

NOTICIAS



**El Premio Avonni a la Innovación Empresarial y cuatro nominaciones consiguieron clientes de IGT**

Entre las seis empresas nominadas a los Premios Avonni a la Innovación Empresarial 2007, hubo cuatro clientes de IGT: La ganadora fue: Chilectra.

El jueves 4 de octubre ante 400 empresarios y ejecutivos, Chilectra, con su producto Full Electric, obtuvo el Premio Avonni 2007.

→ [ver más ...](#)

OPINIÓN



**¿Qué hay de nuevo en innovar?**

En estos últimos años parece ser que nos adentramos en la era de la innovación.

Todos hablan del concepto y todos tratan de convertirse en personas o empresas innovadoras.

→ [ver más ...](#)

CASO CONCRETO



**Kiva: Un modelo de negocios extraordinario. 280 nuevos prestamistas se inscriben diariamente en el sitio**

La organización ya ha entregado US\$ 6.5 millones en microcréditos a 9 mil negocios en 33 de los países más pobres del mundo.

¿Cómo cambiar el mundo sin ser un magnate o un premio Nobel? El mundo del microcrédito parece tener una respuesta, pero ninguna es tan innovadora y exitosa como la que presenta la organización Kiva.

→ [ver más ...](#)

ENTREVISTA



**Entrevista con Jorge Yutronic: «Chile va a ser un país desarrollado»**

No tiene dudas sobre eso y lo plantea calmada pero categóricamente.

Yutronic lleva años dándole duro al tema de la innovación. Fue gerente en Sonda durante mucho tiempo. Estuvo en CONICYT y ha creado empresas tecnológicas como Kyber y Movilmaster.

→ [ver más ...](#)

NOTICIAS

OPINIÓN

CASO CONCRETO

ENTREVISTA

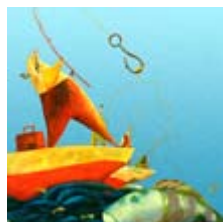


**El premio Avonni a la Innovación Empresarial y cuatro nominaciones consiguieron clientes de IGT**

Entre las seis empresas nominadas a los Premios Avonni a la Innovación 2007, hubo cuatro clientes de IGT: La ganadora fue: Chilectra.

El jueves 4 de octubre ante 400 empresarios y ejecutivos, Chilectra, con su producto Full Electric, obtuvo el Premio Avonni 2007.

→ [ver más ...](#)



**V Congreso Icare de Innovación y Emprendimiento**

Contó con una audiencia de más de 800 empresarios, ejecutivos y emprendedores de las más importantes empresas del país. La innovación y el emprendimiento son una combinación perfecta de pasión y resultados sorprendentes.

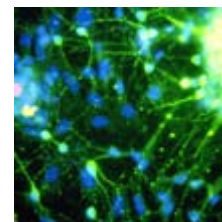
→ [ver más ...](#)



**«Personas que podrían cambiar el mundo»**

Interesante artículo de Revista Forbes. Son científicos y pensadores que están llevando a cabo proyectos que podrían transformar radicalmente áreas como la medicina, contaminación y pobreza.

→ [ver más ...](#)



**Primer Encuentro de Consorcios Tecnológicos**

Pretende ser un espacio para debatir, compartir experiencias y reflexionar. Todo un éxito resultó el Primer Encuentro de Consorcios Tecnológicos, realizado los días 23 y 24 de mayo en el Hotel San Martín de Viña del Mar.

→ [ver más ...](#)

NOTICIAS

OPINIÓN

CASO CONCRETO

ENTREVISTA



## ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN INNOVAR?

Por Emilio De Giacomo, Gerente de Negocios de IGT.

En estos últimos años parece ser que nos adentramos en la era de la innovación. Todos hablan del concepto y todos tratan de convertirse en personas o empresas innovadoras. Sólo basta con buscar en Google el término «innovation» y nos encontramos con más de 126 millones de resultados, muchos más que los 32 millones de «restructuring» o los 4 millones de «reengineering». En suma todas las técnicas clásicas del management puede decirse que son mucho menos consideradas que la innovación hoy en día.

