

UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

INNOVACION COMO FUENTE DE VENTAJAS COMPETITIVAS
PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

AUTOR
ROLANDO FABIAN VÁSQUEZ ÓRDENES

INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAISO PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

PROFESOR GUÍA
ADRIANA LATORRE

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo se lo dedico principalmente a Dios y a mis padres que son un pilar fundamental en mi vida, y por todo el apoyo que me han entregado en cada paso que doy.

También a las personas que llegaron a mi vida y que son mi cable a tierra y la razón de irme superando día a día, para poder ser mejor persona para ellos, como lo son mi esposa e hijo, que desde que aparecieron en mi camino, todo ha sido diferente y a todos aquellos que me entregaron su apoyo en los momentos difíciles.

A los profesores, que con gran paciencia y tolerancia me mostraron sus conocimientos, para yo poder aplicarlos en esta nueva etapa de mi vida....A todos ellos muchas ¡Gracias!

ÍNDICE

Introducción.....	5
Capítulo I: Antecedentes Generales de la Práctica	
1.1 Antecedentes de la Empresa.....	6
1.1.1 Misión.....	7
1.1.2 Visión.....	7
1.1.3 Estructura Organizacional.....	8
1.1.4 Organigrama.....	10
1.1.5 Productos y Servicios.....	11
1.2 Funciones realizadas.....	13
1.3 Razones del tema.....	15
Capítulo II: La innovación como fuente de ventaja competitiva para pequeñas y medianas empresas.	
2.1 Objetivos generales y específicos.....	16
2.2 Marco teórico.....	17
2.2.1 Ventaja Competitiva.....	17
2.2.2 Innovación.....	19
2.2.3 Investigación + desarrollo en la innovación.....	21
2.2.4 Tipos de innovación.....	21
2.2.5 Ventajas de innovar.....	22
2.3 La innovación en Chile.....	24
2.3.1 Apoyo gubernamental.....	24
2.3.2 CORFO.....	25

2.3.3 Consejo de la innovación y la estrategia.....	28
2.3.4 Fondo de la innovación para la competitividad (FIC).....	29
2.3.5 FOSIS.....	33
2.3.6 InnovaChile.....	36
2.3.7 Conicyt.....	37
2.3.8 Division.cl.....	41
2.3.9 Fundación para la innovación agraria (FIA).....	42
2.3.10 ChileCalidad.....	42
2.3.11 Eleva Global.....	43
2.3.12 Tratado de cooperación en materias de patentes.....	44
2.3.13 Incentivos a la innovación.....	45
2.3.14 Ejemplos de innovación y emprendimiento.....	60
2.4 Descripción de los Resultados.....	65
Capítulo III: Conclusión.....	67
Bibliografía.....	69
Anexos.....	71

INTRODUCCIÓN

En el contexto, en el cual se vive día a día se hace necesario el estímulo al cambio y la innovación permanente, a una velocidad que le siga la dinámica del mercado cambiante. El reto del empresario, es reconocer que en el mercado actual, el cambio es inevitable y por consiguiente, la innovación ha de ser permanente. En este sentido, se requiere más flexibilidad e innovación en el manejo de la organización y cambio en los requisitos para el liderazgo organizacional. De manera que para sobrevivir y avanzar, las PYMES actualmente se encuentran obligadas a responder, a veces rápidamente, con la innovación o lo que es mejor, una cultura de transformación. No hay duda que la innovación y la transformación, tan características de la actualidad, requieren más que de una comprensión racional. Y, para lograr la innovación, hay que juntar las fuentes de la creatividad y recursos, tanto conscientes como inconscientes.

