

MOST INNOVATIVE COMPANIES, DEL CENTRO DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DEL ESE BUSINESS SCHOOL, U. DE LOS ANDES:

Ranking MIC 2020 destaca a las empresas que decidieron innovar en un año complejo y delinea las tendencias que están marcando las nuevas formas de hacer negocios

Han sido meses de una crisis que sorprendió a todo el mundo. De incertidumbre, de dificultad para planificar y para funcionar con normalidad. Pero en ese escenario revuelto, fueron varias las empresas que, recurriendo a prácticas y modelos innovadores, no solo lograron mantener su operación, sino además crecer y desarrollar nuevos mercados. Eso se refleja en las compañías premiadas por esta iniciativa, que se desarrolla en colaboración con la consultora MIC Innovation y en asociación con "El Mercurio". **MANUEL FERNÁNDEZ BOLVARÁN**

"Nunca habían participado tantas empresas en esta medición como este año. Nunca vimos tantas empresas haciendo cosas tan distintas. Nunca vimos tanto gerente de Innovación preocupado de resolver problemas que nunca antes habían enfrentado las compañías, como la ciberseguridad y el *e-commerce*. Y nunca habíamos tenido un año donde el futuro se viera tan incierto".

Con esas palabras resume Patricio Cortés, profesor adjunto del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School las peculiaridades de la versión 2020 del Ranking Most Innovative Companies Chile, trabajado por esa institución en colaboración con la consultora MIC Innovation y en asociación con "El Mercurio".

Se trata de un profundo análisis sobre el estado de la innovación corporativa en Chile y que tiene dos grandes objetivos. En primer lugar, mide el nivel de desarrollo de capacidades y uso de herramientas de innovación dentro de las empresas, lo que se traduce en informes que reciben las compañías participantes y que les permiten ir mejorando, y en un ranking que premia a las firmas mejor evaluadas en 26 diferentes sectores de la economía.

En segundo lugar, identifica las tendencias que están definiendo las nuevas formas de construir modelos de negocios que permitan a las firmas enfrentar la incertidumbre, mantener o mejorar posiciones de liderazgo y conquistar nuevos mercados.

Ambas dimensiones son desarrolladas en profundidad en las páginas de este número especial del Cuerpo i de Innovación —que circula cada jueves en "El Mercurio"—, íntegramente dedicado al tema.

UNA NECESARIA **REINVENCIÓN PERMANENTE**

Los resultados de la edición 2020 fueron presentados en la sede del ESE Business School en una ceremonia que inauguró el director general de la institución, Raimundo Monge. Invitó a reflexionar sobre cómo en un año tan complejo, la innovación se ha convertido en la gran herramienta no solo para seguir operando, adaptándose al nuevo contexto, sino también ha demostrado que, si se toma en serio a nivel corporativo, permite crecimientos relevantes y aprovechar las oportunidades para abrir nuevos negocios.

"Chile necesita empresas vigorosas, innovadoras, que están haciendo cosas distintas. Esa es una enorme contribución al bien común y al desarrollo del país", destacó.

En esa línea, valoró la asistencia a la premiación de los más altos representantes de las 26 compañías reconocidas, a su juicio un reflejo de que este tema cada vez es más relevante al interior de las organizaciones, como lo demuestra uno de los hallazgos del estudio: que las áreas de Innovación están cobrando mayor jerarquía y se empiezan a convertir en unidades que abren mercados y buscan resolver problemas críticos para las empresas.

Patricio Cortés lo plantea muy gráficamente. "Innovación dejó de ser un área marginal dentro de las compañías para ser un área relevante, que es capaz de impactar y generar nuevos negocios", asegura.

"Si este año ha demostrado algo, es que para la sostenibilidad en el tiempo de cualquier tipo de empresa, la capacidad de reinvención permanente es fundamental. La innovación ya no es una opción, sino una necesidad para sobrevivir, mantener a los clientes, adaptarse a un contexto cambiante y desarrollar condiciones internas que permitan tomar las ventanas de oportunidad que puedan surgir", aseguró Marisa Cominetti, coordinadora periodística del Cuerpo i de Innovación de "El Mercurio".



A la premiación asistieron altos ejecutivos en representación de las 26 empresas galardonadas como más innovadoras en sus respectivos rubros.

ESTRATEGIAS DE CONEXIÓN **A LARGO PLAZO**

Mirando hacia adelante, el director de Desarrollo Comercial y Asuntos Corporativos de "El Mercurio", Juan Jaime Díaz, hizo ver que las compañías enfrentan un reto clave: "Los tiempos en los que las estrategias de comunicación tenían como fin único dar a conocer los atributos *per se* de un producto quedaron atrás. Hoy el consumidor quiere relacionarse con las marcas a través de algo más que una transacción de compra-venta. Es por eso que deben lograr transmitir los valores con los que se relaciona la marca y eso en un gran desafío de innovación. Hasta ahora, los departamentos de marketing han centrado las activaciones de ventas a corto plazo, en algunas plataformas digitales, con inciertos resultados, a expensas de la construcción de marcas de largo plazo".

Para ilustrar las complejidades de este desafío, Díaz citó estudios internacionales que muestran que hoy un 11% de los internautas está bloqueando todos los *banners* publicitarios en línea y dos de cada tres personas dicen que dejarían de usar una marca si su anuncio apareciera junto a contenido falso u ofensivo.

"Conquistar al consumidor hoy es una tarea que demanda innovación constante. Las empresas tienen más probabilidades de alcanzar sus objetivos de largo plazo con estrategias que potencien su marca y eso debe lograrse asociados a medios que generen confianza", aseguró.

"Chile necesita empresas vigorosas, innovadoras, que están haciendo cosas distintas. Esa es una enorme contribución al bien común y al desarrollo del país".

RAIMUNDO MONGE
Director del ESE Business School, U. de los Andes.

"Este año ha demostrado que, para la sostenibilidad en el tiempo de las empresas, la capacidad de reinvención permanente es fundamental. **La innovación ya no es una opción, sino una necesidad".**

MARISA COMINETTI
Coordinadora periodística del Cuerpo i de Innovación de "El Mercurio".



"Innovar es una actitud, una creencia de que para mejorar la situación actual hay que hacer algo diferente para que el futuro pueda ser mejor que el presente".

JUAN JAIME DÍAZ
Director de Desarrollo Comercial y Asuntos Corporativos de "El Mercurio".

EDICIONES.ESPECIALES@MERCURIO.CL
SANTIAGO DE CHILE
SÁBADO 21 DE NOVIEMBRE DE 2020
EL MERCURIO

RECONOCIMIENTO:

CCU encabeza la premiación Most Innovative Companies Chile 2020

Por segundo año consecutivo, CCU y sus filiales obtuvieron los primeros lugares en sus respectivas categorías: CCU Chile lideró Bebidas, Jugos y Cervezas; VSPT Wine Group, Vinos; y Compañía Pisquera de Chile, CPCh, Licores. En esta oportunidad se sumó además CCU, en el sector Holding Industrial.



CCU

Alcohol Gel CCU, fabricado a partir de la materia prima de cervezas sin alcohol de la compañía, con el fin de aportar durante la crisis sanitaria por el covid-19.

CCU y tres de sus filiales lograron primeros lugares en sus respectivas categorías en el Ranking Most Innovative Companies Chile 2020, realizado por ESE Business School de la Universidad de los Andes, en el cual participan las empresas más innovadoras del país en cada industria.

Por segundo año consecutivo, CCU Chile encabezó la categoría de Bebidas, Jugos y Cervezas; VSPT Wine Group, Vinos; y Compañía Pisquera de Chile, CPCh, Licores. Además, en esta oportunidad se sumó CCU con el primer lugar en el sector Holding Industrial.

"La innovación es uno de nuestros objetivos estratégicos. Estamos convencidos de que es la manera de seguir entregando a nuestros clientes y consumidores los productos que buscan y el servicio que merecen. También es un tema de sustentabilidad, de mantenernos vigentes; estamos atentos a las nuevas oportunidades, modelos de negocio y en cómo contribuir a la sociedad", comenta Martín Rodríguez Guiraldes, gerente de Transformación de CCU.

Lograr estos primeros lugares es un reflejo de las innovaciones que se han continuado realizando.


CCU

Eduardo Ffrench-Davis, gerente de Marketing Bebidas Analcohólicas CCU; Pedro Herane, gerente general de VSPT Wine Group; Patricio Jottar, gerente general de CCU; Martín Rodríguez Guiraldes, gerente de Transformación CCU, y Domingo Jiménez, gerente general de CPCh.

"CCU siempre ha destacado por innovaciones de productos y categorías. Algunos ejemplos son 1865 Double Barrel de VSPT, el primer vino del mundo añejado en barricas de pisco o Hard Fresh, el primer Hard Seltzer en Chile, con el que CPCh abre la categoría en el país y Gin Kantal, innovación que dinamizará la atractiva industria del gin", agrega el ejecutivo.

Asimismo, CCU también estrenó variedades en cervezas como Escudo Negra, Escudo Ámbar y Royal Guard Amber Ale. En analcoholes, aguas MAS sumó a su portafolio el sabor Limón Menta. En tanto, La Barra CCU (www.labarra.cl), plataforma de *e-commerce*, se ha consolidado entre los consumidores y multiplicado por cinco sus ventas durante el tercer trimestre.

Las innovaciones también son a nivel social, especialmente durante la crisis sanitaria por el covid-19. Martín Rodríguez Guiraldes comenta que se quiso aportar desde la propia operación, "nos enorgullece haber contribuido con Alcohol Gel CCU, fabricado a partir de la materia prima de nuestras cervezas sin alcohol y Escudos Faciales CCU confeccionados a partir de las preformas de botellas PET".

LA INNOVACIÓN EN CCU

—¿Qué visión tiene CCU sobre la transformación digital?

"Es una gran oportunidad para generar una ventaja competitiva. Implica un cambio en la mentalidad de cómo hacemos nuestro trabajo. Es una apuesta por nuevos métodos que permitan aprovechar el potencial de la digitalización. Hemos consolidado el Modelo de Transformación CCU que traza una estrategia clara, apalancado en nuestras personas y en la tecnología digital. Queremos ser la empresa más conectada con clientes y consumidores".

—Se dice que en Chile no existe la innovación disruptiva, ¿crees que esta afirmación es cierta?

"En CCU trabajamos en innovación core e incremental hace muchos años y, recientemente, desarrollamos un plan definido para cubrir innovaciones adyacentes o disruptivas, y existen algunos proyectos en nuestro *pipeline* en esa línea. Tenemos un equipo corporativo dedicado un 100% a explorar nuevas oportunidades, pilotearlas y testearlas tempranamente. Siempre trabajando en equipo con nuestras unidades de negocio que son fundamentales para la realización de nuevos proyectos".

—Para lograr este cambio cultural, ¿qué acciones han tomado para impulsarlo?

"Internamente tenemos el programa Despega, que busca iniciativas propuestas por trabajadores que han mostrado un creciente interés en participar. Hemos realizado cuatro campañas con distintos focos recibiendo más de 760 ideas. Nuestro compromiso es buscar la implementación de las ideas ganadoras. Vemos con interés cómo estas iniciativas van permeando la innovación".

—¿Cómo buscan impactar el ecosistema de innovación?

"Hace unas semanas lanzamos la segunda versión en Chile y quinta en Argentina, del Desafío Regional de Innovación Abierta INNPACTA, que convoca a *startups* y emprendimientos de todo el mundo para encontrar soluciones para la industria de bebestibles con foco en las operaciones de ambos países. Sabemos que la innovación abierta es un gran camino para seguir potenciando nuestros procesos, productos y servicios, de manera de ser una compañía ágil, que responda con excelencia a las nuevas tendencias de clientes y consumidores".

ESE BUSINESS SCHOOL Universidad de los Andes
EL MERCURIO
MIC innovation

CCU encabeza premiación de
Most Innovative Companies 2020

Por segundo año consecutivo, CCU y sus filiales obtuvieron los primeros lugares en sus respectivas categorías: Sector Bebidas, Jugos y Cervezas; Sector Viñas; y Sector Licores.





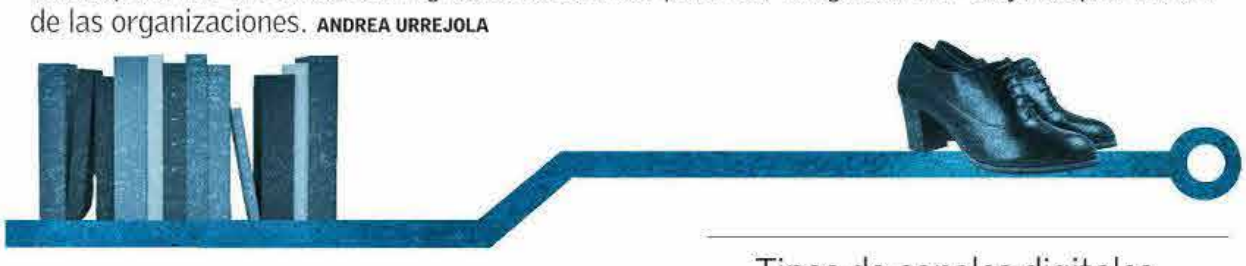
CCU
vspt.wine.group
CCU CHILE
PISQUERA DE CHILE S.A. CCU-CONTROL

IMPULSADO POR LOS EFECTOS TANTO DE LA CRISIS SOCIAL COMO DE LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS:

Tras el explosivo crecimiento del *e-commerce*, grandes empresas salen **a buscar gerentes para su canal digital**



En solo un año, las ventas por internet crecieron lo que se pensaba que podían expandirse en cinco. Si a inicios de 2020 representaban una proporción relativamente marginal de los ingresos de las grandes empresas de consumo masivo, se prevé que cierren el año explicando el 10% de sus ingresos totales. Un peso tal, obliga a elevar su jerarquía dentro de las organizaciones. **ANDREA URREJOLA**



Ni el más ferviente fanático de las compras por internet habría sido capaz de pronosticar hace solo doce meses la explosión del comercio electrónico que se ha registrado en 2020. Tendencia forzada primero por la crisis social y luego por la pandemia del coronavirus, este va a pasar a la historia como el año en que los hábitos de compra giraron fuertemente hacia lo digital, tanto en Chile como en el mundo.

Mojca Sirok, directora de la Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de la Información (ACTI) y gerenta general de Ingenia Global, es particularmente gráfica al describir la explosión del *e-commerce*: "El comercio electrónico a nivel mundial se transformó, sin previo aviso, en una herramienta fundamental de nuestras vidas, pasando a ocupar un lugar cada vez más importante en el consumo masivo. El surgimiento de nuevas plataformas de compras *online* y el posicionamiento de nuevos actores en el mercado, sumado a la inversión tecnológica y logística de los principales actores del retail chileno, han consolidado las nuevas tendencias de consumo en el país. El mero dato de aumento de ventas realizadas mediante *e-commerce* en 150% durante los primeros meses de la pandemia respecto a 2019 en Chile (según la Cámara de Comercio de Santiago), muestra la revolución del uso de canales digitales para las compras en nuestro país".

La tendencia salta a la vista en el análisis del Ranking Most Innovative Companies 2020, elaborado por el ESE Business School de la Universidad de los Andes. Según el reporte, los consumidores han incrementado con fuerza su nivel de confianza en el canal digital, llevando a que esta forma de venta alcance en un año el desarrollo que se estimaba que conseguiría en cinco.

El informe añade que de esta manera, los canales directos de venta propios de las empresas, que hace un año tenían ventas prácticamente nulas, se estabilizarán en torno al 10% del total de ingresos a fines de 2020 y podrían incluso concentrar el 20% en dos años.

Posibilidades que brinda la digitalización

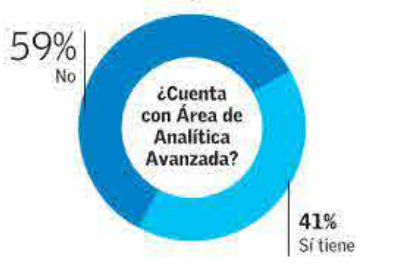
Ser multicanal

El 11% de las empresas con canal digital está ensayando un segundo canal en paralelo



Apoyarse en la analítica

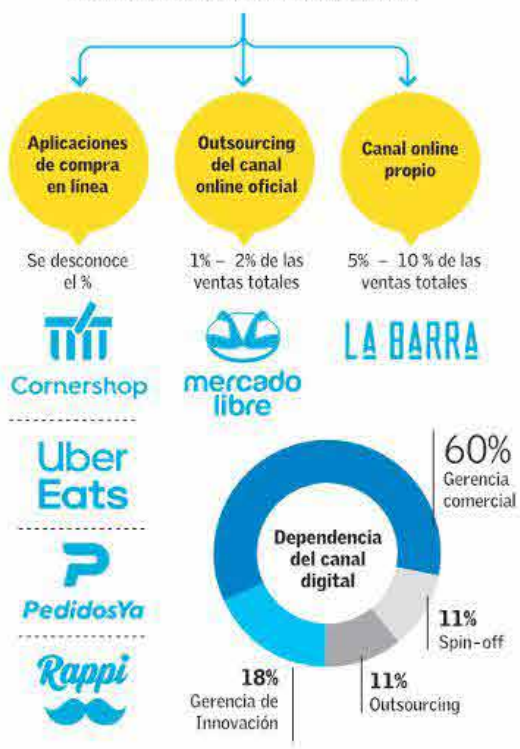
El 41% de las empresas de consumo masivo se apoya en una Área de Analítica Avanzada para el desarrollo de nuevos productos



Fuente Ranking Most Innovative Companies Chile 2009 - 2020 EL MERCURIO

Tipos de canales digitales

En las grandes empresas de consumo masivo, las ventas online pasaron de casi cero a un 5% en los últimos 12 meses y se espera que cierren al año 2020 con cerca del 10% de las ventas totales.