Pero qué genera esto, ¿QUÉ HAY DE NUEVO EN INNOVAR?

Una primera respuesta a esta pregunta la podemos dar desde la definición que en IGT damos de innovación: innovación es crear valor de alto impacto. Esta definición nos lleva al acto de la creación como objetivo central de los negocios, concepto bastante alejado de la orientación a la mejora que han tenido las empresas en los últimos años y de la que dieron cuenta técnicas como la reingeniería o el mejoramiento continuo. Ya no se trata sólo de mejorar sino que para crecer y ser rentables tenemos que aprender a conjugar un nuevo verbo, el verbo crear.

Pero no se trata sólo de crear. En realidad podemos observar que el concepto de crear tampoco es nuevo en el mundo de los negocios, es un concepto que conciente o inconcientemente se aplica desde hace muchísimos años. Tomemos como un indicador del grado de creación en los negocios el nivel de patentamiento y remitámonos a los hechos y veamos cuál fue por ejemplo la evolución de las patentes registradas anualmente en Estados Unidos desde el año 1790 a la fecha.

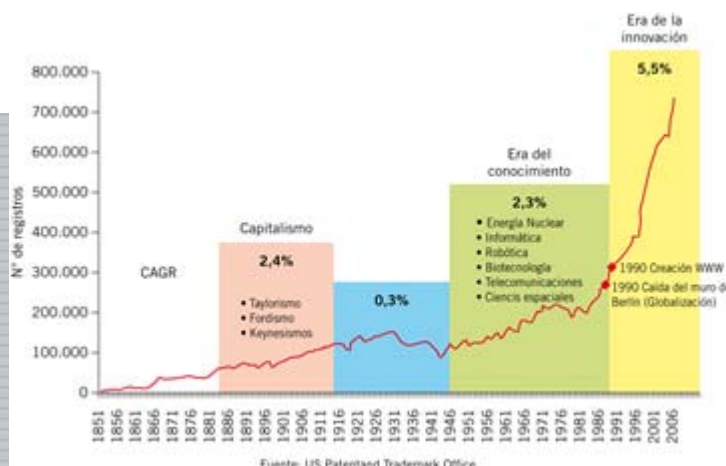


Gráfico 1. Registro de patentes en Estados Unidos.

Si bien los patentamientos muestran un comportamiento creciente, podemos observar como históricamente se comportaron de acuerdo a los distintos momentos económicos. En los últimos 15 años estamos presenciando un crecimiento superior en la creación tanto de productos como de modelos de negocio, sin dudas la innovación y el concepto de creación se ve influenciado por un nuevo entorno, un entorno dominado por la globalización y la hiperconectividad.

En este nuevo escenario podemos mencionar tres conceptos que rigen la innovación y que pueden ser los focos rectores en esta nueva era.

**VELOCIDAD** - en esta época el time to market de las innovaciones es cada vez menor. Esto requiere un METODO que permita a las empresas y emprendedores acelerar el proceso de generación de innovaciones:

- enfocando la generación de ideas en aquellos ámbitos que aseguren un mayor impacto
- desafiando las ideas para «fracasarlas» anticipadamente con el objetivo de reducir los costos y maximizar las probabilidades de éxito de la innovación
- siguiendo un método estructurado que permita potenciar la creatividad y el desarrollo

**FRECUENCIA** - actualmente el ciclo de vida de los modelos de negocio es cada vez más corto, generando la necesidad de SISTEMATIZAR el método para aumentar el número de innovaciones generadas en el tiempo:

- sistematizando el proceso innovador para llegar a aplicar el método de manera «inconciente»
- promoviendo el intra-emprendimiento como motor de desarrollo
- vinculando a las empresas con el mundo emprendedor

**COMPLEJIDAD** - la mayor velocidad y frecuencia en la generación de innovaciones se complementan con una mayor complejidad, tanto en el proceso de generación como en las innovaciones mismas. Esto requiere apalancarse en la RED DE VALOR para generar más, mejores y más rápidas innovaciones:

- incorporando conocimiento y capacidades disgregadas en diferentes nodos especialistas que potencien el proceso creativo
- cooperando y colaborando en el proceso de innovación de manera abierta
- ampliando las fronteras incorporando visión global al proceso

Sin dudas lo nuevo que trae la innovación a la creación de valor radica en los conceptos que la determinan y que la rigen. Hoy debemos hablar de VELOCIDAD, FRECUENCIA y COMPLEJIDAD en la creación de valor, y eso es lo nuevo.