La innovación es el instrumento específico del empresariado innovador. Para ellos la innovación consiste en la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad para producir riqueza, la innovación crea o modifica un recurso; cualquier cambio en el potencial productor de riqueza ya existente, es también innovación. Se asume para esta investigación a la innovación como la manera de convertir las ideas y el conocimiento en productos, en gestión, procesos o servicios nuevos mejorando los existentes, que el mercado reconozca y valore. La innovación implica un deseo, entonces, hacia la transformación. El deseo y los pasos hacia la transformación que ésta encadena son expresiones del pequeño y mediano empresario, como también de su

personal. En todo caso, la capacidad de innovar en todos los escenarios, asegura la supervivencia de las empresas y en este caso particular de las PYMES.

Por consiguiente, en el capítulo 2 se desarrolla el marco teórico, en lo que respecta a los conceptos de innovación y ventaja competitiva, basado principalmente en la teoría de Michael Porter, gran exponente de esta teoría.

Además, este informe tiene por objeto simplificar un conjunto de ideas acerca del funcionamiento de los sistemas locales que apoyan a la innovación y de las acciones que emprenden para potenciarlos.

Luego en el capítulo 3, concluiremos analizando las experiencias tratadas, a fin de explicar las razones de éxitos y fracasos, para replicar lo obrado en futuras situaciones.

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

1.1 Antecedentes de la empresa

La práctica realizada por el alumno fue hecha en la empresa MGI Asesoría y Multiservicio Grafico Integral, una empresa dedicada al rubro de la gráfica digital y asesorías, en el periodo de 1° Febrero hasta el 1° de Abril del 2008.

Esta empresa es propiedad de Don Juan Damiano, quien es la sucesión de una empresa anterior llamada Digiscan S.A., creada en el año 2002, la cual se creó entre una alianza de Diazocad, perteneciente a Don Juan y la consultora en comunicaciones de Santiago Dialogo S.A. Buscando entregar una mayor variedad de servicios a sus clientes.

Luego en el 2008, es el momento en que se realiza el cambio de nombre a MGI, con una imagen más innovadora y volviendo a sus orígenes que era la V región, ubicando una oficina en Valparaíso, en el sector centro de la ciudad, en la dirección Pedro Montt #2034 oficina 207.

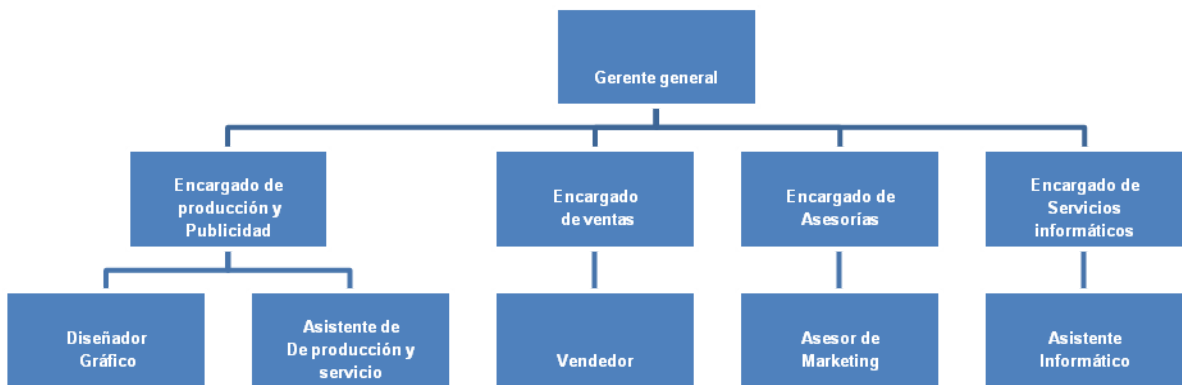
1.1.1 Misión

Satisfacer plenamente las diversas necesidades de nuestros clientes a través de un excelente servicio personalizado, entregando soluciones gráficas digitales; asesorías en publicidad, marketing y redes informáticas a un precio competitivo y conveniente.