Fuente Ranking Most Innovative Companies Chile 2009 - 2020 EL MERCURIO

UNA CAMINO LARGO HACIA LA CONSOLIDACIÓN

"Lo que estaba pasando en los últimos cinco años es que a las grandes empresas les resultaba evidente el tener que evolucionar desde un canal comunicacional digital (página web) a estar presente en el *e-commerce*. Sin embargo, desconocían la mejor forma de resolverlo", relata Iván Díaz-Molina, director del Centro de Innovación y Emprendimiento ESE Business School. Por ello, explica, tendían a que sus productos se vendieran a través de los desarrollos digitales de las grandes empresas de retail, como lo supermercados, que tenían tiempos de respuesta relativamente lentos.

"Hace unos tres años, aparecen las primeras aplicaciones de compra directa en supermercados. En la práctica es una sola *app* (Cornershop), y luego aparecen Rappi, Glovo y PedidosYa, que no son exactamente aplicaciones de supermercados, pero que de alguna manera también podían dar el servicio", agrega Díaz-Molina. Fue esa propuesta de valor potente, que hizo mucho sentido al segmento de profesionales jóvenes al simplificar y agilizar la experiencia de compra, la que llevó a que hace un año y medio, aproximadamente, las grandes cadenas de supermercados (y el retail en general), desarrollaran aplicaciones para levantar su canal digital propio.

Cuando dichas aplicaciones iniciaban su crecimiento ocurrió el estallido de octubre de 2019, "lo que generó el primer efecto de aumento o de intensidad en el uso de esas aplicaciones hacia segmentos de consumidores que antes no acostumbraban a utilizarlas. Comienzan a usarlas no tanto por la comodidad o modernidad (como pasó con el primer grupo de usuarios), sino porque tienen la necesidad imperiosa de hacerlo", añade Díaz-Molina.

En marzo, la pandemia y los confinamientos que conllevó, terminó de consolidar la tendencia: "Se produce una masificación altísima de las aplicaciones y un mayor hábito o costumbre de utilizarlas para compras de productos de consumo masivo".

Bernardita Silva, gerenta de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), destaca que "en el retail o comercio minorista, en 2019 el *e-commerce* alcanzó el 7% de las ventas totales y con la pandemia se elevó a un promedio del 20% en los meses *peak*, cuando estaban la mayoría de las tiendas cerradas. Además, en septiembre de este año el canal digital alcanzó un promedio de ventas del 50% en las grandes empresas".

LA VÍA PROPIA Y LOS PASOS QUE VIENEN

En este nuevo escenario, para las empresas de consumo masivo se volvió imperioso robustecer su canal digital de venta directa a clientes (B2C), ya sea con un sistema de distribución propio o con logística externalizada. "Durante la pandemia, el ámbito logístico fue el más crítico, al ser históricamente la dimensión de la cadena más rígida de escalar frente a eventos que generan *shocks* temporales en la demanda", acota George Lever, gerente de Estudios de la Cámara de Comercio de Santiago.

Según reporta el Ranking Most Innovative Companies Chile 2020, de las más de 100 grandes compañías de consumo masivo que participaron, prácticamente todas cuentan con un sistema digital de ventas. Incluso más: el 11% tiene dos canales *online* propios, uno dependiente de sus áreas de innovación (donde prueban modelos disruptivos) y otro a cargo de la unidad comercial (mucho más tradicional).

La relevancia de la transformación digital ha alcanzado tal magnitud que en el 41% de los casos el estudio identificó apoyo de unidades de analítica avanzada al interior de las empresas, con el objetivo de potenciar el desarrollo de productos, servicios y nuevas oportunidades de los canales digitales, utilizando la analítica de datos.

Para este desarrollo, las empresas de consumo masivo han optado por dos caminos: a través de un canal propio (como LaBarra.cl de CCU, que en julio acaparó el 5% de sus ventas totales y se estima llegará al 10% a fin de año) o por medio de *outsourcing* (tercerizar el comercio electrónico), tal como ocurre con los canales oficiales de Mercado Libre que alojan a diversas marcas y sus productos, permitiendo que la gente adquiera, a través de su *marketplace*, productos de Watt's, Unilever, Nestlé, Carozzi o Jack Daniel's, entre otros.

"Esta última opción es conveniente cuando las empresas sienten que aún no están en condiciones de crear su propia unidad o que todavía son muy pequeñas, entonces se alojan completamente en un canal digital vía *outsourcing*, como las tiendas oficiales de Mercado Libre. Lo bueno es que con esta alternativa las grandes compañías de consumo masivo pudieron resolver en tres días la implementación de su canal digital", comenta Díaz-Molina.

La evolución natural espera el experto del ESE Business School es que "cuando las empresas que hoy venden el 2% en Mercado Libre lleguen al 5%, se salgan y desarrollen su canal directo, porque ya tendrían la estructura para crear un cargo ejecutivo que sea responsable de este, una gerencia o subgerencia", agrega. De hecho, varias ya han empezado a recurrir a *head hunters* abrir procesos de reclutamiento de gerentes del canal digital.

"El consumidor chileno ha demostrado confiar en estos canales digitales, y las empresas han sabido responder. Es lógico que aún queda camino por recorrer para entregar una experiencia única, y con la menor cantidad de fallas posibles, pero el camino trazado por ambos actores (consumidor y empresa) va en la dirección correcta para acercarnos a porcentajes de penetración de canales digitales como en Europa o Norte América", destaca Miguel Pochat, líder de la Industria de Consumo de Deloitte.





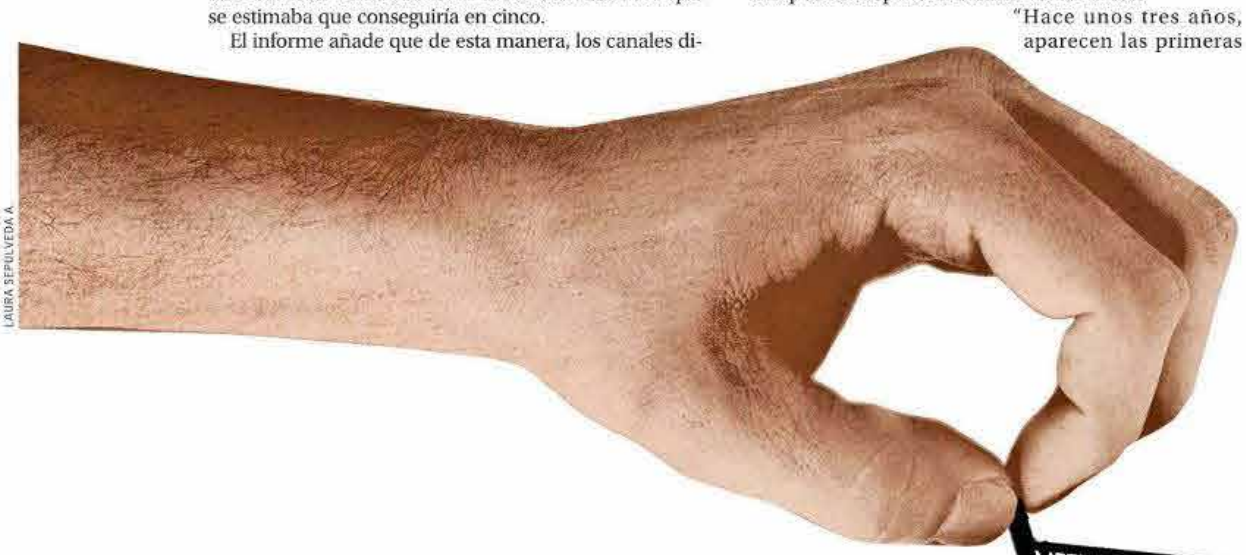
"En septiembre de este año el canal digital alcanzó un promedio de **ventas del 50% en las grandes empresas".**

BERNARDITA SILVA
Gerenta de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio (CNC).



"El consumidor chileno ha demostrado confiar en estos canales digitales, y las empresas han sabido responder. Es lógico que aún queda camino por recorrer para entregar una experiencia única, y con la menor cantidad de fallas posibles".

MIGUEL POCHAT
Líder de la Industria de Consumo de Deloitte.



LAURA SEPULVEDA A.

La evolución del foco de la estrategia de innovación



Las fases

1ª OLA


- Foco: Desarrollo de una cultura de innovación: mayor engagement, autonomía y creatividad y responsabilidad.
- Herramienta preferida: Concursos de ideas (uno o dos al año).
- Impacto medido: Cantidad de ideas y nº de participantes.
- Referentes: Locales.
- Nivel de sofisticación: Bajo.

2ª OLA


- Foco: Procesos formales que buscan generar impacto en el Ebitda a través de mejoras en procesos y productos existentes.
- Herramienta preferida: *Innovation funnel*, *customer journey map*, métodos ágiles.
- Impacto medido: Impacto en Ebitda, tasas de conversión, velocidad del proceso.
- Referentes: Locales e internacionales.
- Nivel de sofisticación: Medio.

3ª OLA


- Foco: Nuevos negocios de base digital en mercados incrementales o adyacentes.
- Herramienta preferida: *Data analytics*, IA, *e-commerce*, CVC y *company building*.
- Impacto medido: Impacto en Ebitda, valorización de la empresa (impacto en múltiplos).
- Referentes: Solo internacionales.
- Nivel de sofisticación: Alto.

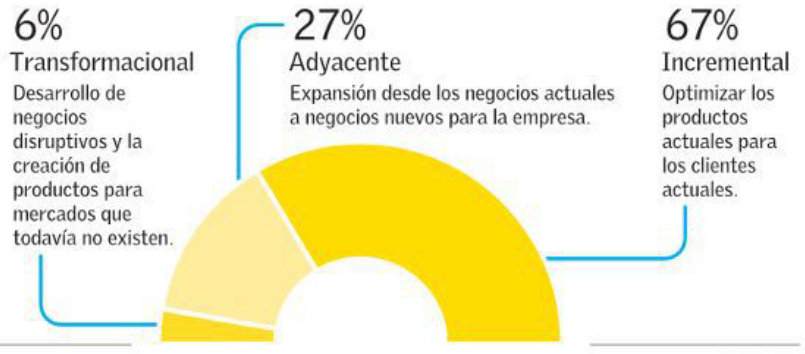
4ª OLA


- Foco: Nuevos negocios adyacentes (nuevos mercados o nuevos productos).
- Herramienta preferida: *Corporate venture capital, company building, startups, lean business*.
- Impacto medido: Impacto en Ebitda y en el valor de la empresa.
- Referentes: Solo internacionales.
- Nivel de sofisticación: Alto.

La empresa líder en cuatro datos



Portafolio de iniciativas



Fuente Ranking Most Innovative Companies Chile 2009-2020

EL MERCURIO

RANKING MOST INNOVATIVE COMPANIES CHILE:

13% de las grandes empresas en Chile **ya está en la Cuarta Ola de la innovación**

La crisis sanitaria llevó a las compañías a saltarse cinco años del proceso de innovación y hoy la preocupación principal de los gerentes de esta unidad son los negocios digitales y el desarrollo de nuevos mercados y productos, lo que se identifica como la Tercera y Cuarta Ola de Innovación, respectivamente. Sin embargo, el grueso aún está en la Segunda, lo que si bien está acorde con la evolución antes programada, deben cruzar luego al nivel de mayor sofisticación para no quedar obsoletos. **MARISA COMINETTI**

Este año la pandemia precipitó todo. Y el resultado en materia de innovación fue más dulce que agraz, aunque no por ello exento de dificultades que pusieron a prueba la capacidad de las grandes compañías para enfrentar el desafío de la digitalización que les permitiera mantener su posición de liderazgo en el mercado. Algunas lo lograron, pero otras no todavía, tal como lo refleja la versión 2020 del Ranking Most Innovative Companies Chile, que anualmente realiza el ESE Business School de la Universidad de los Andes —específicamente, su Centro de Innovación y Emprendimiento—, con la colaboración de la consultora MIC Innovation y en asociación con "El Mercurio".

De ahí que el balance final no sea totalmente positivo, aunque sí con atisbos de que se va en la dirección correcta. De hecho, de las 114 empresas presentes en el ranking, 36% ya entraron a etapas más sofisticadas de la estrategia de innovación —identificadas como la Tercera y Cuarta Ola— donde los focos son los negocios digitales y nuevos mercados y productos. De esta última, en concreto, solo el 13% de las grandes empresas evaluadas está en esa fase.

Los gerentes de innovación que han estudiado afuera y que han estado sometidos a mercados internacionales y estudios extranjeros están impulsando la Tercera y Cuarta Ola.

LAS ONDAS POR DONDE NAVEGAN LOS LÍDERES

Pero, ¿qué es innovación?

Aunque existen múltiples definiciones, hay un amplio consenso en que "la innovación es uno de los elementos cruciales para el crecimiento de la producción de una empresa y tener éxito en el largo plazo. En este sentido, se reconoce a una empresa innovadora cuando de manera continua y sistemática es capaz a través de nuevas ideas de generar valor a los clientes, a la propia empresa y a la sociedad", dicen en el ESE y precisan que lo importante no es el mecanismo utilizado, sino que el lograr apalancar los activos estratégicos de la firma (clientes, conocimiento técnico y marca) para crear nuevas fuentes de ingresos.

En este contexto, los expertos del ESE se dieron cuenta que tras 11 años de análisis es factible identificar cómo cambian las prioridades de innovación, dividiéndolas en cuatro fases y según la principal preocupación del gerente.

La Primera Ola partió en 2009 y terminó en 2015. Se centra en el desarrollo de una cultura al interior de las compañías, con gerentes que se dedican a organizar concursos de ideas y que están más cerca de la gerencia de personas que del negocio.

En tanto, la Segunda Ola comenzó en 2015 y concluyó en 2019, y su foco es incrementar los productos y mercados actuales y generar impacto en el Ebitda. Aquí, los gerentes se sofisticaron y adoptaron muchas herramientas de gestión.

La Tercera Ola inició en 2019 y se prevé que dure hasta 2022. En esta fase, el objetivo es desarrollar nuevos negocios digitales desde lo que existe actualmente, por lo que se requiere de un conocimiento técnico muy sofisticado por parte de los líderes.

Finalmente, la Cuarta Ola partió este año y se proyecta que domine hasta 2025, con foco en el desarrollo de nuevos negocios y nuevos productos a través de las herramientas del *corporate venture capital y company building*. Para esto se necesitan conocimientos de *management* mucho más sofisticados, los que son manejados por gerentes de alto nivel y ligados al negocio.

"Hasta 2019 la principal preocupación de los gerentes era hacer mejoras incrementales, pero ahora están enfocados en los negocios digitales. Por lo mismo, si algún líder está hoy preocupado de la cultura y el *engamement*, está totalmente atrasado", afirma Patricio Cortés profesor adjunto del ESE, quien en todo caso destaca que solo el 4% de las grandes empresas están en esa fase.

Por lo tanto, resalta que en el escenario actual, el 36% de las firmas no está atrasada en innovación, y si bien 64% lo está, ya se están poniendo al día.

LA **QUINTA** OLA

Los negocios digitales deberían haber entrado en cinco años más, pero la pandemia obligó a las empresas a adelantar el proceso. Por eso hoy el grueso de las compañìas todavía está en la Segunda Ola (56%).

¿Qué habría pasado si no hubiera habido pandemia? "Esto no habría sido tema, la Tecera Ola habría sido parte de las cosas que se desarrollarían en el tiempo. Pero con el covid esto les cayó encima sin aviso y tuvieron que reaccionar", señala Cortés y añade que como ahora las empresas ya saben cómo jugar en pandemia, la nueva meta es avanzar a la innovación adyacente a través de dos herramientas que se enfocan en construir nuevos negocios desde cero (*corporate venture capital y company building*). Y luego avanzar a la nueva fase que se vislumbra: la Quinta Ola, que es cuando las compañías se transforman completamente. Esta es la llamada innovación transformacional, que ocurre cuando el cambio en los mercados o en las tecnologías es de tal magnitud que las empresas se convierten en algo distinto a lo que son hoy.

Esto todavía no se percibe en Chile, pero ya hay algunos trazos que apuntan a que va a llegar, por ejemplo, al mirar lo que está pasando en las industrias financiera y de energía domiciliaria (gas y eléctrica), que están expuestas al cliente final. La primera por el avance de las *fintech*, y las segundas, por las energías renovables. Otros rubros, como el retail, se verían menos comprometidos, porque la gente seguirá comprando, pero no sabe porqué canal.

Aquí los gerentes de Innovación deben manejarse con la ambidextría, porque por un lado tienen que explotar el negocio actual y por otro buscar nuevas opciones. Y esto implica líderes de las mejores universidades, con los mejores posgrados, que sean capaces de administrar esta doble función y competir no solo en Chile, sino en el mundo. ¿Por qué? Porque los gerentes generales definieron que la innovación en cinco años debe aportar el 30% del Ebitda, versus el 8,8% actual.

LA INNOVACIÓN ADYACENTE Y TRANSFORMACIONAL PESAN CADA VEZ MÁS EN EL PORTAFOLIO DE INICIATIVAS

La innovación incremental —aquella que busca optimizar los productos actuales para sus clientes— sigue siendo el centro del foco de las empresas líderes, sin embargo cada vez toma mayor importancia la innovación adyacente (expasión de los negocios actuales a nuevos) y la transformacional (desarrollo de negocios disruptivos y creación de productos para mercados que aún no existen). Ambas etapas plantean nuevos desafíos para las compañías y el perfil de los gerentes que lideran estas área, quienes ahora deben conocer herramientas sofisticadas como el *corporate venture capital, company building,* negocios digitales y la inteligencia artificial.

METODOLOGÍA DE MEDICIÓN:

Las 10 claves de la edición 2020

El Ranking Most Innovative Companies Chile se construye evaluando a las organizaciones participantes con la herramienta MIC Diagnostics, que mide las variables responsables de la innovación e incluye indicadores clave impacto, todo lo cual permite conocer y comparar el nivel de las capacidades de innovación sistemática de las empresas.