NOTICIAS

OPINIÓN

CASO CONCRETO

ENTREVISTA

## KIVA: UN MODELO DE NEGOCIOS EXTRAORDINARIO. 280 NUEVOS PRESTAMISTAS SE INSCRIBEN DIARIAMENTE EN EL SITIO

La organización ya ha entregado 6.5 millones de dólares en microcréditos a 9 mil negocios en 33 de los países más pobres del mundo, gracias a un innovador modelo de financiamiento a través de la red.

¿Cómo cambiar el mundo sin ser un magnate o un premio Nobel? El mundo del microcrédito parece tener una respuesta, pero ninguna es tan innovadora y exitosa como la que presenta la organización Kiva.

Kiva.org desarrolló un modelo de negocio extraordinario, que permite que personas de todas partes del mundo puedan presentar sus ideas de negocio y acceder a financiamiento en el formato de microcréditos, que son gestionados por instituciones locales de microfinanzas articuladas en esta red de valor por kiva.org.

Lo novedoso es que cualquier persona puede ser financista de proyectos empresariales. A través del sitio [www.kiva.org](http://www.kiva.org) uno se inscribe. Se requiere contar con un medio de pago compatible con la red (como tarjetas de crédito). Los montos de los créditos comienzan en US\$ 25, por lo que es posible controlar fuertemente el riesgo de morosidades y no pagos por medio de diversificar las colocaciones en muchos proyectos. De hecho, el factor de riesgo (equivalente a los montos no pagados por los deudores) histórico de las colocaciones realizadas en este sitio es solamente del 0,2% (extremadamente bajo si se compara con la banca tradicional).

Luego de «vitriñar», se escoge él o los proyectos donde se quiera invertir. El proceso es amigable para cualquier usuario y demás está decir que implica un potente cambio para quien recibe el dinero, que muchas veces significará poder emprender un pequeño negocio que será el sostén económico de la familia.

Hablamos de filantropía pero no de caridad, puesto que el prestamista recibe su dinero de vuelta.

Kiva.org innovó al llevar el mundo de los microcréditos a un nivel masivo. Así, todos, cualquiera de nosotros, podemos ser parte de este nicho del mercado financiero, que por cierto tiene una fuerte componente social y de superación de la pobreza, sin dejar de ser un excelente negocio (sólo basta ver los resultados de banco de los pobres para comprender que las microfinanzas son una oportunidad interesante de negocios enfocado en el fondo de la pirámide social).

Lo que es seguro, es que hablamos de un modelo de negocios innovador que, de tan sofisticado, resulta perfectamente simple y sorprendente. Matt Flately, CEO y Fundador de KIVA, cree que intelectualmente no debiera impresionar lo que US\$25 pueden significar en la vida de millones de personas, «pero sí es sorprendente emocionalmente».



NOTICIAS

OPINIÓN

CASO CONCRETO

ENTREVISTA

## ENTREVISTA CON JORGE YUTRONIC: «CHILE VA A SER UN PAÍS DESARROLLADO»



No tiene dudas sobre eso y lo plantea calmada pero categóricamente. Y es que Yutronic lleva años dándole duro al tema de la innovación. Ingeniero Civil Electricista de la Universidad de Chile, fue gerente en Sonda durante mucho tiempo. Estuvo en CONICYT, donde fue el Director Ejecutivo del Fondo para el Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDEF). Ha creado empresas tecnológicas como Kyber y Movilmaster. Desde hace cuatro meses es el nuevo Rector de la Universidad de las Américas. Siempre se ha mantenido activo como consultor internacional en el ámbito de la innovación y desde 2006 asociado a IGT. Desde allí nos habla para referirse a cómo debe prepararse Chile para su entrada al mundo del desarrollo, qué nos falta y qué nos sobra. Y también de su teoría del «ascenso» de la humanidad, cuyo motor sería, justamente, la innovación.