1.1.2 Visión

MGI pretende ser líder en la quinta región y la capital del país, posicionándose en la mente de los consumidores como una empresa orientada al cliente, creativa e innovadora, abarcando completamente el área de gráfica digital, publicidad, redes informáticas y asesorías.

1.1.3 Estructura Organizacional



Fuente: Don Juan Damiano, empresa MGI

A continuación se realizara una breve descripción de cada cargo, presentado anteriormente en el organigrama, con sus respectivas funciones que debe desempeñar en cada una de ellas.

1) Gerente General

El gerente general debe ser capaz de guiar la empresa hacia el cumplimiento de los objetivos organizacionales, así como también generar una visión compartida entre el personal de la compañía, además tiene que renovar constantemente las estrategias de Marketing, recursos Humanos y finanzas, teniendo en sus manos el control administrativo de la organización.

2) Encargado de producción y publicidad

Persona que tiene bajo su mando la totalidad de los proyectos de grafica digital y publicidad, siendo responsable de la correcta ejecución de estos.

3) Diseñador Gráfico

Ejecutor directo de proyectos de gráfica digital y publicidad.

4) Asistente de producción y servicios

Persona capaz de apoyar los proyectos de gráfica digital y publicidad operacionalmente, además tiene que encargarse de la parte administrativa; como retirar facturas, trabajos varios y envíos.

5) Encargado de ventas

Persona capaz de dirigir y supervisar el equipo de ventas, siendo el captador de los principales clientes, además debe encargarse de llevar un registro computarizado de las ventas y los porcentajes de utilidad correspondiente para cada vendedor.

6) Vendedor

Persona de vital importancia en la empresa, encargada de generar un flujo positivo de ventas, captando variados clientes y conservándolos leales a la empresa.

7) Encargado de asesorías.

Persona capaz de realizar consultorías en marketing a diversos tipos de empresas, sirviendo de puente entre las organizaciones y sus objetivos estratégicos, además debe poseer conocimientos de administración de negocios internacionales, para elaborar estudios de mercado y estrategias de marketing internacional a las PYMES de la quinta región.

8) Asesor de marketing

Debe ser el principal apoyo del para el encargado de asesorías, en las consultorías y estudios de mercado correspondientes.

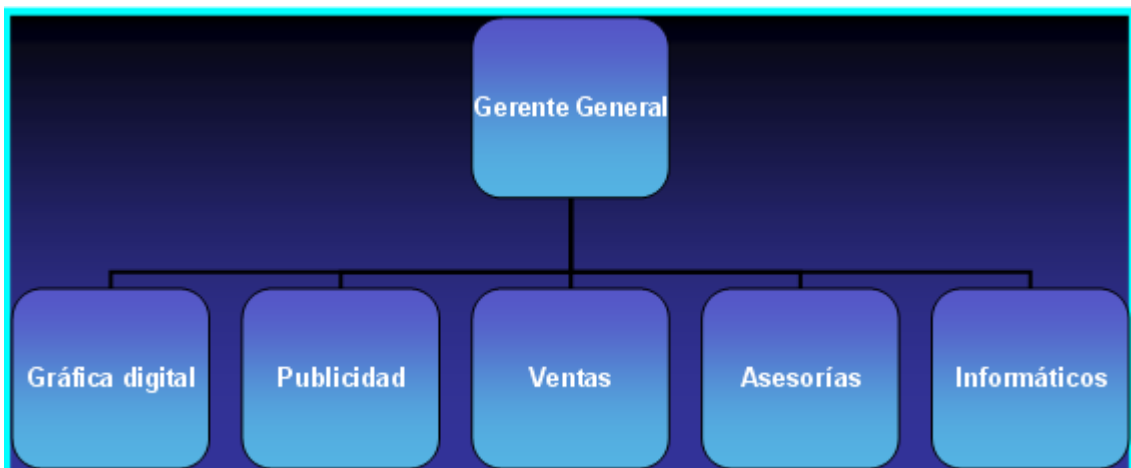
9) Encargado de servicios informáticos.