Con esta metodología es posible realizar el diagnóstico de la situación y evolución de las variables responsables de la innovación en cada compañía y la comparación de sus resultados con otras empresas o incluso otras industrias. Además, esta relación permite diferenciar aquellas firmas que innovan como parte de su estructura intrínseca de aquellas que lo realizan —incluso con cierto éxito— de forma no sistemática.

El modelo establece para cada componente un conjunto de acciones, actitudes y procesos propios que deben cumplir según la etapa de maduración en la que se encuentran. Así, se distinguen cinco niveles, cada uno con características muy precisas y que reflejan muy bien las fases por las que pasa la innovación, lo cual es clave para identificar las herramientas apropiadas. Esto, por cuanto cada etapa tiene sus objetivos y herramientas específicas que deben ser instaladas y utilizadas por la empresa para lograr resultados. La aplicación a destiempo de estas (ya sea de forma anticipada o retrasada) reduce la capacidad de generar impacto sobre el Ebitda. A continuación las 10 claves de la edición 2020:

- En 2009 se iniciaron las mediciones en Chile. Este año es la versión anual número 11.
- 35 son los sectores industriales presentes en el último informe.
- En total, 114 empresas participaron en la versión 2020.
- El período de medición abarcó entre abril y septiembre de este año.
- Dos ejecutivos por empresa son entrevistados para la evaluación.
- El número de colaboradores promedio por empresa es de 3.228 personas.
- Dos meses toma el proceso de medición de cada compañía. Aquí es donde se evalúa a la firma y se la compara con otros actores de la misma industria y contra las mejores prácticas usuales para cada una de las variables medidas.
- El ranking compara siete aspectos claves de la innovación: estrategia, cultura, liderazgo, organización, proceso de Innovación, uso de activos estratégicos e impacto en creación de valor.
- 70 variables mide la herramienta MIC Diagnostics.
- Luego, el Modelo MIC analiza la consistencia de las variables responsables de la innovación en las empresas. De esta forma seis componentes definen el contexto de la innovación en la empresa (definición estratégica, compromiso de la alta dirección, gestión de personas, organización de la unidad de innovación, cultura de innovación y presupuesto). En tanto, otros dos señalan los procesos propios propios de la innovación (activos estratégicos y proceso innovación), y otro evalúa la creación de valor (impacto medible en valor).

ESE BUSINESS SCHOOL IDENTIFICÓ SEIS DE ESTE NUEVO TIPO DE EMPRESAS, CINCO MÁS QUE EN 2019:

Creación de *spin-off* corporativos se acelera y la pandemia podría hacer que ganen aún más terreno

25% de las grandes empresas medidas por el ESE Business School indican que la creación de spin-off es uno de sus desafíos para los próximos cinco años.

En la búsqueda de que la innovación se plasme en nuevos negocios, las compañías han empezado a recurrir a una nueva carta: los *spin-off* corporativos. Se trata de unidades de negocios o emprendimiento que son separadas de su empresa madre para ser gestionadas como una compañía independiente. Se vienen incubando en el sector empresarial local hace cerca de diez años, pero su desarrollo se ha robustecido recién desde el año pasado.

Para Juan Acevedo, investigador del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la Universidad de los Andes, esta tendencia se debe a que son una forma de potenciar la innovación corporativa, otorgándole un carácter emprendedor a la empresa a través de una unidad independiente, la que se puede focalizar en nuevos modelos de negocio y dejar a la compañía matriz enfocada en su propio modelo. "Los *spin-off* son culturas más flexibles, menos jerarquizadas, hay más tendencia al riesgo y se perdona más el error. También genera un nuevo tipo de cultura interna que va creando una nueva pauta de valores dentro de las empresas", dice.

El experto sostiene que actualmente solo seis empresas en Chile tienen este tipo de nuevas firmas funcionando que vienen desde el mundo de la innovación —entendidas como negocios que fueron concebidos para hacerse cargo de un problema—, cifra que quintuplica la observada en 2019. Esto revelaría que la incursión de las compañías va en aumento, muestra de lo cual es que el 25% de las grandes empresas medidas por el ESE Business School indica que este es uno de sus desafíos que deberán acometer en los próximos cinco años, lo que podría verse acelerado debido a la pandemia.

UN PIE EN LA EXPLOTACIÓN Y OTRO EN LA EXPLORACIÓN

"Las empresas tienen que llegar a ser ambidiestras, o sea, que tengan una mano en sus negocios tradicionales, en actividades de explotación, y otra mano en actividades de exploración, de innovación, una división que esté atenta a mirar el futuro y nuevas oportunidad de negocio. Un *spin-off* sirve para eso, son una sección de la empresa que se dedica a algo nuevo e innovador. Pueden trabajar con libertad para desarrollar nuevos productos sin que se mezcle con lo que hace la empresa en el día a día", afirma Acevedo, quien explica que hay una tendencia hacia la creación de *spin-off* en base a tecnologías, por ejemplo, a nuevos *e-commerces* para generar negocios más eficientes.

Otra característica es la que destaca la gerenta de Selección y Crecimiento de Endeavor Chile, Mariana Poblete: los *spin-off* permiten cambios más veloces. "El negocio va cambiando, la transformación digital está cambiando la mayoría, por ejemplo la pandemia dio un salto hacia el *e-commerce*. A las grandes corporaciones les cuesta más subirse a ese carro; con la creación de *spin-off* pueden ir adaptándose más rápido, son más ágiles", recalca.

En esa línea, el presidente de Digevo, Roberto Musso, plantea que estas nuevas empresas se están volviendo clave debido a que la alta tasa de novedades tecnológicas lleva a las compañías a cambiar permanentemente para adaptarse: "La forma de hacerlo no se satisface solo con cambios en el *core business*, sino que se deben buscar fuentes de ingresos en la periferia del negocio actual; eso normalmente toma la forma de proyectos que no son lo que hace siempre la empresa y para lograr ejecutarlos, se debe llevar a cabo la constitución de equipos no tradicionales. Un *spin-off* es bien adecuado para desarrollar nuevas unidades de negocio".

Un caso de éxito de estas nuevas empresas y que destaca el ESE Business School —debido a su independencia del negocio original de su matriz y a que apunta a democratizar los sistemas de pago— es Mercado Pago, *fintech* de solución de pagos que nació en 2003 como filial de Mercado Libre para facilitar las transacciones de su comunidad de compradores y vendedores, y que desde 2017 comenzó a procesar pagos de otras empresas distintas a su matriz.

LOS CAMINOS PARA CONSTITUIR UN *SPIN-OFF*

Acevedo comenta que una de las vías más clásicas para que se creen *spin-off* dentro de las empresas es que un grupo de trabajadores de la compañía proponga una idea a la matriz, la cual puede vincularse al proyecto a través de diferentes acciones. Por ejemplo, la compañía podría realizar una inversión de capital en la nueva empresa, convertirse en el primer cliente o proporcionar un espacio de incubación o servicios legales, financieros o tecnológicos.

Expertos coinciden que este camino hacia la innovación está permeando más en el ecosistema empresarial chileno, debido a que es una opción ágil para desarrollar nuevos productos y modelos de negocio, que se ajusten al contexto de cambios tecnológicos. SOFÍA NEUMANN



LAURA SEPÚLVEDA A.



"Los *spin-offs* son culturas más flexibles, menos jerarquizadas, hay más tendencia al riesgo y **se perdona más el error".**

JUAN ACEVEDO
Investigador del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la Universidad de los Andes.



"A las grandes corporaciones les cuesta más subirse a ese carro, **con la creación de *spin-off* pueden ir adaptándose más rápido** a estos cambios, son más ágiles".

MARIANA POBLETE
Gerenta de Selección y Crecimiento de Endeavor Chile.



"Algunas grandes compañías han dado un giro importante y han visto en la innovación y en este tipo de empresas **apuestas claras para mejorar su competitividad".**

VARINKA FARREN
Directora ejecutiva de hub APTA.

Ejemplo de esto es La Barra, un *spin-off* que empezó en 2011 como un proyecto de CCU para venderles productos de su catálogo a los trabajadores de la misma empresa. Debido al éxito inicial, se decidió invitar a amigos y cercanos de ejecutivos y trabajadores —lo que decantó en el Club de Amigos de CCU— y más tarde este proyecto se transformó en La Barra, actual portal de *e-commerce* de CCU para el consumidor final (B2C). "En 2019 junto con el tema de la transformación digital, se dieron cuenta que esto podría mejorar la productividad de CCU y se convirtió en su *e-commerce*. Esto permite que CCU esté mucho más valorada en el ranking que hace diez años", dice Acevedo.

Otro mecanismo para que las empresas generen *spin-off* es a través de la innovación abierta con *startups* del ecosistema, incorporándolas a sus modelos de negocio y generando empresas bajo el alero de la matriz, haciendo que funcionen aparte.

Desde su experiencia trabajando con *startups*, la directora ejecutiva de hub APTA, Varinka Farren, explica que "algunas grandes compañías han dado un giro importante y han visto en la innovación y en este tipo de empresas apuestas claras para mejorar su competitividad. En este sentido, vemos cómo distintas empresas, que si bien no crean por sí mismas estos *spin-off*, han diseñado programas y modelos de innovación abierta donde, a partir de desafíos propios de estas grandes empresas, se vinculan a nuevos emprendimientos que pueden dar solución".

Así fue el proceso de otro de los casos de éxito que destaca el ESE Business School. En 2017 la empresa ENAEX adquirió Plasma, firma fundada por chilenos, tras detectar el potencial que tenía para su modelo de negocio tradicional y diseñó un plan para la expansión global de la que se convertiría en una nueva filial, que utiliza la tecnología plasma —el cuarto estado de la materia— para generar productos que son capaces de romper y fracturar la roca sin métodos explosivos.

María José Montero, socia fundadora del fondo de inversión social FIS Ameris, concuerda con Farren y agrega que otro camino es que las empresas sumen capital humano que tenga conocimientos sobre emprendimiento y se generen compañías desde cero dentro de la matriz. "Esto tiene que ver con recursos humanos, con la capacidad de incorporar gente que está más en la avanzada, hacer un *win-win* entre el emprendedor que tiene una mente más de 'garage' y apalancar, con la *expertise* y visibilidad de las grandes empresas, una nueva innovación", explica.

EL CORONAVIRUS GATILLARÁ MÁS *SPIN-OFF*

Esa tendencia al alza en la creación de *spin-off* que ya se viene dando y que reflejan las cifras del ESE Business School, podría acelerarse debido a la pandemia. La crisis sanitaria y los cambios de consumo ligados a ella, han generado que muchas empresas se den cuenta de que es necesario tener nuevos productos, espacio en donde los *spin-off* serán importantes, debido a esa capacidad de estar revisando el mercado sin desenfocar el modelo de negocio tradicional de la compañía.

"En general, las grandes empresas ya se están abriendo a esta nueva modalidad, creemos que debido a la pandemia, a la necesidad de seguir innovando, es probable que más compañías se abran. Esto va a motivar que las inversiones de las compañías estén con un ojo en nuevos productos, o estén vigilando lo que se puede hacer en cinco o diez años más. Ahí los spin-off van a ser bien importantes, van a tener mayor relevancia en las empresas", asegura el experto del ESE Business School.

En ese contexto y de cara a asegurar la amplificación de nuevos *spin-off* corporativos, los expertos plantean que hay que generar cambios a un nivel más profundo, en materias de innovación dentro de las empresas. "El *spin-off* va a aumentar su importancia a medida que la innovación en general en las empresas sea más importante. Las brechas están vinculadas a la cultura organizacional y por eso no son cambios rápidos. El estar enfocados hacia cambios y colaboración externa en Chile ha costado implementarse, el *spin-off* está dentro de todo ese proceso", dice Acevedo.

Siguiendo esa idea, el *managing partner* de Genesis Ventures, Andrés Meirovich, plantea que "falta innovación porque falta competencia, para que las grandes empresas sientan temor a perder su estado de líderes. Eso va hacer que hagan innovación interna o abierta. Si no se cambia 'aguas arriba' el modelo de competencia, 'aguas abajo' no va haber nada", lo que a su vez se reflejará en un bajo número de *spin-off*, comenta el experto.

A su vez, Montero agrega que otro desafío al que hay que poner atención es que los spin-off son un "músculo que enseña a adaptarse y a ir innovando" y hay que evitar que los equipos que los lideran sean "digeridos por la gran empresa, que no pierda esa cultura, esa capacidad de tener una mente de garage", afirma.

El estudio revela que actualmente la mayoría de los gerentes que lideran estas divisiones le reportan directamente al gerente general, contrario a lo que ocurría en 2009 cuando 90% le reportaba a la gerencia comercial, lo que demuestra que este cargo está adquiriendo relevancia estratégica en las compañías. **SOFÍA NEUMANN**





EVOLUCIÓN SEGÚN LOS DATOS 2009-2020 DEL RANKING MOST INNOVATIVE COMPANIES CHILE

Más jóvenes, internacionales y con mayor presencia femenina: así son los nuevos gerentes de Innovación de las empresas chilenas

Los últimos eventos que han remecido a Chile y al mundo, como la crisis social y la pandemia, junto con la evolución natural de los consumidores, han llevado al mercado a ser cada vez más cambiante lo que a su vez ha significado un rayado de cancha para las empresas, que han debido buscar respuestas para mantener vigentes sus modelos de negocio y asegurar su sostenibilidad. Un camino en el que la innovación se vuelve el mejor aliado.

En ese contexto y desde hace ya varios años, muchas empresas han apostado por incorporar áreas específicas que velen por tener a la innovación como un vector de cambio interno. Estos departamentos son habitualmente liderados por una figura particular, la del gerente o gerenta de Innovación.

Se trata de una figura que, a pesar de ser relativamente reciente en el ecosistema empresarial, en ese poco tiempo ya ha experimentando una evolución. Así lo demuestra la revisión de los datos 2009-2020 levantados por el Ranking Most Innovative Companies Chile, elaborado por el ESE Business School de la Universidad de los Andes, que en su última edición entrevistó en profundidad a 228 ejecutivos, entre gerentes generales y gerentes de Innovación.

El director del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School, Iván Díaz-Molina, afirma que esta transformación es prueba del avance que ha tenido este perfil dentro de las empresas locales. En ese contexto, explica que actualmente los gerentes de Innovación suelen encabezar gerencias de rango medio en las organizaciones y cuentan con preparación internacional, por lo que pueden dialogar con sus pares de otros países. Esto, dice Díaz-Molina destaca a este perfil, ya que los *middle management* chilenos no suelen ser internacionales.

EN BÚSQUEDA DE VENTAJAS CRÍTICAS SOBRE LA COMPETENCIA

El escenario cada vez más cambiante ha vuelto imprescindible contar con esta figura, ya que aparece como la que permite que la empresa se anticipe a los nuevos modelos de negocio para asegurar su permanencia en el mercado, concuerdan los expertos. El presidente ejecutivo de Accenture Chile, Nicolás Goldstein, afirma que los gerentes de Innovación generan un impacto en la capacidad de crear nuevos productos, servicios e incluso nuevas industrias: "Debe prever nuevos productos y servicios que surgirán del trabajo conjunto con el ecosistema".

En esa línea, Maurizio Moschini, líder de Desarrollo de Negocios de ChileGlobal Ventures, área de capital de riesgo de Fundación Chile, agrega que esta capacidad de anticipación que se espera de los gerentes de Innovación es determinante: "Lograr una transformación o cambio de dirección de la compañía antes que sus competidores puede entregar una ventaja competitiva crítica, que incluso puede resultar en dejar a la competencia fuera del mercado. (...) Es imprescindible que las compañías tengan la capacidad para transformarse desde adentro. Las empresas que no tengan esa capacidad enfrentan un gran riesgo de quedar fuera de juego, como Blockbuster o Kodak".

Esto es algo sobre lo cual las empresas ya están tomando conciencia, demuestra el estudio del ESE Business School: el reporte revela que hoy la totalidad de los gerentes que lideran las áreas de Innovación le reporta al gerente general. Esto es un cambio enorme respecto de 2009, cuando el 90% le reportaba a la gerencia comercial y el 10% restante a la del área de tecnologías de la información (TI). Este giro es elocuente respecto de cómo las empresas se están tomando este componente como parte de su estrategia de negocio.

El socio líder de Consultoría y Asesoría Empresarial en PwC Chile, Federico Morello, sostiene que "sin duda el *reporting* que se defina para el gerente de Innovación tiene mucha relevancia, lo más indicado es que reporte al CEO para darle un marco de acción suficientemente amplio y sin sesgos".

Díaz-Molina agrega: "Hay varios elementos que reafirman un cambio cultural, uno de ellos es que ahora reportan a la gerencia general, eso normalmente ocurre cuando la compañía se ha puesto seria en generar un cambio cultural hacia la innovación. Lo otro relevante es la característica y perfil de educación del individuo que ocupa la gerencia; se ha preparado específicamente en innovación. Antes no era así, se ponía a cualquiera, porque nadie sabía nada. Hoy hay más talento capacitado, lo que acelera el proceso de transformación cultural. Estas son pruebas de que hay avances en temas de innovación en las empresas chilenas, todas las empresas que tienen este perfil implica que tienen un nivel 3 de maduración, lo cual es muy bueno".

LOS DESAFÍOS QUE PODRÍA ACELERAR LA PANDEMIA

No obstante los avances en el robustecimiento y evolución que han tenido los gerentes de Innovación dentro de las empresas locales, los expertos señalan que aún persisten brechas que son urgentes de resolver. Una de estas es que la mayoría de las compañías no parecen tener un horizonte claro respecto de qué quieren lograr con el impulso de la innovación.

"Por eso, al no tener objetivos claros, muchas veces no ven la necesidad de contar con una persona o grupo que lidere esa transformación", dice Goldstein. Esto ocurre principalmente porque falta fomentar una cultura de innovación que se alinee e incluya en la estrategia de negocio. "Principalmente son brechas culturales (o, en su defecto, presupuestarias), en donde no se le da suficiente importancia al área de innovación porque probablemente la compañía está en una posición de 'confort'", complementa Moschini.