*Vamos a lo primero. En su calidad de consultor internacional, ¿podría decirnos cuál es la real situación de Chile en el tema de la innovación? Porque el gobierno habla mucho al respecto, que se supone será nuestra palanca al desarrollo, que las platas del royalty, que esto y lo otro, pero, la verdad, ¿cómo estamos?*

Mire, yo afirmo que Chile está en una etapa de «apresto», es decir, de preparación. Esta etapa comenzó a mediados de los ochenta y creo que se extenderá hasta unos pocos años después del 2010, cuando logremos hacer suficientes desarrollos innovadores que hagan posible un desencadenamiento de transformaciones relevantes del país. Los chilenos estamos siendo capaces de echar mano de las capacidades de gestión de nuestro país, hemos hecho algunas transformaciones estructurales y hemos logrado alinear bastante las decisiones públicas y privadas en materia de crecimiento, aunque no todavía en los planos de distribución y equidad. Con las reformas que se hicieron a fines de los ochenta y en los noventa en el tema empresarial, institucional y de gobierno, más todos los avances posteriores, se está produciendo una especie de caldo de cultivo para que los chilenos se atrevan a hacer cosas nuevas y a innovar más. Eso ha dado lugar a varios buenos resultados y hoy día vemos una dinámica de creación de valor y de desarrollo de riqueza a nivel país.

O sea, de que en Chile hemos innovado, no cabe ninguna duda. Los casos del retail, de la acuicultura, de la minería, la exportación de frutas, la industria forestal, la infraestructura, las telecomunicaciones, por señalar algunos, así lo demuestran. En diversas partes vamos a encontrar algún registro de innovación. Sin embargo todo eso no es suficiente; es apenas un pálido reflejo de lo que el país necesita.

*¿Por qué tan pálido?*

Porque nos falta ser mucho más audaces, tomar decisiones de emprendimientos innovadores de mayor escala. Aún no hacemos cosas de estatura mundial en el ámbito de la innovación. Tenemos innovaciones a pequeña y mediana escala, las llamadas innovaciones marginales o incrementales. Pero rara vez hacemos lo que se llama una «apuesta por un quiebre», algo que sea muy distinto. Eso tiene que ver con la personalidad de nuestro pueblo que es más bien conservador, con un cierto temor al fracaso (lo cual es común a la mayoría de los pueblos); entonces, pocos en su sano juicio se arriesgan con propósitos realmente audaces. Sobre todo a nivel de las personas más calificadas y experimentadas que ya tienen éxito: un gerente de una empresa, por ejemplo, que lo hace razonablemente bien, no estará fácilmente dispuesto a hacer un cambio radical, ante los ojos de sus pares. Chile necesita más esfuerzo innovador, y puede más.

*Pero si es así entonces estamos liquidados, porque si no podemos dar ese salto, ese quiebre que usted dice, no podremos entrar de lleno al mundo del desarrollo como queremos.*

Con saltos incrementales nos acercamos cada vez más al borde de la brecha que nos separa del cambio radical. Este pueblo está madurando. El chileno ya no se conforma con tener un empleo de por vida, hay más afán de superación. Las personas saben que las empresas no le aseguran trabajo a nadie. Hasta el gerente de la más estable compañía sabe que en unos años más ésta puede no necesitarlo, ya sea porque hubo una fusión o por la eliminación de una línea de productos. Eso el chileno lo capta y por eso está atento a las oportunidades. Por otra parte, al irnos conectando al mundo ya no somos aquella sociedad insularista del siglo XX: el chileno viaja más, ve más TV internacional, usa internet, conoce otros pueblos y eso ha influido en que hoy hay un chileno más proactivo a nivel global. O sea, estamos en la lógica de hacernos cargo de nosotros mismos y esa lógica es la precursora de la innovación a mayor escala.

