



**Lorena Solís, Brand Marketing  
 Communication Director Stellantis Chile**

# "La inclusión de mujeres en la industria automotriz ha sido un proceso gradual"

Por Romina Cannoni Berd / Foto: Stellantis. Con casi 20 años de experiencia, desde enero la ingeniera comercial ocupa el cargo de Brand Marketing Communication Director para Stellantis Chile. En estas casi dos décadas ha podido ver el desarrollo del mercado nacional, pero también la evolución que ha vivido la mujer en una industria históricamente masculina.



**L**orena Solís llegó en 2007 a trabajar a la industria automotriz nacional y en 2013 arribó a las filas de Peugeot Chile, donde ha desarrollado casi toda su carrera profesional.

Desde enero ocupa el cargo de Brand Marketing Communication Director para Stellantis Chile, y bajo su cargo está la responsabilidad de dar las directrices comunicacionales y de marketing para las cuatro marcas: Peugeot, Citroën, Opel y DS.

Dentro de sus mayores desafíos en esta nueva etapa de su carrera está "trabajar los posicionamientos de cada marca con sus respectivos modelos para llegar a las audiencias correctas, no canibalizar sino sumar al negocio. Esto con una mirada 360° de la comunicación", señala Solís.

Pero con dos décadas en esta industria también tiene una mirada especial respecto a la mujer su inclusión, la cual profundiza en este especial de conmemoración en el Día Mundial de la Mujer.

**¿Cómo sientes que ha sido la inclusión de la mujer en el mundo automotriz en Chile?**

La inclusión de mujeres en la industria automotriz ha sido un proceso gradual, pero en los últimos años hemos visto un cambio significativo. Hoy, la presencia femenina es más visible, especialmente en roles estratégicos, lo que demuestra que el talento y las capacidades

están primando sobre los paradigmas de género.

**¿Cuáles crees que han sido los principales cambios en ella respecto de las mujeres y cuáles los factores que los produjeron?**

Cuando comencé en la industria, la presencia femenina estaba mayormente concentrada en áreas como Recursos Humanos, Marketing y funciones administrativas. Con el tiempo, esto ha evolucionado, y hoy vemos mujeres liderando áreas clave del negocio, lo que refleja un cambio cultural y organizacional. Este avance ha sido impulsado por varios factores, como la evolución del mercado laboral, políticas de diversidad e inclusión y el reconocimiento de que equipos diversos generan mejores resultados.

**¿Cómo se logra destacar en una industria históricamente masculina?**

El objetivo no es destacar por ser mujer, sino por el aporte concreto que entregamos a la industria. La clave está en demostrar con hechos, resultados y profesionalismo que nuestras capacidades generan valor. Más allá del género, lo que marca la diferencia es la preparación, el compromiso y la visión estratégica.

**¿Cuáles son las fortalezas de que existan mujeres en los equipos de trabajo en este tipo de industria?**

Las mujeres aportamos una forma de liderazgo que tiende a ser más cercano y empático, con un

foco fuerte en el trabajo en equipo y en el desarrollo de las personas. No nos mueve el ego, sino la convicción de aportar al negocio y generar ambientes laborales más colaborativos, donde todos puedan crecer y dar lo mejor de sí.

**¿Cuál es la política de Stellantis respecto a la inclusión de las mujeres?**

En Stellantis, la diversidad es un pilar estratégico y la inclusión femenina ha sido una prioridad en los últimos años. En nuestra región, la representación de mujeres ha crecido del 18% en 2022 al 25% en la actualidad, con un aumento significativo en posiciones de liderazgo, pasando del 23% al 32%, con la meta de alcanzar el 35% en 2025.

Además, hemos impulsado cambios estructurales para fomentar la igualdad de género, como programas de desarrollo para mujeres, iniciativas para mejorar las condiciones laborales y la participación

activa en redes globales de equidad, como ONU Mujeres y el movimiento HeForShe. Más allá de los números, nuestro compromiso es generar oportunidades reales de crecimiento en un entorno inclusivo y de igualdad.

**Hoy Stellantis Chile tiene a varias ejecutivas en cargos de liderazgo en marcas, ¿cuál es el aporte que destacas de ellas en esos cargos?**

El talento y la visión estratégica de cada una de ellas han sido fundamentales para el éxito de la compañía. En Stellantis, el desarrollo de carrera se basa en el mérito, y el impacto de nuestras ejecutivas es evidente en cada una de sus áreas. Además, se ha generado un ambiente de apoyo y colaboración entre nosotras, lo que refuerza aún más nuestro crecimiento y aporte a la empresa.

La industria automotriz está en plena transformación con la elec-

trificación y la digitalización, y la diversidad es clave para afrontar estos cambios. La presencia de mujeres en roles estratégicos en Stellantis nos permite aportar una mirada innovadora y adaptable, fundamentales en este proceso de cambio que vive la industria a nivel global.

**¿Hay espacio para que haya más mujeres en este rubro? ¿Dónde? ¿Qué falta para que exista una mayor inclusión?**

Definitivamente sí. Hay oportunidades en todas las áreas, desde operaciones y comercial hasta desarrollo de productos y liderazgo estratégico. Lo clave es romper con la idea de que esta es una industria exclusivamente masculina y motivar a más mujeres a explorar el mundo automotriz. Es un sector dinámico, desafiante y con grandes oportunidades de crecimiento, por lo que mi invitación es a atreverse y ser parte de esta transformación.