Esquirlas de este fenómeno se reflejan en datos de la empresa de reclutamiento Robert Half Chile, que señalan que, si bien la solicitud de las empresas por estos perfiles también ha crecido, esto ha sido "lento", en palabras de su directora asociada Karina Pérez. "Si bien con los años se ha visto un aumento en los requerimientos para el puesto de gerente de Innovación, esto se ha pausado con la crisis sanitaria, donde el foco está en el ahorro de costos, productividad y reinventarse. Esto se explica porque ha habido materias más urgentes que atender que la innovación. Hay crecimiento en la demanda de estos profesionales, pero ha sido lento", advierte.

Al respecto, la gerenta de Innovación de HubTec, Carolina Cortés, señala que la innovación tiene que ser vista como una inversión por parte de las empresas y no como un costo: "El ahorro de costos eliminando o reduciendo significativamente el presupuesto asociado a innovación podría ser el reflejo de que esta no se ha incorporado como un pilar estratégico dentro de las empresas, así como de que nos estamos en etapas tempranas en su incorporación".

Pero este no es el único efecto que tendrá la pandemia en materia de innovación empresarial. En paralelo, y proyectando hacia el futuro, Díaz-Molina señala que la crisis también será clave porque está acelerando cambios en los consumidores, lo que decantará en la necesidad de contar con un gerente de Innovación para repensar nuevos modelos de negocio y productos.

En esa línea, Goldstein agrega que "la pandemia ha acelerado a niveles históricos la transformación digital y, por lo tanto, la innovación entre las empresas. Ante esto ha surgido la urgencia de contar con un liderazgo que fomente la innovación".



"Normalmente, **cuando el gerente de Innovación reporta a la gerencia general,** la compañía se ha puesto seria en generar un cambio cultural hacia la innovación".

IVÁN DÍAZ-MOLINA
Director del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School.



"Si bien con los años se ha visto un aumento en los requerimientos para el puesto de gerente de Innovación, **esto se ha pausado con la crisis sanitaria".**

KARINA PÉREZ
Directora asociada de Robert Half Chile.



"El ahorro de costos eliminando o reduciendo el presupuesto asociado a innovación podría ser el **reflejo de que esta no se ha incorporado como un pilar estratégico".**

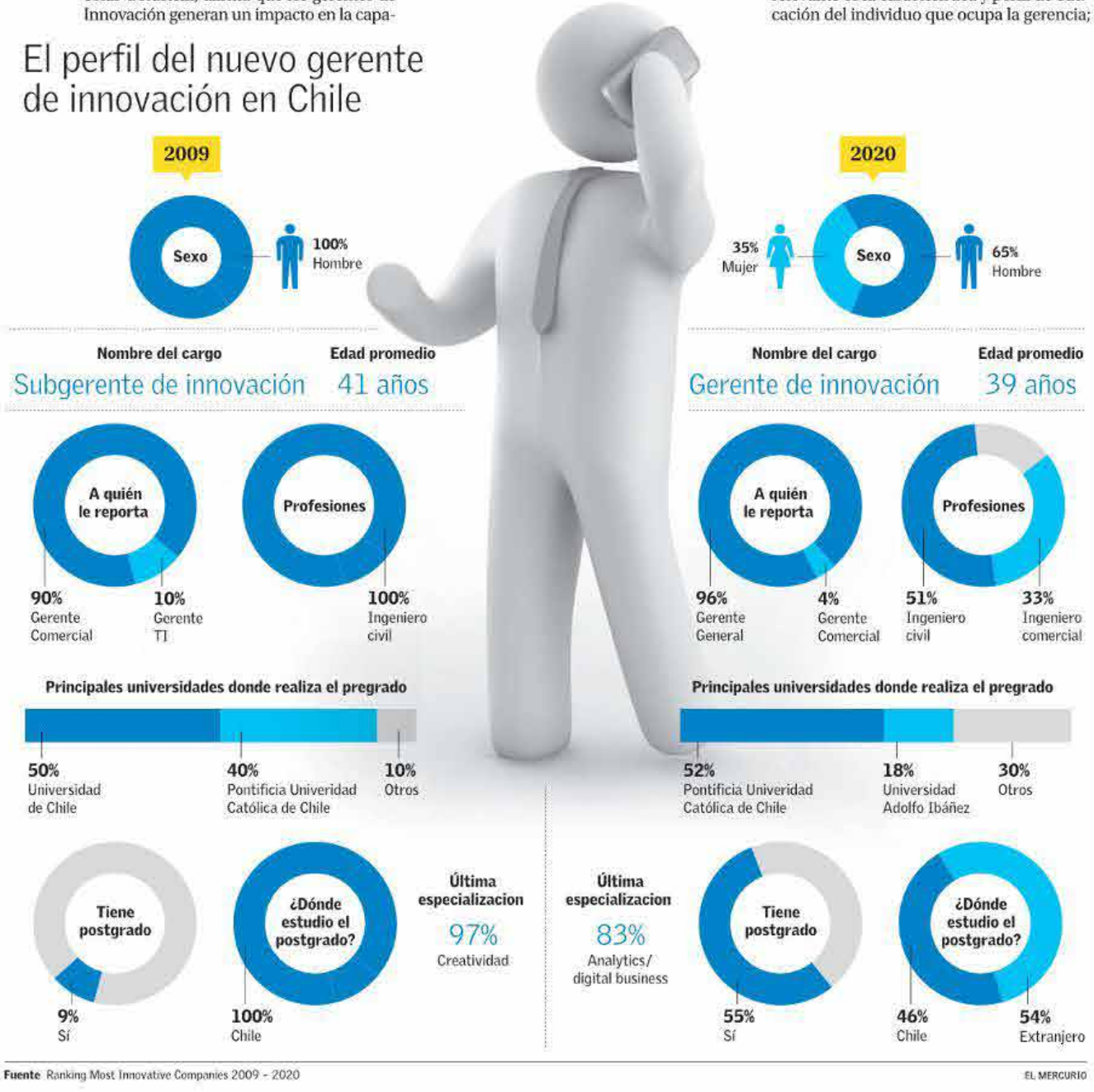
CAROLINA CORTÉS
Gerenta de Innovación de HubTec.



"Lograr una transformación o cambio de dirección de la compañía antes que sus competidores puede entregar **una ventaja competitiva crítica".**

MAURIZIO MOSCHINI
Líder de Desarrollo de Negocios de ChileGlobal Ventures.

El perfil del nuevo gerente de innovación en Chile

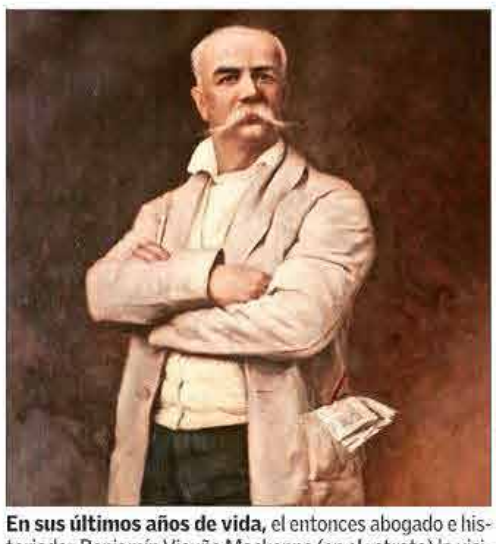


Fuente Ranking Most Innovative Companies 2009 - 2020

EL MERCURIO



A pesar de los honores que en vida recibió, Candelaria pasó los últimos años sola y empobrecida (en la foto, vestida con uniforme, ya mayor). Aunque recibía una pensión por su contribución a la patria, no le alcanzaba para vivir, tanto que los religiosos del Convento de la Merced la proveían de comida. También sufría severos dolores y una parálisis.



En sus últimos años de vida, el entonces abogado e historiador Benjamín Vicuña Mackenna (en el retrato) la visitó en su casa de calle Astorga, vecina al cerro Santa Lucía. A partir de esa conversación, obtuvo material para escribir sobre ella y su participación en la campaña. "Era pequeña, de facciones más que regulares para su raza evidentemente mestiza, y aunque tenía los ojos enfermos, conocíase por sus súbitos lampos, a través del trapo envuelto sobre sus sienes, que alguna vez vieran el fuego de la batalla, como su boca, ya sumida y despoblada de dientes, mostraba todavía indicios de haber mordido en más de una ocasión la pólvora de la cartuchera. Esa anciana, así desbaratada, era la famosa Sarjento Candelaria", escribió.



La sargento Candelaria falleció el 28 de marzo de 1870. Se cuenta que solo cinco personas asistieron a su entierro, además de un grupo de soldados del Batallón de Buin, quienes ejecutaron el rito de honor correspondiente a una excombatiente. En la biografía que publica el Ejército de Chile se menciona también la presencia de una hija.
Con el libro "La sargento Candelaria Pérez" (en la foto), publicado en 1904, su autor Ignacio Silva dio a conocer su historia, relatos que permitieron que su hazaña no quedara en el olvido y su figura se convirtiera en inspiración para otras chilenas.

MATRIMONIOS

González Eguiguren - Silva Cuadra

Hoy, 21 de noviembre, a las 12:30 horas, en la capilla San Miguel, se efectuará el matrimonio de la señorita María José Silva Cuadra con el señor Sebastián González Eguiguren. Serán padrinos de la novia el señor Lorenzo Silva Waissbluth y la señora María Soledad Cuadra de Silva, y del novio, el señor Óscar González Cañas y la señora Gabriela Eguiguren de González. Bendecirá la ceremonia el R.P. Raúl Bascuñán Cumming.

Undurraga Bordeu – Julio Rudolphy

Hoy, sábado 21 de noviembre, a las 12:00 horas, en la Parroquia San Pedro de Las Condes (Isabel La Católica 4360), se celebrará el matrimonio de la señorita María Sofía Julio Rudolphy con el señor Alfonso Undurraga Bordeu. Serán padrinos de la novia el señor Cristián Julio Fernández y la señora María Elena Rudolphy Molina, y del novio, el señor Sebastián Undurraga Saavedra y la señora M. Carolina Bordeu Urrejola. Bendecirá el matrimonio el sacerdote Víctor Pérez Muñoz, Sch.
No se enviaron partes.

MATRIMONIO CONCERTADO

Hoy quedará concertado el matrimonio de la señorita María Trinidad Ruiz-Tagle Mena con el señor Diego Adolfo Chomali Kattan.
Harán la visita de estilo el señor Juan Adolfo Chomali Garib y la señora Bernardita Kattan Said.
Bendecirá las argollas el R.P. monseñor Fernando Chomali G.

AGRADECEN CONDOLENCIAS

Luis Arturo Valenzuela Marchant

Isabel Margarita Rivera Sanhueza vda. de Valenzuela, familias Valenzuela Browne y Covarrubias Valenzuela, y Javier Valenzuela e hijos agradecen profundamente las expresiones de apoyo, cariño, oraciones, compañía, flores, coronas, y otras expresiones de cariño recibidas con motivo del sensible fallecimiento de nuestro muy querido marido, padre, abuelo y suegro "Polo".

Fernando Edwards Moller

Hoy se cumple un mes de la partida de mi querido Feña. Quisiéramos agradecer las inmensas muestras de cariño recibidas por todos nosotros.

Lucía y familia

En la categoría "Retail"

La Fête Chocolat fue reconocida con el premio "Most Innovative Companies" del ESE Business School



Raimundo Monge, director general del ESE Business School, y Jorge Mckay, presidente ejecutivo de La Fête Chocolat.

Esta semana, en el Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la Universidad de los Andes y bajo estrictos protocolos de salud, donde solo se desprendieron de las mascarillas para retratarse, se realizó la premiación del "Most Innovative Companies", ranking elaborado por el ESE con la colaboración de MIC Innovation, consultora especializada en innovación corporativa, y en asociación con el diario El Mercurio.

La Fête Chocolat, por tercera vez, fue reconocida con el primer lugar en el sector de "Retail" por su capacidad de innovar y adaptar su modelo de atención potenciando su página web, instalando locales ciegos y tiendas híbridas que permiten poder despachar a sus clientes en 90 minutos en gran parte de Chile.

"No solo nos hemos preocupado de acompañar y sorprender a nuestros clientes, sino de hacerlo de manera sustentable. Nuestro Programa La Fête de la Terre ratifica nuestro compromiso con el medio ambiente", detalla José Manuel Aguirre, gerente general de La Fête Chocolat.



Jorge Mckay, presidente ejecutivo de La Fête Chocolat; Francisca Santa María, directora de Marketing de La Fête Chocolat; Carolina Araneda, jefa de Desarrollo de La Fête Chocolat, y Juan Jaime Díaz, director comercial y asuntos corporativos de "El Mercurio".



Soledad Mckay, jefa de Experiencia; Carolina Araneda, jefa de Desarrollo; Jorge Mckay, presidente ejecutivo; Francisca Santa María, directora de Marketing, y José Manuel Aguirre, gerente general, todos de La Fête Chocolat.



Marisa Cominetti, coordinadora periodística de Economía y Negocios de EL Mercurio, junto a Patricio Cortés, profesor adjunto del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School.



El ESE Business School galardonó con "Most Innovative Company 2020" en la categoría "Retail" a la Fête Chocolat.



Iván Díaz-Molina, director del Centro de Innovación y emprendimiento; Lorena Ulloa, directora de Extensión, y Raimundo Monge director general, todos del ESE Business School de la Universidad de los Andes.



La ceremonia se realizó bajo estrictos protocolos de salud en el Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la Universidad de los Andes.

CONDOMINIO VALLE ESCONDIDO
Vende Único sitio 1.800 m2 - Nororiente
Plano - Primera linea - Frente a cancha
Sector Laguna - Consolidado
Accesos directo:
Por Costanera Norte y La Dehesa
Dueño: 9 9843 3122

EXCELENTE DEPTO ISIDORA GOYENECHEA
Recibos, sala estar 2 dormitorios, servicios completos, 2 estacionamientos **UF 10.500**
LYON & BALMACEDA **contacto 998749839**

CASA NUEVA EN LO CURRO
ENTREGA INMEDIATA
400 M2 + TERRAZA
1500 M2 TERRENO
AMPLIAS VISTAS
SEGURIDAD + PORTERIA
VIA ESMERALDA 9710
998294291-982190704

JAEGER
TODO A MITAD DE PRECIO
- SOLO HOY SABADO -
Excepto Portmeirion y Sweaters Clásicos
Nueva Costanera 3784, Vitacura
F: 2 2228 5361

COLEGIO PRIVADO LAS CONDES NECESITA:
EDUCADORA de Párvulos
TÉCNICO en Párvulos
PROFESOR(A) de Historia
Enviar curriculum indicando pretensiones de renta a:
profesorcolegio2021@gmail.com

LA RESERVA LAGO RIÑIHUE
Gran oportunidad para invertir: Lago Riñihue
Sitios desde 5.000 m² con vista al lago, orilla sur.
Electrificación subterránea y red de agua de pozo profundo.
Con acceso privado al lago.
Venta directa sin comisión / Contacto: +569 82496371
+569 40117755 / Moisés Pacheco / Correo: lareserva@gmail.com

EL MERCURIO
innovación

SANTIAGO DE CHILE | 21 | 11 | 2020
innovacion@mercurio.cl

Most Innovative Companies CHILE

ESPECIAL



Las claves de las 26 empresas que fueron premiadas como las más innovadoras del año en sus sectores: mirada estratégica y adopción de tecnologías.
i 6 a i 10



PREMIO "EL MERCURIO" AL "MEJOR DE LOS MEJORES 2020"

Alan Meyer, director general de Mercado Libre Chile: "La innovación no debe tener como fin el mejorar la utilidad de la empresa, debe estar pensada en mejorarles la vida a los clientes".
i 12



Patricio Cortés, académico del ESE Business School: **"En cinco años más podremos tener gerentes generales que vendrán del mundo de la innovación** y que van a competir a nivel mundial".
i 3



RESULTADOS DEL RANKING MOST INNOVATIVE COMPANIES CHILE 2020

Nuevas formas de crear valor: las empresas chilenas entran en la "cuarta ola" de la innovación corporativa

Ya no basta solo con forjar una cultura interna. El desafío ahora está en generar nuevos negocios y abrir mercados que beneficien directamente los resultados de las compañías, sin olvidar el impacto social. Así se desprende de los resultados de este exhaustivo análisis, realizado por el ESE Business School de la Universidad de los Andes en colaboración con la consultora MIC Innovation y en asociación con "El Mercurio". i 2 e i 4

Más jóvenes, más internacionales y con más presencia femenina: así son los nuevos gerentes de Innovación de las compañías chilenas. i 14

Las unidades de innovación de 2020: crecientemente paritarias en términos de género, orientadas a hacer negocios y con mayor importancia jerárquica. i 16

Empresas que nacen de empresas: La creación de *spin-off* corporativos se dispara y la pandemia podría acrecentar aún más la penetración de esta tendencia en Chile. i 18

El despegue del canal *online*: pasó de representar ventas casi nulas a concentrar en torno al 10% de los ingresos totales, y las compañías salen a buscar gerentes especializados. i 20

No todos sirven para todo: las habilidades y perfiles de liderazgo que requiere un emprendimiento, según el modelo de innovación que persigue. i 22

LAURA SEPÚLVEDA A.

DURANTE EL ÚLTIMO AÑO:

Unidades de innovación incorporan división de negocios digitales y avanzan a la paridad de género



Grandes cambios muestran las unidades de innovación. Hoy son más grandes, más complejas y más orientadas a identificar y hacer negocios. Además, adquieren mayor relevancia jerárquica, pues ahora dependen de la gerencia general y tienen además bajo su cargo el área de canales digitales. Y, por sobre todo, son más equitativas, ya que la presencia de mujeres pasó de solo el 10% en 2009 al 42% este año. **ANDREA URREJOLA**

La aceleración del proceso de digitalización ha entrado fuerte en todas las áreas productivas y comerciales de las compañías chilenas y las unidades de innovación no han quedado fuera de este proceso. En el último año, de hecho, estas han incorporado una división de negocios digitales, utilizando *analytics*, lo que implica utilizar sus bases de datos de clientes de la última década para identificar oportunidades de negocios.