### **Retos y desafíos de nuestra entrada al desarrollo**

*Entonces usted cree que vamos a ser capaces de duplicar el ingreso per cápita de aquí al 2020 y transformarnos así en un país desarrollado. ¿Cree que eso es posible?*

Peró de todas maneras! Estamos a 13 años de distancia y si logramos mantenernos a un ritmo de crecimiento anual del 6% al 7%, la tasa compuesta da 100%, o sea duplica. Chile es un país que va a ser desarrollado, yo ni siquiera lo planteo en términos de que pueda serlo o no, sino que afirmo que lo va a ser. Eso es para mí una convicción y no sólo en la perspectiva económica sino que también social. Por eso la pregunta yo creo es otra, no si Chile va a ser o no un país desarrollado, sino cuáles son los desafíos y tareas para poder asumirlo.

*¿Y cuáles son esos desafíos y tareas?*

El ser más audaces y aprender a trabajar en equipos de alto desempeño. Si podemos superar eso estamos al otro lado, todo lo demás es relevante pero secundario respecto a estos dos aspectos prioritarios. Los chilenos, con un poco más de audacia, nos vamos a atrever a que aquellas innovaciones marginales que hacemos sean más profundas y de mayor alcance y también a intentar innovaciones radicales.

*¿Pero no se dice que la capacidad creativa es lo que más cuenta a la hora de innovar? qué hay de cierto en eso?*

Sí, pero la innovación no solo apela a la capacidad creativa de la gente, sino que apela también a muchos otros factores que son tan importantes como ella. Por ejemplo, como le decía, a la capacidad de trabajar en equipo de alto desempeño. Porque la innovación es un fenómeno social que ocurre en redes humanas, es más que un acto individual. Por muy inteligente o talentosa que sea una persona, es muy difícil que sola pueda hacer un gran cambio. Los «llaneros solitarios» ya no aseguran un cambio efectivo.

*¿Y cuál sería alguno de esos otros factores relevantes pero secundarios según usted?*

La tolerancia al fracaso. Ese es otro factor muy importante. Porque cuando se innova raramente se obtienen triunfos a la primera. Lo más probable es que en un primer intento haya fracasos, y esos fracasos deben vivirse como una experiencia de aprendizaje porque son claves para entender dónde está el fallo y cuál es el cambio que hay que hacer. Yo digo que la tolerancia al fracaso, la capacidad de trabajar en equipo y la audacia son los ingredientes claves para saber crear valor relevante en la sociedad que emerge en Chile.

### **Innovar o morir**

*¿Qué pasa si una empresa no innova?*

Esa es una muy buena pregunta. Lo que pasa con el que no innova es que con el tiempo pierde su inserción en los mercados, esto es, pierde la capacidad de vender sus productos y servicios. Los clientes siempre van levantando sus exigencias sobre los productos y servicios que requerimos. Basta con que otra empresa, en alguna parte del mundo, ofrezca un producto de mejor calidad, para que los demás proveedores queden desafiados de perder competitividad en sus mercados. Si no nos modernizamos y ponemos a la altura de las circunstancias, ese otro

vendrá a copar el espacio. Ese es un fenómeno, por decirlo «darwiniano», o nos adaptamos para sobrevivir o morimos. Por eso, aunque alguien crea hacer bien su trabajo, tarde o temprano, si no innova, perderá.

*Innovar o morir es la consigna entonces.*

Sí, exactamente.

