LITORALPRESS

Fecha: 19-10-2024
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Innovacion
Tipo: Actualidad
Título: Diez ejemplos de mujeres líderes en innovación y sus principales desafíos

Pág. : 8
Cm2: 564,8
VPE: $ 7.418.657

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

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.

LITORALPRESS

Fecha: 19-10-2024
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Innovacion
Tipo: Actualidad
Título: Diez ejemplos de mujeres líderes en innovación y sus principales desafíos

Pág. : 10
Cm2: 570,0
VPE: $ 7.487.817

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

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.

CEDIDA

**—¿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".

**"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.

NESTLÉ

**—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".

LITORALPRESS

Fecha: 19-10-2024
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Innovacion
Tipo: Actualidad
Título: Diez ejemplos de mujeres líderes en innovación y sus principales desafíos

Pág. : 12
Cm2: 1.289,9
VPE: $ 16.943.972

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

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 líderes 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".

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.

> "Es fundamental incorporar capacidades externas **a través de proyectos de innovación abierta".**
>
> **CAROLINA PRADO**
> Subgerente de Innovación y Sostenibilidad en Copefrut.

**—¿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!".

GERENTA DE PRODUCTO DIGITAL E INNOVACIÓN:

# Loreto Bezamat, de Clínica Alemana

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".

**—¿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".

> "La innovación debe ser un elemento estratégico **transversal a todas las áreas".**
>
> **LORETO BEZAMAT**
> Gerenta de Producto Digital e Innovación de Clínica Alemana

**—¿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".

DIRECTORA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO:

# Rosario Fernández, de VSPT Wine Group

CEDIDA

**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".