Estas "nuevas divisiones" son incipientes, pero expertos del ESE Business School advierten que están entrando con mucha fuerza en las compañías líderes de innovación, según lo que se advierte en la última edición del Ranking Most Innovative Companies Chile. Incluso, afirman que la mayor parte de las empresas que retroceden en sus posiciones en la versión 2020 lo hacen justamente por no tener respuestas digitales en el momento en que más se necesitó: en pandemia.

Lo anterior está en línea con la sofisticación de la innovación en las grandes compañías, ya que hoy la nueva unidad a cargo es más grande, mucho más compleja, más orientada a identificar y hacer negocios, mucho más importante jerárquicamente y con una relevante paridad de género.

Un panorama diametralmente opuesto a lo que se observaba hace 11 años, donde para el acotado objetivo de aumentar el compromiso de la organización y desarrollar la cultura de la innovación, las grandes empresas de consumo masivo tenían una jefatura que dependía de la gerencia comercial y el equipo lo integraban, en promedio, tres personas y enfocadas en realizar acciones que se asemejaban a las de recursos humanos, en términos de motivar a los colaboradores a participar en eventos que promovían esa cultura, como el concurso de ideas. De este proceso, más las reuniones de creatividad, menos de cinco ideas se analizaban al año conducentes principalmente a mejorar el ambiente de la compañía con innovación, teniendo cero impacto en los negocios.

Además, esta unidad era muy primitiva, improvisada, poco sofisticada y tecnologizada. En general, poco se entendía en ese tiempo el concepto de innovar y cuando las empresas solicitaban ayuda externa para el reclutamiento de esta jefatura, recomendaban a un psicólogo laboral, un profesional totalmente distante con los negocios. O también a diseñadores, porque —justificaban— se manejaban en el "impacto visual" de la cultura.

GIRO EN **180°**

En 2020 el escenario es drásticamente distinto. "Antes se buscaba a alguien que tuviera la capacidad de organizar eventos, fiestas, concursos, etc., que pudiera promover e impactar la cultura y no importaba mayormente el conocimiento de negocios. Yo diría que esa es la mayor diferencia entre 2009 y 2020. Hoy se busca que quien lidere la unidad de Innovación sepa de negocios, es por eso el perfil profesional de este líder es un ingeniero civil o comercial, con MBA en el extranjero y bilingüe. No es obligatorio que sea así, pero es muy probable", asegura Juan Acevedo, investigador del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la U. de los Andes.

Por su parte, Gabriel Weinstein, director de Innovación de Olivia, consultora internacional experta en transformación organizacional, expresa que en la actualidad "las organizaciones dejaron de ver a la innovación como un gasto y comenzaron a verla como una inversión. Comprendieron que la innovación requiere de una apuesta a largo plazo, entonces los ejecutivos dejaron de pedirle a la organización que innove para darle un marco claro y enfocar los recursos sobre la estrategia de negocios. De esta forma, hoy trabajan sobre la cultura que apalanca la innovación y muchos otros cambios que han permitido su mayor madurez, pero sobre todo para dejar de ser áreas satélites e incipientes y pasar a convertirse en protagonistas".

De ser una jefatura, mutó a una gerencia. Hoy, en las grandes compañías de consumo masivo existe la Gerencia de Innovación con dependencia directa de la gerencia general. "Esto es así, porque la innovación es parte del negocio. En un principio el equipo era un catalizador, pero muchas veces se lo consideraba demasiado disruptivo y les ponían más filtros. Hoy existe mayor entendimiento de su labor, de su importancia y también hay menos temor a innovar, por lo tanto se empuja más desde la gerencia general", comenta Weinstein.

Mientras, Acevedo añade que "el gerente de Innovación tiene metas de impacto en las ventas, en la utilidad, en el Ebitda. Es decir, pasó de tener metas de cultura a metas en el negocio, muy concretas y medibles". También destaca que "son unidades muy tecnologizadas, más grandes, más complejas y sofisticadas. Su equipo es más técnico y superan las 14 personas".

La razón de existir de esta nueva unidad de Innovación es aprovechar las oportunidades del *core business* y adyacentes; su foco de innovación es asegurar la continuidad del negocio principal y sus tareas más relevantes son desarrollar nuevos productos y servicios, al igual que oportunidades digitales usando la analítica de datos, junto con generar nuevos modelos de negocios.

Normalmente, tienen una subgerencia incremental (subgerente de nuevos productos) y una subgerencia adyacente (subgerente de *analytics*).

También es importante hacer notar que el número de ideas analizadas anualmente por la nueva unidad de innovación está muy distante a lo que era hace 11 años. "Hoy tienen más de 200 ideas en su folio, o sea, eso habla de sofisticación. Manejar 200 ideas no se hace en un Excel o un PowerPoint, se hace con sistemas, con procesos tecnologizados. Ahora puedes traer a un profesional de las mejores universidades para trabajar en innovación", declara el investigador del ESE Business School.

UNIDAD MÁS **PARITARIA**

Uno de las variables comparativas más notables del estudio del ESE Business School es que la proporción de mujeres en el equipo de innovación pasó del 10% en 2009 al 42% en 2020.

"Antes era raro encontrar mujeres. Hoy poco menos de la mitad son mujeres, o sea, es bastante paritario. Y ese 40% es un porcentaje más elevado que el promedio que tienen las empresas chilenas en todos sus colaboradores", acota Juan Acevedo.

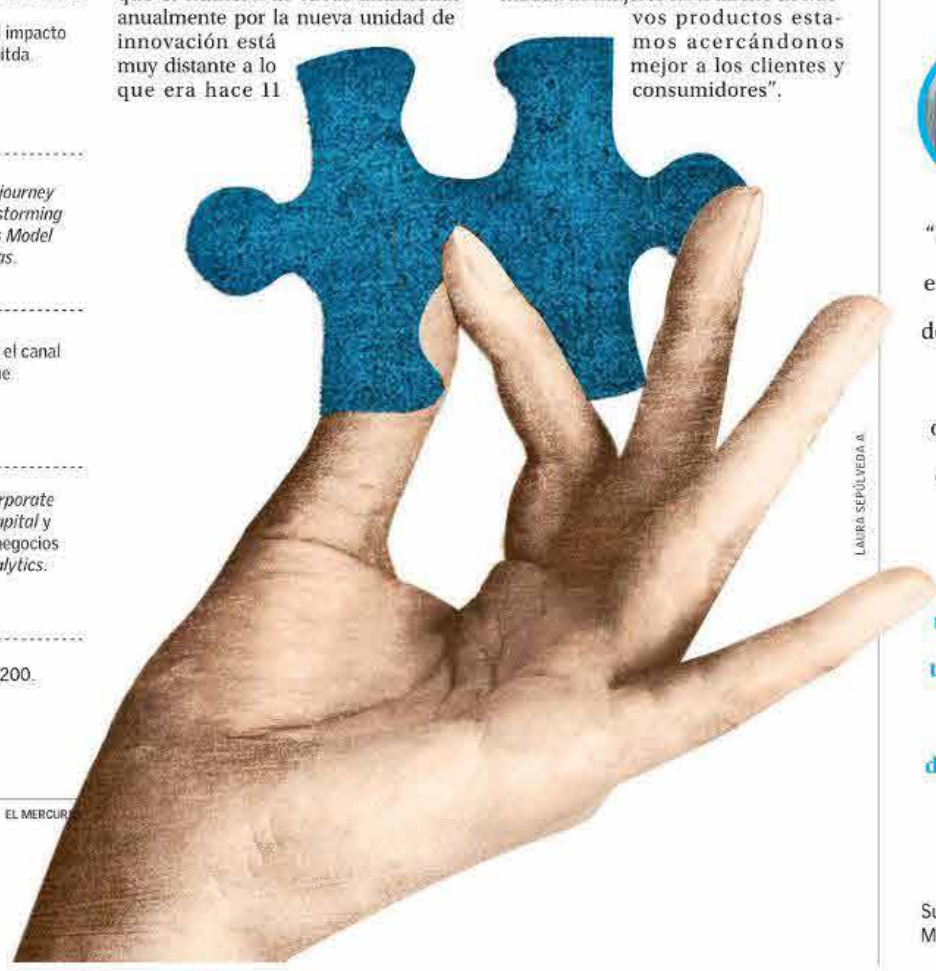
Al respecto, Gabriel Weinstein opina que "es un gran avance y un gran aporte. En innovación por definición la diversidad es algo que uno busca y tener equipos heterogéneos ya no es solo un deseo sino casi una necesidad. Este crecimiento no solo viene dado por la innovación sino que es un fenómeno que se está dando de forma más sistémica viendo la participación de la mujer en el corazón del negocio y del emprendimiento, y es muy bueno que se vea reflejado tan rotundamente en los esfuerzos de las organizaciones por innovar".

Para Carolina Torrealba, subsecretaria de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación, lo que revela el ranking "es una excelente noticia. Este fenómeno se puede atribuir, por un lado, al incremento de la participación femenina en el mercado laboral en Chile (antes de la pandemia). Y por otro, y como se sostiene en un estudio del BID, a que las empresas están reconociendo que las que incorporan a mujeres en cargos de liderazgo y/o en la toma de decisiones en el ámbito de la innovación, formando equipos de trabajo más paritarios, son más exitosas en cuanto a introducir nuevos productos o servicios innovadores a los mercados, y por ende son más productivas".

PARA FRANCISCA VALDÉS, DIRECTORA EJECUTIVA DE MUJERES EMPRESARIAS, LA MAYOR PRESENCIA FEMENINA REFLEJA QUE **"LAS EMPRESAS ESTÁN CADA VEZ MÁS CONSCIENTES DE LA IMPORTANCIA QUE TIENE LA INNOVACIÓN PARA SU SUBSISTENCIA Y SIN UN EQUIPO DIVERSO ES MUY DIFÍCIL LOGRARLO".**

Francisca Valdés, directora ejecutiva de Mujeres Empresarias, introduce un matiz: "Me parece que hay un avance más lento de lo deseado, pero avance al fin. Creo que el aumento en la incorporación de mujeres en los equipos de innovación es una necesidad de urgencia. Las empresas están cada vez más conscientes de la importancia que tiene la innovación para su subsistencia y sin un equipo diverso es muy difícil lograrlo. El balance entre hombres y mujeres en todos los equipos amplía la mirada, trae mejores discusiones y encuentra las mejores soluciones".

Por último, las voces femeninas concuerdan que más interesante sería que las gerencias de Innovación las lideren mujeres. Carolina Cuevas, subsecretaria de la Mujer y Equidad de Género declara: "Como Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género hemos impulsado mayor participación femenina en posiciones de liderazgo, tomando en cuenta que las mujeres en Chile están hoy igual o incluso más preparadas en términos académicos que los hombres, por lo que la ausencia de mujeres en cargos superiores al interior de una empresa no puede justificarse por falta de preparación. (...) En particular en innovación de productos y servicios orientados al consumidor final, debemos tener presente que las mujeres manejan en torno al 80% de las decisiones de compra, por lo que al incluir la mirada de mujeres en el diseño de nuevos productos estamos acercándonos mejor a los clientes y consumidores".



LAURA SEPÚLVEDA A.



"Este fenómeno (la paridad) se puede atribuir, al incremento de la participación femenina en el mercado laboral en Chile (antes de la pandemia) y a que **las empresas que incorporan a mujeres en cargos de liderazgo y/o en la toma de decisiones en el ámbito de la innovación son más exitosas".**

CAROLINA TORREALBA
Subsecretaria de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación.



"En particular en innovación de productos y servicios orientados al consumidor final, **las mujeres manejan en torno al 80% de las decisiones de compra".**

CAROLINA CUEVAS
Subsecretaria de la Mujer y Equidad de Género.

Principales cambios en la unidad de innovación

2009		2020
Aumentar el compromiso de la organización (*engagement*).	**Razón de existir**	Aprovechar oportunidades del *core business* y adyacentes.
Desarrollar la Cultura de Innovación.	**Foco de innovación**	Asegurar la continuidad del negocio principal, identificar oportunidades de negocios adyacentes y trabajar por la creación de valor.
Promover concursos de innovación.	**Tareas principales**	Desarrollar nuevos productos y servicios, generar nuevos modelos de negocios y desarrollar oportunidades digitales (usando la analítica de datos).
Gerencia comercial.	**Dependencia jerárquica**	Gerencia general.
Jefe de cultura.	**Organización interna de la unidad**	Subgerente de Nuevos Productos y Subgerente de *analytics*.
3	**Promedio del tamaño del equipo**	14 y más.
10% o menos.	**Proporción de mujeres en el equipo de innovación**	42%
Por el número de ideas recibidas y la cantidad de participantes en el concurso de ideas.	**Cómo se mide el éxito**	A través del impacto en el Ebitda.
Concurso de ideas.	**Herramientas más usadas**	*Customer journey map, brainstorming* y *Business Model Canvas*.
Aumentar la participación en de los colaboradores.	**Mayor desafío en el último año**	Desarrollar el canal online
Instalar un embudo de innovación.	**Mayor desafío para los próximos cinco años**	Utilizar *corporate venture capital* y potenciar negocios desde *analytics*.
Menos de 5.	**Número de ideas analizadas por año**	Más de 200.

Fuente Ranking Most Innovative Companies Chile 2009-2020

EL MERCUR

PROFESOR ADJUNTO DEL ESE BUSINESS SCHOOL Y SOCIO PRINCIPAL DE MIC INNOVATION

Patricio Cortés: "En Chile está apareciendo una élite de negocios alrededor de la innovación"

Once de los 12 meses del año es el tiempo que Patricio Cortés, profesor adjunto del ESE Business School y socio principal de MIC Innovation, le dedica al ranking sobre las empresas más innovadoras del país, considerando la elaboración del mismo, más los informes y presentaciones a los gerentes. Esto le ha permitido tener una acabada visión de cómo evolucionan las estrategias de innovación corporativa e identificar, asimismo, los cambios que han experimentado estas unidades en las grandes organizaciones, como también los aciertos y desaciertos de las gerencias generales y directorios en torno al rol que juega hoy la innovación en la permanencia y crecimiento del negocio.

En un año marcado por la crisis sanitaria, Cortés advierte que las fichas se movieron inesperadamente rápido, obligando a las firmas a adoptar la digitalización en sus operaciones. Esto, dice, los hizo entrar a una fase más sofisticada, con foco en la inversión y nuevos negocios.

—¿Cuáles son los grandes cambios de la innovación en la última década?

"Al principio las grandes empresas, todas líderes en sus rubros, no entendían los conceptos ni sabían que había varios tipos de innovación. A lo largo de estos 11 años hemos visto cómo evolucionan y nos dimos cuenta de que existían las llamadas Olas de Innovación, con significativos cambios en el perfil y rol del gerente de la unidad y sus equipos. Inicialmente era un área que buscaba contribuir a la cultura innovadora de una compañía; hoy genera negocios y es parte de la carrera de formación de un ejecutivo que puede llegar a ser gerente general de la compañía o de alguna filial. De hecho, los directores se preocupan actualmente de la paridad, la gobernanza y de la innovación en sus compañías".

—¿Qué rol cumple hoy este líder?

"Enorme. Incluso, en algunas empresas la meta que tienen los líderes de la unidad es impactar en un 30% el Ebitda, es decir, la gerencia general espera que un tercio de los negocios provengan de la innovación en los próximos años. Es tan grande el desafío que ya no está disponible para cualquiera, sino que se busca a ingenieros civiles y comerciales de las mejores universidades del país y con posgrados en las mejores casas de estudios superiores extranjeras. En Chile está apareciendo una élite de negocios alrededor de la innovación y que está en carrera para liderar la compañía. Es una élite viajada, educada, multilingüe, multimercados y apadrinada por el gerente general, para quien la innovación de aquí a cinco años debe aportar un tercio de las ganancias (hoy está en un 8,8% del Ebitda). Por eso en cinco años más podremos tener gerentes generales que vendrán del mundo de la innovación y que van a competir a nivel mundial".

El académico destaca el valor que ha adquirido la innovación en las grandes empresas, que se traduce en el nuevo rol que tiene esta unidad y sus líderes en la generación de valor del negocio. Todo esto lleva a buscar un perfil de élite para el gerente del área.
MARISA COMINETTI



FRANCISCA GÓMEZ

"En los directorios hay menos conciencia de la innovación que a nivel gerencial. Tienen claro que genera valor, pero no tienen mayor urgencia respecto al tema, porque lo ven a mediano plazo".

"En cinco años más podremos tener **gerentes generales que vendrán del mundo de la innovación** y que van a competir a nivel mundial".

—¿Qué tendencias se detectaron en 2020? ¿Hubo ajustes por la pandemia?

"Este año destacó la urgencia por conseguir resultados digitales, que no estaba en el mapa de nadie. Esto lleva a una transformación digital que, en vez de estar en manos de un gerente de transformación digital, se incorpora dentro de la unidad de Innovación, porque se está pidiendo que genere negocios. Esta visión de lo digital como negocio es algo totalmente nuevo en Chile. Lo segundo es la clara conciencia de los gerentes generales de la innovación como fuente de ingresos".

—¿La aceleración de lo digital por la pandemia afectará las brechas?

"Sin duda. Primero, porque la pandemia aceleró la digitalización, pero también porque habrá algunos profesionales que desaparecerán, por lo tanto, esta transformación va a producir un profundo cambio sociodemográfico que nadie sabe muy bien adónde apunta, ni cuáles serán las competencias que se requerirán a futuro o cómo serán los consumidores. El mundo que viene es de grandes turbulencias en los negocios, mucho más digitales y donde los canales digitales que sean líderes en experiencia serán los que se lleven las preferencias de los consumidores".