*Y ahora dígame, qué piensa de aquellos sectores antiglobalización que plantean que la innovación es la creatividad al servicio de la sociedad de consumo, que la idea es inventar cada vez más y más productos para que la gente consuma y las empresas ganen, lo que a las finales resulta antiecológico y depredatorio de los recursos.*

IGT © 2007

Eso es una tautología porque la innovación está concebida para que ocurra el consumo. Pero esa es la gracia de la innovación, que es un acto que el otro determina. Todo acto innovador se transforma en más consumo porque las innovaciones se hacen pensando en las necesidades latentes de los seres humanos. Desde esa perspectiva, es verdad tal afirmación en el sentido que las innovaciones producen consumo y ganancias; pero, también otros productos caen en desuso y pueden generar pérdidas. Hay que pensar primero en quiénes son los clientes y los usuarios, a quiénes les facilitará la vida lo que haga quienes innovan. Ahora bien, el consumo no es solo de cosas físicas, sino también de cosas intangibles, de todo lo que el ser humano crea, sean ideas, obras de arte, formas de vida. En ese sentido ni la innovación ni el consumo tienen por qué ser actos depredatorios del medio ambiente. Le pongo como ejemplo el caso Starbucks, cuyas innovaciones no son sólo en torno al producto café, sino tienen que ver con experiencias de vida; estar tranquilo como en casa, conversar, estar en una atmósfera diferente, un espacio nuevo. Ahí hay un acto innovador donde el eje es el café, pero con una serie de valores agregados de carácter inmaterial. El acto innovador apela a cualquier manera diferente de hacer las cosas, que sea percibida con más valor por alguien que esté dispuesto a adoptarlo. Ahora bien, los planteamientos anti globalizaciones son también innovadores, aunque parezca paradójal. Esto es frecuente en los procesos innovadores, en los cuales se producen tensiones entre diferentes actores con sus propuestas.

*Vamos ahora a la labor del consultor en innovación, qué significa eso, en qué consiste ese trabajo concretamente.*

El consultor es como el médico cuyo paciente es una empresa o institución. Sobre él pesa la responsabilidad, por ejemplo, de diagnosticar cuáles son los factores que inhiben la innovación, para luego dar las indicaciones de cómo resolver el problema o la «enfermedad». Y para ello no valen los lugares comunes, todo debe ser preciso. Un médico no puede hablar en la consulta sobre medicina en general; debe ser capaz de referirse al problema específico por el que se le está consultando. La clave para ello, en el caso de la innovación, es la capacidad de comprensión y análisis de los contextos y circunstancias singulares que rodean a determinada industria o empresa u organización. Intelectualmente se puede discutir mucho, como lo hemos hecho aquí, pero llegada la labor de consultoría, estamos hablando de otra cosa muy diferente, donde la precisión y la creación de espacios de certidumbre frente al cambio son los valores fundamentales.

*Pero me imagino que una empresa decide contratar a un consultor cuando ya tiene tomada la decisión de innovar, no creo que parta de cero, más bien se me ocurre lo que quiere es contrastar su idea con un interlocutor válido.*

Sí, muchas veces ocurre así como usted dice, pero también el consultor hace que sus clientes miren el mundo de manera más amplia, porque la innovación apela también a esa capacidad de poder mirar en 360 grados, arriba y abajo, delante y atrás, porque las oportunidades no necesariamente están al lado de uno. Por ponerle un ejemplo: un especialista puede hacerle ver a una empresa que está ubicada en la octava región, que puede tener su nicho de oportunidad en Antofagasta o en Santa Cruz de la Sierra o en Nueva York. Y hay métodos para lograr eso.

*O sea el consultor en innovación le hace ver a su cliente las*

*oportunidades que tiene en relación a sus circunstancias. ¿No es eso ser un consultor en nuevos negocios propiamente?*