Persona con excelente manejo de software y hardware con la capacidad de solucionar diversos problemas computacionales, además tiene que ser diestro en el diseño de páginas Web siendo un apoyo en el área de publicidad.

10) Asistente informático

Apoyo directo para el encargado de servicios informáticos con sólidos conocimiento en software, hardware y páginas Web.

1.1.4 Organigrama



Fuente: Don Juan Damiano, empresa MGI

Funciones por Área de Trabajo

A. Gerencia general: Área del cual depende el correcto funcionamiento estratégico de la organización, el cumplimiento de los objetivos organizacionales, generar una visión compartida, desarrollo de planes de acción, así como también la motivación, capacitación, evaluación del desempeño y eficiencia del equipo de trabajo.

Es responsabilidad de la gerencia el plan de Finanzas, Marketing y Recursos humanos.

B. Gráfica digital: Son los encargados de todo lo relacionado a la copia y restauración de imágenes.

C. Publicidad: En esta área se desarrollan las funciones de imagen corporativa, tanto verbal como visual.

D. Ventas: Área encargada de generar un flujo de venta mensual, captando clientes para los diversos servicios ofrecidos por MGI.

E. Asesorías: En este ámbito se realizan las siguientes consultorías, que son:

a) Marketing estratégico.

- b) Marketing operativo y directo.
- c) Publicidad y diseño de imagen.
- d) Estudios de mercados nacionales e internacionales.

F. Informática: Este departamento esta encargado de desarrollar la instalación e implementación de redes informáticas, entregando una mejora a sus clientes.

1.1.5 Productos y servicios

1. Área impresos: Ploteos gráficos de planos lineales y vectoriales con incorporación de imágenes monocromos y color en papeles Bond, Vellum y poliéster formato máx. AO.
2. Área gráfica digital: Ploteos de plano con imágenes insertadas de color.
3. Área Publicidad: Impresos en gigantografías en papeles especiales tales como autoadhesivos, back-lite, telas, banners, glossy, fotográfico, papeles Mate Poliéster. opalinas, papeles tratados, con relieves, colores para póster, presentaciones, eventos, congresos, panorámicas, imagen corporativa, pendones, lienzos, monumentales, proyectos publicitarios, señalética, tarjetas de visita, etc.
4. Servicios Digitales: Scanner de planos, digitalizaciones, conversiones de imágenes, scanner de diapositivas, pasterizado de planos, tratamiento de imágenes, creación de planotecas digitales.
5. Gráfica: Imágenes y textos, copiado de planos industrial, fotocopiado de planos.

6. Terminaciones: Termo encuadernados con lomos impresos para libros, textos, tesis universidades, encuadernado con espirales y bandas Binder colores para presentaciones.
7. Servicio on Line: Manejo de imágenes visuales, todos los formatos, recepción y envío de información Vía Internet.
8. Servicio al Cliente: Personalizado, interacción, apoyo técnico, asesoría y desarrollo de proyectos.

Funciones Realizadas

El alumno luego de ser aceptado en MGI, para realizar su práctica, periodo de marzo hasta abril del 2008, se pone al mando de don Juan Damiano, quien lo ubica en el área de venta.

En esta área, lo principal que tuvo que realizar el alumno fue de captar nuevos clientes, ya que como se menciona anteriormente, la empresa estaba pasando por un periodo de estructuración y de cambio de nombre, por lo cual lo primordial era tanto la captación de nuevos clientes, como también el poder darse a conocer.

Por esta razón y después de conocer los servicios otorgados por la empresa y de ir tomando conocimientos de los recursos y maquinas que utilizan para entregar estos, es que se comenzó a plantear la posibilidad de que se dividiera a los consumidores por sectores, dependiendo del servicios con el cual se pretende llegar, como también dividir a los clientes de acuerdo a sus necesidades e inquietudes similares.