—¿Las firmas están conscientes de que viene un nuevo orden y que podría generar profundos cambios en la operación?

"Ningún gerente general tiene conciencia de lo inminente del cambio, pero hay algunos que tienen mayor sensibilidad de que hay un futuro que viene, que se está acercando y que va a transformar su compañía, aunque no saben cuándo. Es decir, algunos tienen la claridad de que hay cambios que se están acercando, pero no de cuán inminentes son. Esto, quizás, porque hasta ahora la única situación donde tuvieron que reaccionar así fue debido a la pandemia, que aceleró sin precedentes la adopción digital y por eso ahora estamos en la llamada Cuarta Ola de Innovación, que antes estimábamos que iba a surgir el año 2025".

—¿Qué pasa a nivel de directorios?

"En los directorios hay menos conciencia de la innovación que a nivel gerencial. Tienen claro que genera valor, pero no tienen mayor urgencia respecto al tema, porque lo ven a mediano plazo y por eso prefieren concentrarse en el ahora, en mejorar las ventas. Están preocupados, pero sin urgencia".

Premio de Innovación Avonni 2020 reconoció la sustentabilidad, inclusión y nuevas tecnologías



Carlos Schaerer, director de "El Mercurio"; Anita Holuigue, presidenta de TVN; Gonzalo Hevia, presidente de ForoInnovación; David Hernández, gerente de Tecnología de la Información e Innovación de Aguas Andinas, y Manuel Fernández, editor nacional de "El Mercurio".

La ceremonia de premiación de la XIV versión del Premio Avonni, organizado por ForoInnovación, El Mercurio y TVN, se realizó el pasado 4 de noviembre en el patio de las comunicaciones de TVN bajo estrictas medidas sanitarias y fue transmitida simultáneamente por diversas plataformas digitales.

Este año las postulaciones crecieron más de un 14%, lo que muestra que el ecosistema innovador se ha mantenido dinámico durante la crisis sanitaria y sigue trabajando en nuevas ideas para generar valor y un impacto positivo en la comunidad.

En la ocasión se reconoció a 17 innovadores en las 12 categorías postulables, 3 premios regionales (que representan al norte, centro y sur de Chile) y 2 reconocimientos especiales: "Mujer Innovadora" y "Trayectoria Innovadora Anacleto Angelini". Estas últimas distinciones recayeron sobre dos jóvenes científicos, Carolina Urrutia y Sebastián Bernales, respectivamente.



Gonzalo Hevia, presidente de ForoInnovación; Maurizio Angelini y Andrés Couve, ministro de CTCI, entregan el premio "Avonni Trayectoria Innovadora Anacleto Angelini" a Carmen Odino, madre del ganador Sebastián Bernales, quien estaba fuera del país.



Álvaro Eyzaguirre, director ejecutivo de la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), y Javier Olave, gerente comercial de Done Properly, ganador del premio "Avonni Agro del Futuro FIA", por la iniciativa "Mycoproteína".



Carmen Odino, mamá de Sebastián Bernales, quien ganó el Premio "Avonni Trayectoria Innovadora Anacleto Angelini", y Loreto Moore, directora Ejecutiva de ForoInnovación.



Diana Posada, gerente de Gestión Corporativa ISA Intervial, y Carlos Kutscher, subgerente de Estrategia y Asuntos Corporativos ISA Intervial.



Yolanda Martínez, representante del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Chile; Sebastián Herceg, fundador de Kyklos, quien recibió el premio "Avonni Educación" por la iniciativa "Interescolar Ambiental"; Gonzalo Hevia, presidente de ForoInnovación, y Mónica Zalaquett, ministra de la Mujer y la Equidad de Género.



Guillermo Otárola, subgerente de Innovación Corporativa de Entel, y Javier Appelgren, fundador y CEO de Yapp Chile, reconocido con el premio "Avonni Servicios Digitales Entel" por la iniciativa "Yapp".



Nicolás Jobet, subgerente de Comunicaciones de Arauco, y Carolina Urrutia, fundadora de FreeMet, ganadora del premio "Avonni Recursos Naturales y Medioambiente Arauco" por la iniciativa "FreeMet" y galardonada con el premio "Avonni Mujer Innovadora".



Francisco Mualim, presidente de la Asociación de Empresas Eléctricas, y Javier Giorgio, vicepresidente de Operaciones de AES Gener, empresa ganadora del premio "Avonni Energía Empresas Eléctricas" por la iniciativa "Virtual Reservoir".



Carlos Abogabir, cofundador y director ejecutivo de GeCo, ganador del premio "Avonni Innovación Social Colbún" por la iniciativa "Semso Semáforo Social", junto a Pedro Vial, gerente de Asuntos Públicos de Colbún.

ESE Business School realizó premiación de ranking "Most Innovative Companies Chile" 2020



Raimundo Monge, director general del ESE Business School, y Mauricio Caviglia, gerente general de Salcobrand, premiada en la categoría "Farmacias".

Enrique Loeser, gerente general de Desarrollos Constructivos Axis, galardonada en la categoría "Ingeniería y Construcción".

Con el fin de reconocer a las empresas más innovadoras del país, el Centro Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la Universidad de los Andes realizó esta semana en la casa de estudios la premiación de un nuevo ranking "Most Innovative Companies Chile", cuya finalidad es medir aquellas empresas que han tenido un destacado desarrollo en materia de innovación, realizando nuevos procesos, productos, servicios e iniciativas innovadoras que impacten en la comunidad. El ranking, como todos los años, fue elaborado por el ESE con la colaboración de MIC Innovation, consultora especializada en innovación corporativa, y en asociación con el diario "El Mercurio".

La ceremonia, que se realizó bajo estrictos protocolos sanitarios, comenzó con las palabras de bienvenida del director general del ESE, Raimundo Monge, quien destacó que "definir innovación es complejo, pero entendemos que es crear ideas nuevas. Lo bonito de innovar es que requiere de un alto nivel y contar con todos ustedes es un gran orgullo para el ESE Business School. Agradecemos el esfuerzo de sus empresas, el país necesita de compañías innovadoras y la mejor respuesta es seguir haciendo extraordinariamente bien lo que estamos haciendo", comentó. Por su parte, el director comercial y de Asuntos Corporativos de "El Mercurio", Juan Jaime Díaz, señaló que "debemos lograr transmitir a los consumidores los valores que existen tras una buena marca y eso es un gran desafío de innovación".



Juan Jaime Díaz, director comercial y de Asuntos Corporativos de "El Mercurio", y Alan Meyer, director general de Mercado Libre, empresa que se adjudicó el premio "Mejor de los Mejores" del ranking "Most Innovative Companies Chile" 2020.



Iván Díaz-Molina, director del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School, y Carlos Rodríguez, gerente de Innovación Corporativa de Entel, reconocida en la categoría "Telecom".





Nicolás Errázuriz, gerente general de iConstruye, durante la ceremonia en donde fueron premiados en la categoría "ConstruTech".



Arturo Ríos, director general; Rodrigo Serrano del Pozo, vicepresidente de Innovación y Desarrollo, y Juan Ignacio Duarte, gerente general de Mi GPS, todos de Wisetrack, empresa premiada en la categoría "Tecnología".



Marisa Cominetti, coordinadora Periodística de Economía y Negocios de "El Mercurio", entrega el premio "Holding Industrial" a Patricio Jottar, gerente general de CCU.



Enaex fue reconocida en la categoría "Servicios para la minería". En la foto, Miguel Ángel Peña, vicepresidente de Innovación y StartUps, quien recibió el galardón.



Patricio Cortés, profesor adjunto del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School, hizo entrega del premio de la categoría "Utilities" a Francisco Alliende, gerente general del Grupo Saesa.



Raimundo Monge, director general del ESE Business School, le entregó el reconocimiento de la categoría "Retail" a Jorge McKay, presidente ejecutivo de La Fête Chocolat.

Patricio Cortés, profesor adjunto del Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School, y Eduardo Rojas, presidente de Aramark, empresa premiada en la categoría "Managed Services".



Nuevo servicio telefónico

"El Mercurio" ha habilitado un canal telefónico para la publicación de Invitaciones, In memoriam, Nacimientos y otras notas en nuestra sección de ***Sociedad****; así como Defunciones o Expresiones de Gracias, en* ***Obituario*** *(Cuerpo C).*

Atención: de Lunes a Viernes, de 9 a 16 horas. Sábado y Domingo, de 9 a 15 horas.

2 2330 1277

EL MERCURIO

OBTUVO EL PRIMER LUGAR EN LA CATEGORÍA "CONSTRUTECH"

iConstruye fue reconocida como la empresa más innovadora por el ESE Business School

En una ceremonia realizada esta semana en el Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la Universidad de los Andes, iConstruye fue reconocida como la empresa más innovadora del rubro de la construcción.

Junto a MIC Innovation y en asociación con El Mercurio, el Centro de Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la Universidad de los Andes realizó la premiación del prestigioso ranking anual "Most Innovative Companies Chile", el cual destaca a las empresas más innovadoras del país, reconociendo a iConstruye, una de las plataformas de negocios y servicios más grandes de la construcción, con el primer lugar de la categoría de "ConstruTech".

La medición compara los niveles de desarrollo de las capacidades de innovación y eficiencia de las empresas en siete aspectos clave: estrategia, cultura, liderazgo, organización, proceso de innovación y uso de activos estratégicos, e impacto en creación de valor. Los más de 20 años dedicados a la transformación digital de la industria han llevado a iConstruye a enfocarse en la constante innovación de sus soluciones, traduciéndose en eficiencia y productividad en la cadena de valor de sus clientes.

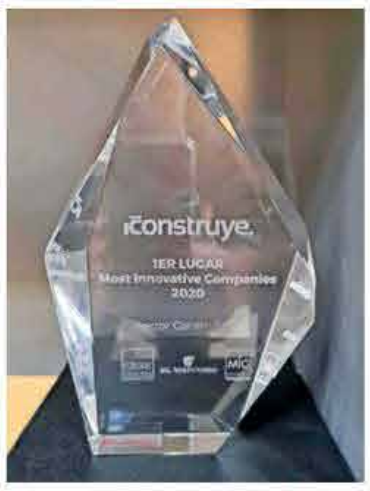
En este contexto, Nicolás Errázuriz, gerente general corporativo de iConstruye, expresó: "Este premio es muy gratificante para nosotros ya que refleja nuestra naturaleza, la razón por la cual trabajamos cada día. La innovación es la combinación perfecta de la voz de los clientes y nuestra visión, el motor que nos alienta a continuar con pasión, sobre todo en momentos como estos. El aporte de la tecnología a la industria de la construcción va más allá de aumentar la productividad y la eficiencia, apunta a mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, empresarios y clientes, construyendo en conjunto un mejor país".

A su vez, Pedro Pablo Mir, gerente de Estrategia y Desarrollo de iConstruye, agradeció a todos los colaboradores de la empresa por el trabajo que diariamente realizan para que esto sea posible, y agregó que "es un honor recibir este reconocimiento, ya que además confirma nuestra capacidad de reinventarnos en el tiempo".

El "Most Innovative Companies" fue creado en 2010 y es uno de los rankings empresariales más amplios y reconocidos del país en cuanto al nivel de madurez y desarrollo de las capacidades de innovación sistemática de las organizaciones, con más de 250 empresas participantes en 27 distintas industrias.



Marisa Cominetti, coordinadora periodística de Economía y Negocios de "El Mercurio"; Nicolás Errázuriz, gerente general de iConstruye, quien recibe el galardón correspondiente al primer lugar en la categoría "ConstruTech", y Juan Jaime Díaz, director comercial y asuntos corporativos de El Mercurio.



El martes se realizó la ceremonia de premiación del ranking del "Most Innovative Company 2020" del Centro Innovación y Emprendimiento del ESE Business School de la Universidad de los Andes, donde iConstruye fue reconocida en la categoría "ConstruTech".



Raimundo Monge, director general del ESE Business School; Pedro Pablo Mir, gerente de Estrategia y Desarrollo, y Nicolás Errázuriz, gerente general corporativo, ambos de iConstruye.



Parte del gran equipo de iConstruye que brinda un soporte de alto nivel a nuestros clientes.

HITOS RELEVANTES **ICONSTRUYE**

- **2002** — Servicio de Compras Públicas para el gobierno chileno, Colombia y Panamá
- **2003** — Premio Latinoamericano al Mejor Negocio Electrónico, Naciones Unidas
- **2010** — Premio a la Innovación Chilena, Categoría de servicios de exportación Perú y Colombia
- **2017** — Distinción a las Mejores Empresas Chilenas por Deloitte y Banco Santander
- **2018** — Distinción a las Mejores Empresas Chilenas por Deloitte y Banco Santander

Desde el 2002 iConstruye ha recibido diversos reconocimientos, como el "Premio Latinoamericano al Mejor Negocio Electrónico", de las Naciones Unidas; en 2010 el premio a la "Innovación Chilena" en la categoría "Servicios de Exportación Perú y Colombia", entregado por País Digital; y en 2017 y 2018 fue reconocida como una de las Mejores Empresas Chilenas, distinción concedida por Deloitte y Banco Santander.

PREMIO ENTREGADO POR EL ESE BUSINESS SCHOOL

Mercado Pago recibe el primer lugar en medios de pagos en el ranking "Most Innovative Companies"

Como todos los años, el ranking fue elaborado por el ESE con la colaboración de MIC Innovation, consultora especializada en innovación corporativa, y en asociación con el diario El Mercurio.

Mercado Pago, una de las principales empresas fintech de América Latina, obtuvo el primer lugar en la categoría "Medios de Pago" en la décima primera versión del ranking de innovación que organiza el ESE Business School de la Universidad de los Andes, con la colaboración del MIC Innovation, y en asociación con el diario El Mercurio.

El ranking mide y compara el nivel de desarrollo de las capacidades de innovación y de eficiencia de las empresas en siete aspectos clave: estrategia, cultura, liderazgo, organización, proceso de innovación, uso de activos estratégicos e impacto en creación de valor.

"Mercado Pago tiene como propósito democratizar las finanzas en América Latina y permitir mayor inclusión financiera a las personas que hoy no tienen acceso a productos bancarios. Este premio nos llena de orgullo porque no solo es un reconocimiento al trabajo de todo el equipo, sino también al aporte continuo e innovador que estamos haciendo en la industria financiera chilena", afirmó su director, Matías Spagui. Y agrega que Mercado Pago está cambiando la forma en que los latinoamericanos compran, pagan, cobran, acceden al crédito y optimizan sus ahorros. "El rol que ha tenido durante la pandemia en Chile ha sido muy importante, permitiendo que más de 55 mil nuevos comercios, emprendedores y pymes se subieran al mundo online. Por otra parte, tras el término de las cuarentenas, está ofreciendo a los comercios físicos una solución de pago segura y sin contacto, a través de un código QR, que permite mayor seguridad para los clientes y los trabajadores del lugar", concluye.

Por su parte, Mercado Libre ganó el primer lugar en la categoría "Portales de compra" y fue reconocido con el "Mejor de los mejores", premio entregado por El Mercurio en el ranking general, por tener uno de los procesos de innovación más sólidos de Chile, con trabajo exitoso y sistemático en innovación de productos y desarrollo de nuevos negocios. "Estamos muy felices y orgullosos de recibir este premio. Para Mercado Libre la innovación es un eje estructural en su desarrollo como empresa. Todos los que trabajamos aquí respiramos una cultura de innovación que existe desde la fundación de la compañía. Esto pasa porque Mercado Libre en sí es una innovación desde sus inicios, y para nosotros es clave reinventarnos permanentemente, tomando riesgos que nos permitan mantenernos a la cabeza del eCecommerce en América Latina y en todos los países donde operamos, incluyendo Chile", afirmó Alan Meyer, director general de Mercado Libre Chile.



Marisa Cominetti, coordinadora periodística de Economía y Negocios de El Mercurio; Matías Spagui, director de Mercado Pago, y Juan Jaime Díaz, director Comercial y Asuntos Corporativos de El Mercurio.

"Este premio nos llena de orgullo porque no solo es un reconocimiento al trabajo de todo el equipo, sino también al aporte continuo e innovador que estamos haciendo en la industria financiera chilena".

Matías Spagui, director de Mercado Pago.



En la reapertura de Patio Bellavista se incorporó el pago con código QR de Mercado Pago.



Matías Spagui, director Mercado Pago; Bernardita Mazo, gerente PR & Comunicaciones, y Alan Meyer, director general de Mercado Libre Chile.



Mercado Libre obtuvo el primer lugar del ranking general y primer lugar por "Portales de compra". En tanto, Mercado Pago fue reconocido en la categoría de "Medios de Pago".



Pago con código QR de Mercado Pago

(VIENE DE LA PÁGINA i 7)



Eduardo Ffrench-Davis, gerente de Marketing y Trade Bebidas Analcohólicas, recibe el premio de manos de Patricio Cortés.

BEBIDAS, JUGOS Y CERVEZAS

CCU CHILE

WWW.CCU.CL

La Compañía de Cervecerías Unidas es una empresa chilena productora de bebidas fundada el 8 de enero de 1902. Hoy es la principal cervecera del país y tiene operaciones en Argentina, Bolivia, Colombia, Paraguay y Uruguay.

La renovación de su línea de productos fue clave para que liderara su sector, según Most Innovative Companies 2020. En concreto, su análisis destaca el "lanzamiento de nuevos productos: Escudo Negra, Cristal Summer Lager, Royal Pacific IPA, Coors Original, Kem Piña Maracuyá y el formato de lata de 220 cc para las gaseosas, entre otros". Además, considera relevantes los cambios que CCU hizo en sus productos ya existentes: reciclaje del plástico PET de botellas, reformulaciones de ingredientes, Crush con jugo de naranja, etc.



Matías Casanova, director ejecutivo de Raya, recibe el galardón de manos de Raimundo Monge.