La innovación abre nuevos negocios, ya sea llevando nuevos productos y servicios a los mercados existentes o abriendo nuevos mercados. Puede hacerse también consultoría e innovación a un gobierno de un país, por ejemplo, cosa que ya me ha tocado hacer varias veces, o a organizaciones. No sólo se trata de nuevos negocios. La innovación tiene muchos ámbitos. En realidad la innovación es una conducta inherente al ser humano, que se relaciona con todos los espacios de creación en que hay disposición de terceros a usar los resultados. Lo que sucede es que a medida que las sociedades avanzan, van teniendo cada vez necesidades más complejas, requerimientos más exigentes, en particular de calidad. El innovador es el que nos hace ir avanzando, creciendo, dando pasos más allá de la frontera existente. Pero es un avance con eventuales retrocesos, es cosa de ver la historia de la humanidad. Por eso yo prefiero hablar de «el ascenso humano», antes que de progreso o evolución, porque esos son respectivamente términos más lineales o biológicos. No hay todavía una palabra suficientemente rigurosa para explicar lo que está sucediendo con la humanidad actualmente, en que vamos hacia algo mejor, pero a borbotones, con errores en el camino. Respecto a Chile en particular, para responderle derechamente su primera central, mi tesis es que estamos en una etapa de apresto respecto a la dinámica mundial que se está dando en el ámbito de la innovación.

NOTICIAS

OPINIÓN

CASO CONCRETO

ENTREVISTA

## EL PREMIO AVONNI A LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y CUATRO NOMINACIONES CONSIGUIERON CLIENTES DE IGT

Entre las seis empresas nominadas a los Premios Avonni a la Innovación 2007, hubo cuatro clientes de IGT: Hunter Douglas; Cintac; CAM y Chilectra. El ganador fue: Chilectra.

El jueves 4 de octubre ante 400 empresarios y ejecutivos, Chilectra, con su producto Full Electric, obtuvo el Premio Avonni 2007, distinción que tiene por objeto destacar a las empresas más innovadoras de Chile. Este galardón es entregado conjuntamente por el Foro Pro Innovación, la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) y el Ministerio de Economía de Chile.

Para el Gerente General de Chilectra, Rafael López Rueda, "recibir este premio significa que nuestro trabajo que iniciamos hace varios años comienza a dar sus frutos, ya que para Chilectra la innovación no es una moda, sino que es un instrumento que ha permitido cambiar la cultura al interior de nuestra compañía".

Al obtener este premio, el producto Full Electric de Chilectra será incorporado como un caso de estudio para los alumnos de la Pontificia Universidad Católica de Chile y la Universidad Adolfo Ibañez. (Emol.com, 9 de octubre de 2007).

Chilectra contrató a IGT en Septiembre de 2004 para catalizar su efectividad innovadora.

Con el propósito de diseñar y poner en marcha la estrategia y sistemas corporativos de innovación en Chilectra, Rafael López Rueda, Gerente General de la compañía, contrató a IGT en Septiembre de 2004.

IGT aplicó en Chilectra su método desarrollado desde principios de los 90 para que la innovación se vuelva una realidad permanente en una empresa, independientemente de su tamaño o industria. El método consiste en "aprender a innovar innovando" y "lograr que la innovación se vuelva un quehacer sistemático y con resultados verificados en tasas de crecimiento y rentabilidad de doble dígito".

Para aprender a innovar innovando es preciso focalizar la innovación en una determinada plataforma de oportunidades a ser seleccionada en conjunto con los ejecutivos de la empresa. En el caso de Chilectra la opción fue focalizar la innovación en el segmento clientes residenciales. Después de seis meses de observación de necesidades latentes en el mercado residencial en Santiago emergió el concepto: "Full Electric", el cual a través del uso exclusivo de la electricidad, permite cubrir todas las necesidades energéticas de un hogar, como calefacción, cocina, agua caliente y climatización, en base a electricidad que es una energía limpia y no contaminante.

En diciembre de 2004, sólo el 0,2% de los apartamentos nuevos de Santiago eran Full Electric. A la fecha existen más de 5.400 departamentos, agrupados en más de 40 edificios operados con la solución Full Electric, los que se han concentrado mayoritariamente en Santiago Centro. Al finalizar 2007, este tipo de inmueble superará el 25% del mercado de nuevos proyectos inmobiliarios, es decir, uno de cada cuatro nuevos departamentos. Este mercado creció 100 veces en dos años, gracias a esta innovación.

