que no solo capacitan en tecnología, sino que también entreguen experiencias prácticas. Este enfoque permite a los profesionales adaptarse rápidamente a los desafíos globales y tecnológicos que enfrentan”

En esta línea, Cortés detalla que “los programas de reconversión laboral y la integración de talento joven serán esenciales para adaptar a las organizaciones a este nuevo contexto. El desafío principal es encontrar candidatos que combinen tanto la experiencia como las habilidades tecnológicas”.

Esta nueva realidad de mercado laboral desafiará a los departamentos de recursos humanos, que enfrentaran un escenario complejo y creciente en los próximos 10 años. “Hoy las empresas lo viven de forma parcial, pero van a trasformar sustancialmente los puestos de trabajo y las habilidades requeridas para ejecutar las labores”, adelanta Clarita Cortés.

14 Se deberá enfrentar el desafío de reclutar talento con competencias en tecnologías avanzadas como *big data* y *machine learning*. Serán personas jóvenes que no necesariamente vendrán de estudios formales.

“El talento en *big data*, *machine learning* y otras tecnologías avanzadas no necesariamente proviene de vías tradicionales como las universidades. Muchos jóvenes se forman de manera autodidacta o en *bootcamps*. Valoramos tanto la experiencia práctica como la flexibilidad para adaptarse a nuevas tecnologías, entendiendo que características como la curiosidad y el pragmatismo son tan importantes como el conocimiento técnico”, señala Sateler.

Al respecto, Cortés subraya que “el reto para las empresas será crear procesos de reclutamiento más especializados, que no se basen únicamente en certificaciones formales, sino en la capacidad demostrable de aplicar habilidades técnicas. Esto requerirá que Recursos Humanos adapte sus criterios de selección y trabaje en conjunto con expertos en tecnología para desarrollar tests de habilidades específicos. Las empresas necesitarán un enfoque renovado en sus procesos para filtrar candidatos de una forma no tradicional, para la cual aún no existen mejores prácticas conocidas”.

15 Gestión de personas y capacitación para operar en un entorno de alta complejidad, adaptándose a perfiles más jóvenes y dinámicos, por lo que las empresas deberán iniciar grandes programas de reconversión laboral debido a la automatización y la inteligencia artificial.

Según explica Cortés, la automatización y la inteligencia artificial están transformando el entorno laboral, exigiendo una profunda reestructuración en la forma en que las empresas gestionan y desarrollan su talento. “Uno de los principales desafíos será gestionar equipos intergeneracionales, con empleados jóvenes que dominan las nuevas tecnologías, pero carecen de experiencia, y profesionales mayores que, aunque experimentados, necesitan actualizar sus habilidades digitales. Esta disparidad requerirá programas flexibles de capacitación y desarrollo para cerrar la brecha entre experiencia y competencias tecnológicas”, detalla.

Otro elemento clave será la automatización, que no solo permitirá eliminar tareas repetitivas, sino que ofrecerá oportunidades para que las personas destinen su tiempo a trabajos más estratégicos. Ante esta nueva realidad, las empresas deberán impulsar programas de reconversión laboral, que “no solo enseñen nuevas habilidades, sino que también promuevan una cultura que valore el aprendizaje continuo y la capacidad de adaptación”, explica la experta.

Por su parte, Sateler comenta que “la automatización y la inteligencia artificial están impulsando una transformación que afecta tanto a los procesos como a las personas. En Buk, estamos liderando programas que impulsen el desarrollo profesional del talento tech, enfocados en preparar a nuestros equipos para operar en un entorno más dinámico y a la vanguardia”

Cortés reflexiona: “El miedo al cambio y la incertidumbre generada por estas tecnologías pueden ser obstáculos importantes, por lo que será clave generar confianza y apoyar a los empleados en esta transición. Las empresas deben ser resilientes y ágiles para adaptarse a la volatilidad del mercado y la evolución de las tecnologías. La clave estará en crear equipos flexibles, fomentar la innovación y mantener una mentalidad de crecimiento que permita a los empleados ver el cambio como una oportunidad para evolucionar, no como una amenaza”.

VOLCAN
Líderes en Soluciones Constructivas Sostenibles
ESE BUSINESS SCHOOL Universidad de los Andes
MIC BUSINESS CONSULTING
1° LUGAR RANKING 2024 MOST INNOVATIVE COMPANIES VOLCÁN CATEGORIA INDUSTRIAL

¡Gran noticia!
Hemos obtenido el primer lugar como la empresa más innovadora en la categoría Industrial.