En este caso algunas de las divisiones que se detectaron en ese momento fueron de privados y públicos, además por sectores, ya sea los arquitectos, estudiantes, publicistas, consultores, etc.

Luego de haber analizado las divisiones y los posibles clientes, al alumno se le designo el área publica, sin mayores detalles y permitiéndole toda la movilidad posible para ofrecer los diferentes servicios y asesorías.

Por esta razón lo primero que se hizo fue analizar las necesidades comunes que se podrían encontrar en el área publica y se enfoco finalmente en llegar a los municipios de la V región, debido a que era el paso más próximo y lo más asequible para comenzar, luego se observó en que área o sección se comenzaría las conversaciones, y se llego a la conclusión que seria a los departamento de obras públicas de cada municipio entregando los servicios de ploteos y pasterizado de planos, tratamiento de imágenes, creación de planotecas digitales , copiado de planos industrial y fotocopiado de estos.

Todo esto con la finalidad de lograr un acuerdo y buscar una posibilidad para poder trabajar en conjunto en un futuro próximo.

Para poder lograr el objetivo planteado es que de acuerdo a un mapa se realizó una división de acuerdo a su ubicación y conocimiento de estas.

Luego de ver los posibles clientes es que se comenzó a realizar las visitas, dirigiéndose a departamento de obras públicas de las municipalidades, que en este caso fueron la Ilustre Municipalidad de Quintero, la comuna de Hijuelas, La Calera, Nogales y Quillota.

El cual, se habló con los respectivos jefes de los departamentos, como también con los funcionarios que eran los que siempre tenían que trabajar con estos documentos, explicando los servicios que se pretendían realizar, y las ventajas que esto presentaba, además analizando más productos que se podían utilizar, todo basándonos en las inquietudes que ellos mostraban.

Pero esto de las entrevistas con los jefes, no fue fácil, debido a que el alumno tuvo que realizar varios viajes, desde la oficina hasta las respectivas municipales, debido a que la mayor traba es la tramitación que presentaban en algunas oficinas, teniendo que pedir en algunas oportunidades entrevista para ser atendido, sin embargo otra barrera de entrada para este mercado, es que para poder realizar negociaciones con oficinas estatales, en este caso las municipalidades, es que se debe ser parte de Chile compra, para poder adjudicarse un proyecto o prestar un servicio, este fue uno de los temas en el cual, se vio obstaculizado, debido al poco conocimiento que se poseía respecto a este tema. Sin embargo, a pesar de ser una traba si se logró dar a conocer estos nuevos servicios, el cual ellos mismos emitían su opinión y aprobación de que estos servicios eran nuevos para ellos y de gran utilidad, debido a todos los beneficios y ayuda que se podían obtener de estos.

1.2 Razones que impulsan el tema

La razón del título de esta tesis, tiene relación con la innovación, debido a que, a pesar de ser una empresa el cual no poseía grandes recursos, como también grandes infraestructura, supo captar un nuevo nicho de mercado, que las grandes empresas no han sabido satisfacer. Debido a esto y lo percibido en la práctica, en especial a través de los consumidores, es que se desarrollara el tema de la innovación como una fuente de

ventajas competitivas, ya que hay un gran aumento de pequeñas y medianas empresas que han ido naciendo y desarrollándose, porque han sabido captar lo que el cliente requiere o necesita, para satisfacer sus necesidades, motivo por el cual las firmas de mayor envergadura no han sabido explotar, dándole un lugar a que personas como don Juan Damiano, vean esto y lo transformen en una oportunidad de nuevos negocios, siendo su factor principal la innovación.

Un tema importante a la hora de querer desarrollar nuevas oportunidades y realizar nuevos negocios, el cual es un argumento para desarrollar este interesante tópico y ver algunos casos que se han logrado mantenerse de forma exitosa en el tiempo, en las siguientes páginas.