AGENCIAS DE PUBLICIDAD

RAYA

WWW.RAYA.CL

Raya se define como una "agencia creativa integral con ADN digital". Su foco principal está en que realiza comunicación "irreverente, relevante e innovadora", con un fuerte *expertise* en el manejo de redes sociales, *planning*, contenido y desarrollo de nuevas plataformas integradas a la publicidad tradicional.

Most Innovative Companies 2020 la posiciona como la más innovadora en su sector por su "gran capacidad para comprender los algoritmos de las redes sociales, lo que le permite generar mejores estrategias de presencia en redes sociales para sus clientes".



Matías Pérez, presidente de Gasco, recibe el premio de manos de Marisa Cominetti y Juan Jaime Díaz.

DISTRIBUCIÓN DE GAS

GASCO

WWW.GASCO.CL

Gasco es una empresa chilena con más de 160 años de historia, con un modelo de negocio que integra actividades de aprovisionamiento, gestión logística, y comercialización de gas, para proveer soluciones energéticas de acuerdo a las necesidades de sus clientes.

A juicio de Most Innovative Companies 2020, encabeza su sector por haber "desarrollado nuevos negocios adyacentes: Gasco Luz, Planta Generación Teno, Generadoras de Energía Flotante para salmoneras a base de GLP y Venta de Vapor". Estas iniciativas se ven refrendadas en el hecho de que cuenta con "una nueva área dedicada de forma exclusiva a la innovación, que tiene el objetivo de innovar con tecnologías que aumenten el acceso a soluciones energéticas sostenibles". Asimismo, es una empresa "pionera en el uso de analítica avanzada y la digitalización".



Enrique Loeser, gerente general de Axis, recibe el galardón de manos de Iván Díaz-Molina.

INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN

AXIS DESARROLLOS CONSTRUCTIVOS

WWW.AXISDC.CL

Axis es una empresa constructora con 30 años de experiencia y presencia nacional. Participa activamente en los sectores de viviendas en extensión, retail, edificación comercial, industrial e institucional como universidades, colegios y hospitales. Cuenta con oficinas en Santiago, Puerto Varas y Punta Arenas.

Most Innovative Companies 2020 la consideró líder en su área por dos argumentos El primero es haber sido "una de las primeras empresas constructoras en utilizar baños prefabricados en Chile". El segundo es AxisOpenLab, que es reconocido por ser el "primer programa de innovación abierta liderado por una empresa constructora; en el proyecto participaron profesionales de Axis, agencia de innovación, académicos, profesionales de otras empresas y estudiantes, entre otros".



Christopher Bosler, gerente general de Bolsa de Productos, recibe el galardón de manos de Iván Díaz-Molina.

INFRAESTRUCTURA FINANCIERA

BOLSA DE PRODUCTOS

WWW.BOLSADEPRODUCTOS.CL

La Bolsa de Productos de Chile es una plataforma de financiamiento alternativo para empresas, que busca ayudarles a acceder a capital de trabajo. Su modelo de negocio permite transar facturas cedidas en dominio que tiene bajo su custodia.

Según Most Innovative Companies 2020, es "líder en el mercado de factoring sobre la base de conocer todos los detalles de las facturas, en especial las fechas establecidas en ellas: emisión, recepción, confirmación y pago". Es la empresa más destacada del sector infraestructura financiera por el "desarrollo de una nueva plataforma transaccional de mutuos hipotecarios, ocupando tecnología *blockchain*", e "infraestructuras tecnológicas para nuevos mercados transaccionales".

INNOVACIÓN CONSTANTE:

Salcobrand obtiene primer lugar del sector farmacéutico en el *ranking* Most Innovative Companies 2020

Vanessa Parra, gerenta de Experiencia Clientes e Innovación de la compañía, dice que participar en este tipo de iniciativas les permite priorizar acciones para seguir creciendo y fortaleciendo su programa de innovación, con el propósito de ofrecer la mejor experiencia a sus clientes.

La innovación es parte del sello cultural de Salcobrand. Un concepto que se ha transformado en una oportunidad para hacer las cosas de manera diferente y sorprender positivamente a sus clientes.

Así lo señala Vanessa Parra, gerenta de Experiencia Clientes e Innovación de Salcobrand, quien explica que la innovación va de la mano con que sus clientes encuentren la mejor solución y experiencia en todos sus puntos de contacto. "Tenemos la convicción de que innovando podemos probar ágilmente diferentes soluciones que contribuyan a mejorar la experiencia de los clientes y con esto lograr su recomendación", enfatiza.

En este camino, Salcobrand obtuvo el primer lugar del sector farmacéutico en el *ranking* Most Innovative Companies 2020.

"Para nosotros es un gran orgullo participar en este tipo de mediciones, porque nos permite compararnos con referentes a nivel país y priorizar acciones para seguir creciendo y fortaleciendo nuestro programa de innovación. Haber salido primeros dentro del *ranking* como sector farmacéutico es fruto del trabajo de todos nuestros colaboradores que viven el sello innovador, siempre con el objetivo de entregar la mejor experiencia a nuestros clientes mediante servicios que complementen nuestra propuesta de valor", subraya Vanessa Parra.



Mauricio Caviglia, gerente general de Salcobrand, recibe el premio del ranking Most Innovative Companies 2020.



Vanessa Parra, gerenta de Experiencia Clientes e Innovación de Salcobrand.

PROPUESTA DE VALOR

El programa de innovación de Salcobrand nace en 2016, con un foco más bien cultural y con el anhelo de instalar capacidades y procesos internos relacionados, justamente, con la innovación. La primera etapa estuvo marcada por el protagonismo de sus colaboradores, ya que se les invitó a dar ideas para diferentes desafíos que se lanzaron internamente. De estos retos, nacieron proyectos principalmente enfocados en mejorar la experiencia de sus clientes.

El 2019, dieron un paso adelante con Open Salcobrand, programa de innovación abierta, cuyo objetivo es buscar nuevas soluciones y conectar con el nuevo talento emprendedor a través de una convocatoria desarrollada junto a UDD Ventures, y donde fueron seleccionados dos ganadores para probar soluciones en un local laboratorio, en el corazón de Providencia.

Adicionalmente, construyeron un espacio *cowork* con el propósito de conectar, colaborar y crear con aquellos emprendedores con quienes trabajen para generar soluciones innovadoras.

"Hoy nuestro foco es seguir explorando en el entorno, por nuevas oportunidades que den respuesta a las necesidades de nuestros clientes a través de nuevos servicios y productos", dice Vanessa Parra.

Dentro del programa CREA —que se originó hace tres años—, una iniciativa a destacar es Click and Collect, relacionada con la compra en línea con retiro en farmacia. Hoy es una de las modalidades de compra *online* más solicitadas por los clientes Salcobrand.

Y en este 2020, que ha estado marcado por los cambios, Salcobrand ha sabido adaptarse. "El poder reinventarse, cambiar la forma de hacer las cosas, sin duda, ha estado muy presente. En términos de innovación, pasó lo mismo, adaptamos nuestro programa interno CREA a la realidad de nuestros colaboradores y clientes, y lanzamos una edición especial para recibir sus propias ideas y mejorar la experiencia con un foco especial en el cuidado y seguridad", concluye.

(VIENE DE LA PÁGINA i 8)



Francisco Alliende, gerente general de Grupo Saesa, recibe el premio de manos Patricio Cortés.

UTILITIES

GRUPO SAESA

WWW.GRUPOSAESA.CL

Las empresas del Grupo Saesa participan principalmente en los negocios de distribución y transmisión eléctrica y, en menor medida, en el negocio de generación y comercialización. Es el mayor distribuidor de energía eléctrica en la zona sur de Chile.

Los elementos que tomó en cuenta Most Innovative Companies 2020 para considerarla la más innovadora de su sector, son dos. Por una parte, el "desarrollo de servicio para detectar árboles con problemas de pudrición con ultrasonido, evitando riesgos de fallas por sus caídas". Y, por otra, el hecho de que "cuenta con un plan piloto de uso de láseres como disuasivos de aves, para evitar fallas en las instalaciones de transmisión ante eventuales choques de estas".



Enrique Elsaca, CEO de CBB, recibe el galardón de manos de Iván Díaz-Molina.

INDUSTRIAL

CBB

WWW.CBB.CL

Cementos Bío Bío (CBB) es una compañía fundada en 1957 y que está dedicada principalmente a la producción y comercialización de cemento, hormigón y cales. Actualmente cuenta con 50 plantas productivas a lo largo de todo Chile y operaciones internacionales en Perú y Argentina.

Son dos los principales motivos por los cuales Most Innovative Companies 2020 la posiciona como la más innovadora del sector industrial. La primera es el desarrollo de CBB Express: "Es una plataforma digital para la programación de despachos de hormigón, la cual incorpora componentes de *machine learning*". Además, destaca el trabajo de CBB para "agregar funcionalidades al hormigón (autocompactación, autosellado, autocurado, aislación, impermeabilidad, color, etc.) con el fin de aumentar la productividad y/o conseguir características superiores a las de un hormigón tradicional".



Eduardo Rojas, presidente de Aramark, recibe el premio de manos de Patricio Cortés.

MANAGED SERVICES

ARAMARK

WWW.ARAMARK.CL

Aramark es una compañía que entrega servicios de alimentación y gestión de instalaciones. Tiene presencia en 19 países, y cuenta con más de 40 años en Chile, dedicando sus esfuerzos a ir incrementando sus estándares de calidad y seguridad.

Son tres los proyectos de Aramark que Most Innovative Companies 2020 tomó en cuenta para considerarla como la más destacada en su categoría. La primera es su "nueva oferta gastronómica, basada en alimentos e ingredientes más naturales y menos procesados". La segunda fue la implementación de Foodie, una aplicación móvil para solicitar pedidos en forma anticipada, conocer el menú del día y que los usuarios armen su propio plato con los ingredientes preferidos. Y la tercera fue el desarrollo de B-Traffic, una solución integral que utiliza tecnología de RFID (identificación por radiofrecuencia) para asignar recursos de manera eficiente, sobre la base del uso de los espacios.



Juan Pablo Pareja, gerente general de Cruzados, recibe el galardón de manos de Iván Díaz-Molina.

CLUBES DEPORTIVOS

CRUZADOS

WWW.CRUZADOS.CL

Cruzados Sociedad Anónima Deportiva Profesional es una empresa formada en 2009 para gestionar, a través de una concesión, las ramas de fútbol y de *e-sports* del Club Deportivo Universidad Católica.

Para Most Innovative Companies 2020, es el club deportivo más innovador del año por su "nueva plataforma transaccional Cruzados para pagos de hinchas del club y la creación de alianza global de innovación con clubes deportivos".



Domingo Jiménez, gerente general de Compañía Pisquera de Chile, recibe el premio de manos de Marisa Cominetti y Juan Jaime Díaz.

LICORES

COMPAÑÍA PISQUERA DE CHILE

WWW.CCU.CL

La Compañía Pisquera de Chile S.A. es una filial de Compañía Cervecerías Unidas (CCU), que nació en 2005 de una asociación estratégica entre esa empresa y la Cooperativa Agrícola Control Pisquero de Elqui y Limarí Limitada. Es uno de los principales actores de la industria del pisco chileno. Está dedicada a la elaboración de pisco, destilación, rectificación, mezclas y ventas al por mayor de bebidas alcohólicas.

Most Innovative Companies 2020 la calificó como la más innovadora de su sector por tres argumentos. Primero, su "alta capacidad de desarrollo de nuevos productos sobre la base de innovación". Segundo, por su producción de alcohol desinfectante, lo que fue un "ejemplo de contribución a los esfuerzos del país para combatir los posibles contagios en la pandemia del coronavirus". Y, finalmente, por la "extensión de la categoría pisco hacia licores para consumo en *shot*".



Roberto González, gerente corporativo de Renta Residencial, recibe el galardón de manos de Patricio Cortés.

INMOBILIARIAS

EUROCORP

WWW.EUROCORP.CL

Eurocorp es una empresa dedicada al rubro inmobiliario, desde la compra del terreno, diseño, construcción y desarrollo del proyecto inmobiliario de carácter residencial, hasta la venta, arriendo y administración de los inmuebles.

Most Innovative Companies 2020 la considera la más innovadora de su sector por el hecho de que generó "nuevos sistemas inteligentes, eficientes y sostenibles para la generación de agua caliente sanitaria". Adicionalmente, Eurocorp ha "innovado en el modelo de negocio de la distribución eléctrica dentro de los edificios a los departamentos".

Enaex

100 years OF INNOVATION

ediciones especiales EL MERCURIO

ENAEX:

100 años innovando en servicios a la minería

Esta filial del Grupo SK cumple un siglo en el mercado de explosivos enfocados en la minería, desarrollando diversos proyectos que apuestan por la transformación digital y utilizan herramientas, como la robótica y la inteligencia artificial.

Con 100 años de trayectoria, Enaex, filial del Grupo SK, se presenta en el mercado nacional y extranjero como una compañía que está a la vanguardia en fragmentación de roca para la gran minería a cielo abierto y subterránea. Prueba de ello es que en la última versión del *ranking* Most Innovative Companies fue reconocida, por cuarta vez, como la empresa más innovadora en servicios a la minería en los últimos cinco años.

Su vicepresidente de Innovación y Startups, Miguel Ángel Peña, explica que una de las razones detrás de este posicionamiento es que, hace años, la compañía se propuso resolver las problemáticas que sus clientes veían como un paradigma, con el convencimiento de que la única forma de hacerlo era utilizando soluciones diferentes. "Y los mecanismos que tenemos para buscar esas soluciones son la innovación y el trabajo colaborativo con nuestros clientes", destaca.

De esta manera, durante las últimas décadas, Enaex ha llevado a cabo una serie de innovaciones en cuanto a desarrollo de productos, digitalización de la información, robótica y aplicaciones de inteligencia artificial con el propósito de optimizar su operación y de entregarles mejores soluciones a sus clientes mineros.

En ese camino, Peña destaca que se ha generado una importante sinergia con otros países, ya que los productos que desarrollan en Chile también se llevan a Brasil, Perú o Sudáfrica.



La compañía ha apostado por el desarrollo de tecnología para aumentar la seguridad y la productividad.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y MEJOR GESTIÓN

Uno de los proyectos más llamativos de la compañía en estos momentos es Enaex Bright, que consiste en una plataforma digital para la optimización del proceso de voladura y la integración digital con clientes, con el objetivo de reducir el costo de operación a través de la reducción en la variabilidad de los procesos. A través de avanzados instrumentos IoT, la plataforma se alimenta de distintas fuentes de datos de subprocesos en mina (diseño de voladura, perforación, condición del pozo, carguío de camión fábrica y resultados de voladura, entre otras), los que son capturados, procesados y analizados para generar información valiosa, que contribuye a orientar la toma de decisiones hacia la optimización del proceso de manera dinámica, permitiendo adaptarse rápidamente a los cambios del entorno.

SEGURIDAD Y PRODUCTIVIDAD PARA LA MINERÍA DEL FUTURO

La compañía también ha apostado por el desarrollo de tecnología para llevar la seguridad y productividad al siguiente nivel, construyendo soluciones que permiten la teleoperación —y en el corto plazo, automatización— del proceso de voladura, con foco en clientes que presentan limitaciones operacionales en áreas riesgosas, limitando su capacidad de expansión o continuidad de la operación, como también aquellos que apuntan a mayor productividad, mediante una operación autónoma de carguío.

En esa línea, en 2019, Enaex realizó la primera voladura en Chile sin necesidad de interacción humana directa, utilizando una estación de control remoto y un ecosistema de equipos robotizados.

"El apoyo de nuestros colaboradores, la participación de autoridades, como la DGMN, BPCh y SNGM, y la colaboración de nuestros clientes han sido fundamentales para el éxito de las operaciones robotizadas de voladura. Al igual que el financiamiento de Corfo, que nos permitió apalancar parte del financiamiento de estos desarrollos", señalan en la empresa.

Para mejorar las condiciones de trabajo en la operación, Enaex también ha buscado soluciones a deficiencias en el ciclo minero, como las que se daban en las tronaduras, donde, históricamente, los explosivos se cargaban manualmente, lo que significaba una gran exposición al riesgo del personal involucrado, desgaste físico del mismo y uso ineficiente de horas hombre. Para evitar eso, se creó una solución, que consiste en un equipo de carguío desarrollado específicamente para esta tarea, además de una nueva emulsión diseñada para los requerimientos técnicos de la actividad. Este desarrollo permite disminuir la dotación utilizada para esta tarea hasta en un 80%, dando la posibilidad de redistribuir esos esfuerzos, además de proponer nuevos diseños de precorte, reduciendo costos de perforación y contaminación acústica.

PARA COMBATIR EL COVID-19: NITTREX GEL

La pandemia brindó la oportunidad a Nittra —división de químicos y fertilizantes del Grupo Enaex— de desarrollar Nittrex Gel, un alcohol gel, con fórmula diferenciada que desinfecta e hidrata las manos de sus usuarios, con la certificación del Instituto de Salud Pública (ISP).
Este producto, que nació como una actividad de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), donado a las comunidades de Paine, Buin y Mejillones, terminó siendo un producto de línea, que actualmente cumple la demanda del grupo SK y de otros clientes de *retail*.



Jorge McKay, presidente de La Fête, recibe el galardón de manos de Raimundo Monge.

RETAIL

LA FÊTE

CL.LAFETECHOCOLAT.COM

La Fête es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de chocolates y confites. Con 14 años de trayectoria, hoy es la chocolatería fina más importante de Chile y América Latina. Cuenta con 49 locales comerciales de Arica Punta Arenas.

A juicio de Most Innovative Companies 2020, se trata de una firma "altamente orientada al consumidor y a la creación de experiencias". Los atributos que la distinguieron en esta categoría incluyen sus políticas de sustentabilidad agrupadas en el programa La Fête de la Terre: "Incorpora materias primas certificadas de comercio justo, sustentabilidad, reciclaje y apoyo a la comunidad". Asimismo, destaca su plantación propia de cacao en Ticul, en la península de Yucatán, que "rescata el cacao criollo prácticamente desaparecido en México; es una plantación única con riego de goteo".