Una vez encaminada la innovación en Full Electric, IGT colaboró con Chilectra en diseñar sus sistemas corporativos de innovación, entre los cuales destacan un Fondo de Capital de Riesgo Corporativo, CreaChilectra, que dispone de un millón de dólares para financiar proyectos de innovación propuestos por ejecutivos, trabajadores y proveedores de Chilectra. A la fecha, Chilectra ha financiado más de 30 proyectos de diversas características con un valor actual neto de varios



millones de dólares.

Posteriormente Chilectra contrató a IGT para diseñar los primeros proyectos de innovación y armar los sistemas de innovación de sus filiales en Brasil, Colombia y Perú.

NOTICIAS

OPINIÓN

CASO CONCRETO

ENTREVISTA

## V CONGRESO ICARE DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

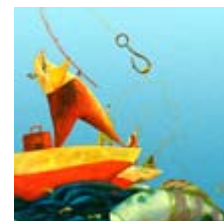
ICARE de Innovación & Emprendimiento 2007 fue todo un éxito, contó con una audiencia de más de 800 empresarios, ejecutivos y emprendedores de las más importantes empresas del país.

La innovación y el emprendimiento son una combinación perfecta de pasión y resultados sorprendentes que sin duda permitieron que este evento ICARE 2007 rompiera con los esquemas tradicionales.

Con presentaciones de destacados emprendedores como Vasco Moulian, Daniel Dacarret y JJ Harting, ejecutivos de importantes empresas como Chilectra, LAN; BHP Billiton, Colo Colo y Viña Concha y Toro, entre otras, y personalidades del mundo artístico como Raúl Menjibar y Marco Antonio de la Parra, que compartieron con los asistentes destacadas prácticas de innovación y emprendimiento.

IGT en conjunto con el Círculo de Innovación & Emprendimiento de ICARE estuvieron a cargo de la organización y diseño de la experiencia y el desarrollo de conceptos que permitieron disfrutar de este evento único en América Latina.

En [IGT](#) es posible descargar algunos de los videos que se presentaron durante el evento.



NOTICIAS

OPINIÓN

CASO CONCRETO

ENTREVISTA

## «PERSONAS QUE PODRÍAN CAMBIAR EL MUNDO»

Interesante artículo de Revista Forbes.

Son científicos y pensadores que están llevando a cabo proyectos que podrían transformar radicalmente áreas como la medicina, contaminación y pobreza, o cambiar nuestro entendimiento del cerebro y del cosmos. Generación de energía por fotosíntesis, teletransportación cuántica, alteración de la memoria y reprogramación de organismos vivos son algunos de los proyectos revolucionarios que presenta la prestigiosa revista Forbes en un interesante artículo.

[Ver artículo completo](#)



NOTICIAS

OPINIÓN

CASO CONCRETO

ENTREVISTA

## PRIMER ENCUENTRO DE CONSORCIOS TECNOLÓGICOS

Pretende ser un espacio para debatir, compartir experiencias y reflexionar.

Todo un éxito resultó el Primer Encuentro de Consorcios Tecnológicos, realizado los días 23 y 24 de mayo en el hotel San Martín de Viña del Mar, y organizado en conjunto por Innova Chile de CORFO, Programa Bicentenario, FIA y la asesoría metodológica y de contenidos de IGT.

En la ocasión, se congregaron más de 100 personas provenientes de 18 consorcios tecnológicos, entre ejecutivos, empresarios, investigadores y personeros de las agencias gubernamentales. Se trabajó en talleres y se realizaron exposiciones de 7 expertos provenientes de países referentes en la asociación Universidad-Empresa, como Estados Unidos, Alemania, España, Holanda y Australia.

El objetivo del encuentro fue difundir buenas prácticas para enfrentar los desafíos presentes en la gestión de consorcios tecnológicos, las que actualmente se están desarrollando en Chile.

IGT diseñó la experiencia del Congreso utilizando su know how en innovación y buscando entregar el protagonismo a los participantes. Además, el gerente general de IGT, Iván Vera, ofició como conferencista y moderador en la actividad.

[Ver artículo completo](#)