Por 3er año consecutivo, Volcán ha sido reconocido por el ranking "Most Innovative Companies 2024", realizado por ESE Business School de la Universidad de Los Andes, MIC Business Consulting y El Mercurio.

www.volcan.cl

mercado libre

mercado pago

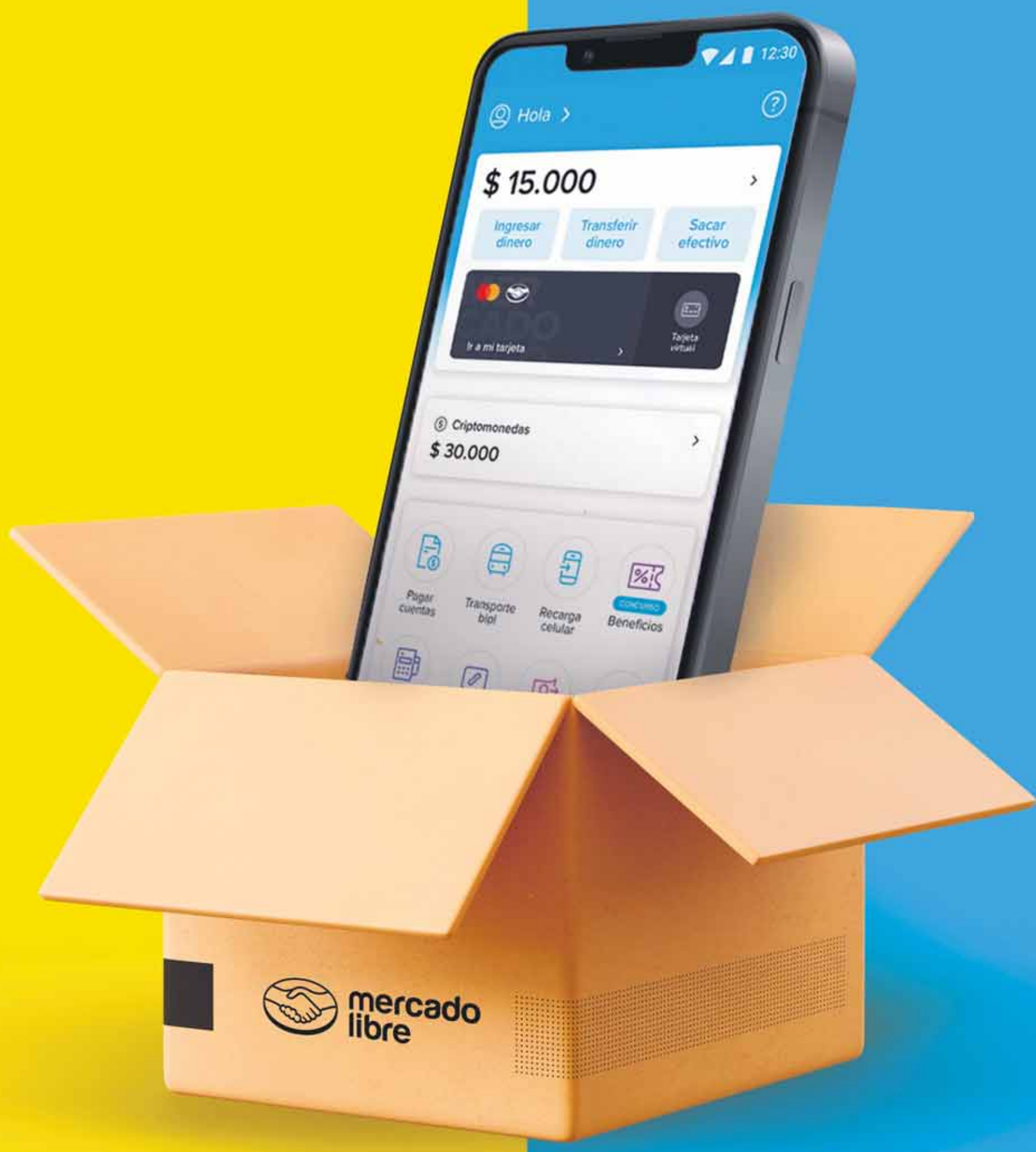
Ranking Most Innovative Companies

SOMOS #1

POR QUINTO AÑO CONSECUTIVO

MARKETPLACE

MEDIOS DE PAGO



LA INNOVACIÓN ES NUESTRO ADN

ESE BUSINESS SCHOOL Universidad de los Andes

MIC BUSINESS CONSULTING

EL MERCURIO