Pedro Herane, gerente general de VSPT, recibe el premio de manos de Marisa Cominetti y Juan Jaime Díaz.

VIÑAS

VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ WINE GROUP (VSPT)

WWW.VSPTWINEGROUP.COM

Viña San Pedro Tarapacá Wine Group (VSPT) nació en 2008 de la fusión de dos grupos vitivinícolas chilenos: Viña San Pedro, controlado por CCU S.A., y Viña Tarapacá Ex Zavala. En la actualidad es uno de los mayores exportadores de vino chileno y figura entre los actores vitivinícolas más relevantes del mercado en Chile. Su portafolio incluye marcas como San Pedro, Tarapacá, Leyda, Santa Helena, Misiones de Rengo, Viñamar, La Celia y Graffigna.

De la categoría viñas, Most Innovative Companies 2020 la distinguió por dos iniciativas: la producción de vinos desalcoholizados y la incorporación de nuevos formatos, como el vino en lata.



Nicolás Correa, gerente general de ENEX, recibe el premio de manos de Iván Díaz-Molina.

DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES

ENEX

WWW.ENEX.CL

ENEX es una filial de Quiñenco y es una de las principales distribuidoras de combustibles y lubricantes en Chile. Bajo la marca Shell, cuenta con una red de más de 450 estaciones de servicio, a las que se suman más de 160 tiendas de conveniencia bajo los nombres upa! y upita! Sus áreas de negocios incluyen también la venta de combustibles industriales y la distribución de asfaltos y productos químicos.

Para reconocerla como la empresa más innovadora en su sector, Most Innovative Companies 2020 consideró la creación de Enex E-Pro, su red de electrolineras y servicios para electromovilidad con presencia en las regiones de Valparaíso, Metropolitana, de O'Higgins y del Maule. Además, valoró su estrategia del "potenciamiento del negocio de restaurantes como línea separada de las estaciones de servicios".



Martín González, gerente de Analytics de la ACHS, recibe el galardón de manos de Marisa Cominetti y Juan Jaime Díaz.

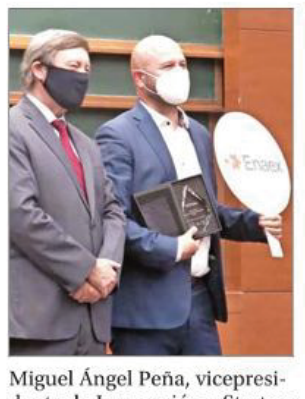
PRESTADORES DE SALUD

ACHS

WWW.ACHS.CL

La Asociación Chilena de Seguridad es una corporación privada sin fines de lucro, de carácter mutual. Otorga cobertura total a los siniestros por accidentes laborales y desarrolla programas de prevención de riesgos. En la actualidad, cuenta con más de dos millones 600 mil trabajadores afiliados y registra la menor tasa de accidentabilidad promedio del sistema.

Dos fueron las razones principales que consideró Most Innovative Companies 2020 para elegir a la ACHS como la más innovadora en su categoría. La primera, el "desarrollo de modelos predictivos basados en *machine learning* para prevención de accidentes y recomendación de tratamientos, entre otros". A lo anterior se suma la incorporación de "nuevas herramientas tecnológicas (aplicaciones para prevencionistas) y nuevos canales (autoservicios de prevención)".



Miguel Ángel Peña, vicepresidente de Innovación y Startups de ENAEX, recibe el premio de manos de Raimundo Monge.

SERVICIOS PARA LA MINERÍA

ENAEX

WWW.ENAEX.COM

ENAEX es una empresa fundada en 1920 y con una experiencia centenaria en el mercado de explosivos, fabricando productos, ofreciendo servicios y creando tecnologías para la voladura y fragmentación de roca. Cuenta con operación en distintos países y presencia a nivel mundial.

Most Innovative Companies la califica como la empresa más innovadora del sector de servicios mineros por haber desarrollado "vehículos y robots para carga de explosivos automatizada y controlada de forma remota, protegiendo vidas humanas". También tiene un atributo que es clave para el desarrollo de un ecosistema de innovaciones, al ser "pionera en el uso de *corporate venture capital* en Chile".



Nicolás Errázuriz, gerente general de iConstruye, recibe el galardón de manos de Marisa Cominetti y Juan Jaime Díaz.

CONSTRUTECH

ICONSTRUYE

WWW.ICONSTRUYE.COM

iConstruye es una empresa proveedora de software para la digitalización del ciclo de abastecimiento, haciéndose cargo de las necesidades de las empresas desde el requerimiento al pago. Contempla soluciones de compra, recepciones, bodega, portal de pagos, facturación electrónica y un *marketplace* de materiales y servicios para la construcción entre otros.

Para Most Innovative Companies 2020, destaca en su categoría por su desarrollo completo de una solución de facturación electrónica y por haber implementado su "propio laboratorio digital para atraer empresas innovadoras, con el objetivo de convertirse en el principal ecosistema de soluciones tecnológicas para la construcción".

PUBLIRREPORTAJE

Aramark es reconocida como la empresa más innovadora del sector Managed Services

De acuerdo al ranking Most Innovative Companies Chile 2020, realizado por el ESE Business School de la Universidad de los Andes, MIC Innovation y El Mercurio, Aramark es la empresa líder en innovación dentro del sector de gestión de servicios.



"En Aramark contamos con un robusto proceso de innovación, que en forma colaborativa con las áreas dueñas de las soluciones nos ha permitido desarrollar más de 50 iniciativas en los últimos años, agregando valor para nuestros clientes", explica Ari Bermann, Vicepresidente de Crecimiento Sostenible y Desarrollo de Negocios de Aramark Latinoamérica.

La compañía, con presencia en Chile hace más de 40 años y más de 20 mil empleados en el país, potencia la transferencia de conocimiento y el trabajo en alianza con emprendedores e intrapreneurs de Aramark, para generar nuevos productos y servicios que mejoren la experiencia de clientes y consumidores.

Desde aplicaciones móviles para facilitar el acceso de los usuarios a plataformas digitales de selección de menús y entretención, hasta la automatización de servicios de limpieza y alimentación, son parte de las innovadoras soluciones a desafíos cotidianos del servicio que ha creado Aramark en los últimos años.

"Trabajamos muy de cerca con el ecosistema de innovación, emprendedores locales y grandes partners, de la mano de quienes hemos desarrollado estas iniciativas. Este aspecto es uno de los ejes de nuestro modelo de innovación, ya que nos permite incorporar mejoras de manera liviana y efectiva, alineados con las tendencias", señala Bermann. Todos los desarrollos son compartidos año a año con clientes y nuestros propios trabajadores, a través de una Feria de Innovación, que busca fomentar la cultura interna y compartir buenas prácticas, y que en 2021 vivirá su cuarta edición.

Así, se levanta información de la operación de manera continua, conectando insights de clientes con tendencias y requerimientos. En la actualidad con el surgimiento de la pandemia por Covid-19 se reinventó el servicio de facility incluyendo nuevos procedimientos y nuevas tecnologías, para apoyar a nuestros clientes con sus necesidades de sanitización preventiva y mantención de entornos seguros.

Por el lado de innovación culinaria, la compañía busca permanentemente sorprender a nuestros consumidores con nuevas preparaciones y ofertas gastronómicas, incluso de la mano de reconocidos chefs de la industria.

Por último, Aramark Chile es parte de un programa global llamado EverSafe™, orientado a brindar seguridad y confianza en los servicios del día a día, fomentando con esto experiencias "sin contacto" en línea con nuevas tendencias de consumo, donde figuran nuevas modalidades de servicio como Pick Up y Delivery, encuestas a través de código QR, punto de venta 100% autoatendido, entre otras soluciones. Para la compañía, a medida que las necesidades del cliente evolucionan, bajo circunstancias dinámicas, nuestro rol como socio estratégico es adaptarnos rápidamente para continuar ofreciendo servicios integrales e innovadores de clase mundial.

LAS GANADORAS DE CADA CATEGORÍA:

Las empresas más innovadoras en los 26 sectores que analiza la edición 2020 del ranking



Rubén Alvarado, gerente general de Metro, recibe el premio de manos de Patricio Cortés.

TRANSPORTES

METRO

WWW.METRO.CL

La Empresa de Transporte de Pasajeros Metro S.A., de propiedad estatal, tiene a su cargo el ser la columna vertebral del sistema de transporte público de Santiago. Tiene por objeto la realización de todas las actividades propias del servicio de transporte de pasajeros en ferrocarriles metropolitanos u otros medios eléctricos complementarios, y servicios de transporte de superficie mediante buses o vehículos de cualquier tecnología, pudiendo con tal fin constituir o participar en sociedades y efectuar cualquier acto u operación relacionados.

Para Most Innovative Companies 2020, esta compañía tiene tres iniciativas que la hacen la más innovadora de esta edición. En primer lugar, la "creación de la Línea 0, la cual integra bicicletas a la red de transporte", lo que facilita que los pasajeros puedan hacer cambios modales. En segundo lugar, se valora el "desarrollo de servicios automatizados a clientes de las líneas 3 y 6, lo que incluye trenes sin conductor, sistemas de carga de la tarjeta BIP, etc.". Finalmente, también incidió en su alta valoración el "servicio de comunicación a pasajeros a través de canales digitales: pantallas digitales, redes sociales y web".

Esta es la galería de las empresas que lideran la lista de Most Innovative Companies 2020, con el detalle de los atributos que inclinaron la balanza a su favor. Más allá del rubro en el cual está enfocada cada una, las 26 comparten dos elementos de manera transversal: han identificado a la innovación como una variable competitiva clave para el desarrollo de su posicionamiento actual y futuro, y cuentan con un componente tecnológico creciente, con un enfoque que tiende cada vez más a la incorporación de la inteligencia artificial.

MANUEL FERNÁNDEZ BOLVARÁN



Matías Spagui, director de Mercado Pago, recibe el premio de manos de Marisa Cominetti y Juan Jaime Díaz.

MEDIOS DE PAGO

MERCADOPAGO

WWW.MERCADOPAGO.CL

Mercado Pago es una herramienta desarrollada por Mercado Libre para cobrar y pagar por internet. Esta solución permite a los vendedores recibir los pagos de forma simple y rápida. Funciona como una billetera virtual que evita trámites y ahorra tiempo, es compatible con tarjetas de crédito y débito y transferencias bancarias.

Most Innovative Companies 2020 consideró que este año fueron la alternativa más innovadora del mercado por el hecho de que "la mayor parte de las tecnologías *core* de la compañía son desarrollos propios" y que lanzaron "los pagos con código QR para revolucionar el mundo de los pagos *online* en el comercio físico".



Mauricio Caviglia, gerente general de Salcobrand, recibe el premio de manos de Raimundo Monge.

FARMACIAS

SALCOBRAND

WWW.SALCOBRAND.CL

Salcobrand es una de las principales cadenas de farmacias en Chile. Forma parte de Empresas SB, holding dedicado a entregar una amplia gama de productos y servicios en el ámbito de la salud, belleza y bienestar. Cuenta con casi 500 puntos de venta a lo largo del país.

Para posicionarla como la empresa líder de la categoría farmacias, Most Innovative Companies 2020 consideró la creación de Open SB, una convocatoria abierta a emprendedores para trabajar en soluciones para mejorar la experiencia en los locales de la cadena. Además, destacó su iniciativa Click & Collect, un proyecto que se basa en la compra *online* con retiro en tienda, el cual cuenta ya con más de 40 mil clientes.



Carlos Rodríguez, gerente de Innovación Corporativa de Entel, recibe el galardón de manos de Iván Díaz-Molina.

TELECOMUNICACIONES

ENTEL

WWW.ENTEL.CL

Entel es una de las empresas de telecomunicaciones más grandes de Chile, con presencia en servicios de tecnologías de la información, telefonía celular y fija y carrier de larga distancia (123), entre otros servicios. También se ha expandido más allá del país, con operaciones en Perú.

Para Most Innovative Companies 2020, la razón por la cual fue considerada como la líder en innovación de su sector este año es el "desarrollo de Kamal, una plataforma B2B (*business to business*, es decir, un servicio que permite transacciones entre empresas) de analítica avanzada, que visualiza la movilidad multiescala y el comportamiento digital de las personas en el territorio nacional".



Patricio Jottar, gerente general de CCU, recibe el premio de manos de Marisa Cominetti y Juan Jaime Díaz.

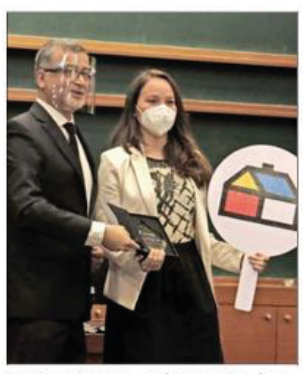
HOLDING INDUSTRIAL

CCU S.A.

WWW.CCU.CL

El holding Compañía de Cervecerías Unidas agrupa a empresas de producción y comercialización de bebidas alcohólicas y analcohólicas en Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Colombia y Bolivia.

Para Most Innovative Companies 2020, hay tres factores que llevan a considerar a CCU como el holding industrial más innovador de este año. Uno de ellos es que es "pionero en el uso de *company building*", un modelo por el cual compañías consolidadas desarrollan nuevos modelos de negocios a través de empresas derivadas o "spin-off". Otro atributo clave es la creación de La Barra, un *e-commerce* orientado al consumidor final (B2C). Y también se destaca el "desarrollo del proyecto Delfos, el cual incorpora inteligencia artificial aplicada a la generación de pedidos sugeridos para clientes".



Danica Music, subgerenta de Innovación de Sodimac, recibe el premio de manos de Patricio Cortés.

MEJORAMIENTO DEL HOGAR

SODIMAC

WWW.SODIMAC.CL

Sodimac es una compañía que opera en el retail, industria donde ha alcanzado una posición de liderazgo en el mercado de tiendas para el mejoramiento del hogar. Su actividad se focaliza en desarrollar y proveer soluciones a los proyectos de construcción de sus clientes, además de buscar satisfacer las necesidades de mejoramiento y decoración de sus hogares.

Para ubicarla a la cabeza de su categoría, Most Innovative Companies 2020 valoró la "instalación y puesta en marcha del Super Butler System, un sistema de transporte de pallets usando tecnología de última generación que los guía por radar". Además, consideró el desarrollo de propuestas de valor para el segmento inmobiliario, como el Servicio Como Nuevo (servicio de limpieza y arreglos de una vivienda pensando en la llegada de un nuevo arrendatario) y Casa Lista (servicio de acondicionamiento básico de una vivienda para la llegada del primer dueño o arrendatario).



Eugenio von Chrismar, gerente general de Bci, recibe el galardón de manos de Raimundo Monge.

BANCA

BCI

WWW.BCI.CL

Bci es uno de los cuatro bancos más grandes de la plaza y ya suma más de 85 años en el mercado. En los últimos años ha hecho noticia por sus planes de internacionalización, expandiéndose más allá de Chile hacia el mercado de Estados Unidos, que cuenta con fuertes requisitos de entrada. Recientemente, anunció su ingreso al mercado peruano y oficinas de representación en tres continentes.

Entre los antecedentes por los cuales Most Innovative Companies 2020 ubicó a Bci en el liderazgo de esta categoría se encuentra que la empresa es considerada "pionera en el uso del *customer journey map*", un esquema de trabajo que analiza la experiencia del usuario desde su punto de vista. Asimismo, destaca por la "creación de un ecosistemas de APIs (interfaces que permiten la comunicación entre diferentes plataformas) para interconexión con terceros" y por el hecho de que "ha desarrollado nuevos modelos de distribución: Widget Hipotecario y API Program". Asimismo, se valora el desarrollo de "nuevas tecnologías, como el Chatbot Centro de Servicio y Consumo de Datos en Tiempo Real".



Alan Meyer, gerente general de Mercado Libre Chile, recibe el premio de manos de Juan Jaime Díaz.

PORTALES DE COMPRA

MERCADO LIBRE

WWW.MERCADOLIBRE.CL

Esta plataforma de comercio electrónico nacida en 1999 en Argentina es una de las empresas de más rápido crecimiento en la región. Hoy tiene operaciones en 18 países del continente. En Mercado Libre venden productos pequeñas y medianas empresas, productores, individuos particulares, etcétera.

Most Innovative Companies 2020 la considera como la más innovadora en su sector pues se ha posicionado como "líder en comercio electrónico en Chile". Según el análisis, "logró aprovechar como ninguno el impulso de comercio electrónico debido a la pandemia". Esto no solo se tradujo en un sistema eficiente de compras y ventas remotas, sino que también la firma apostó por desarrollar "canales oficiales *online* para empresas grandes que no tenían su canal virtual". Entre los principales atributos que destaca el ranking se cuentan que Mercado Libre ofrece una "experiencia de cliente muy cuidada y fácil de comprender" y que "democratizó la venta *online* para pymes y personas".



Arturo Ríos, director general de Wisetrack, recibe el premio de manos de Raimundo Monge.

TECNOLOGÍA

WISETRACK

WWW.WISETRACKCORP.COM

Wisetrack es una empresa integradora y desarrolladora de soluciones tecnológicas, orientadas a controlar y mejorar la gestión de los procesos logísticos en el área del transporte, mediante el desarrollo y combinación adecuada e innovadora de aplicaciones, dispositivos y comunicaciones para la gestión de flotas.

De acuerdo al análisis de Most Innovative Companies 2020, es la empresa más innovadora de su rubro por ser la "primera en Chile en desarrollar un copiloto electrónico que informa (por voz) al conductor la velocidad máxima la zona en que se encuentra o si está entrando a una zona prohibida o en la que no se puede detener (por ejemplo, por peligro de robo)". Además de este proyecto, suma el "desarrollo de una aplicación de BioTracking para los conductores y personal logístico, la que detecta cercanías directas, uso compartido de cabinas de camiones o buses con el fin de informar a los potenciales contactos directos e indirectos".

RANKING 2020

1º LUGAR

Most Innovative Companies