CAPÍTULO II: LA INNOVACIÓN COMO FUENTE DE VENTAJA COMPETITIVA PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

2.1 Objetivos generales y específicos:

El objetivo general de este trabajo, es analizar la importancia que tiene el innovar, ya sea a través de nuevos productos, servicios o procesos diferentes.

Los objetivos específicos, a presentar en esta investigación, tiene relación con los logros y los resultados obtenidos por gente, con una gran capacidad emprendedora que con su innovación, han abiertos nuevos mercados y han podido mantenerse en el tiempo. Los demás objetivos son los siguientes:

1. Describir el apoyo gubernamental, hacia las nuevas ideas presentadas por las pequeñas y medianas empresas.
2. Describir experiencias en la creación y desarrollo de nuevos productos o servicios, como también el comportamiento de nuevos mercados.
3. Analizar las experiencias tratadas, a fin de explicar las razones de éxitos y fracasos, para replicar lo obrado en futuras situaciones.

2.2 Marco teórico:

2.2.1 Ventaja Competitiva

Para Porter, Profesor de la Harvard Business School y gran exponente de esta teoría; la ventaja competitiva es, la acción ofensiva y defensiva de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria, acciones que eran la respuesta a las cinco fuerzas competitivas que el profesor indico como determinantes de la naturaleza y el grado de competencia que rodeaba una empresa, y que buscaba obtener un importante rendimiento sobre la inversión.

Además del planteamiento de esta teoría además, posee tres estrategias, de las cuales dependiendo de la búsqueda o la diferencia que pretende mostrar a su público, se tiene:

1. Liderazgo en costo totales bajos: El tema principal de esta teoría, es el obtener costos más bajos que la competencia, y obtener un volumen alto en ventas. La forma de obtener estos resultado se debe a diversas maneras, las cuales las más utilizadas por los empresarios, es en base a la experiencia; tema que esta muy ligado a la curva de experiencia, también se puede lograr por obtener economías de escalas, un rígido control de costos muy en especial los costos variables.

Igualmente, se buscaba la reducción de costos, a través de investigaciones y desarrollos, en todas las áreas de cada institución, como es el área de ventas, publicidad, personal, proceso, etcétera.

Algunas de las características que presenta este enfoque son:

- a) Costos más bajos que los competidores.
 - b) Reducción de costos sin sacrificar calidad aceptable.
 - c) Transformar las características del producto para su bajo costo.
 - d) El poseer precios económicos es un gran valor.
2. La diferenciación: Esta estrategia, tiene relación en la aplicación de crearle al producto o servicio, algo que pudiera ser percibido por los clientes, como algo único.

El desear, esta imagen, debe aplicar toda su experiencia en involucrarse y desarrollar investigaciones, que le permita poder lograr nuevas formas, ya sea de presentación, diseño del producto, materiales de alta calidad u otorgar un servicio al cliente más eficiente que el resto de los competidores.

Las características que presenta el aplicar esta estrategia son:

- a. Capacidad de ofrecer algo distinto de los competidores.
 - b. Mayor diversidad en sus productos.
 - c. Inventar formas de crear valor para los consumidores.
 - d. Usar características para crear una reputación e imagen de la marca.
3. El enfoque: Consiste en la concentración de un grupo específico de clientes, basado en un segmento por el uso del producto, como también por segmentación geográfica. Se basa, en que la empresa se encuentra en mejores condiciones, para atender un número más reducido de clientes de mejor manera y mayor eficiencia, a diferencia de los competidores de amplia cobertura. Este enfoque se lograba en atender mejor las necesidades de sus clientes metas, también a través de su reducción de costos, o de ambas cosas.

A continuación se mencionaran algunas características del enfoque:

- a. Nicho de mercado limitado.
- b. Costo bajo al atender el nicho.
- c. Adapta las necesidades especializadas del segmento objetivo.
- d. Dedicarse totalmente a la satisfacción del público objetivo.

2.2.2 Innovación

Según la real academia española, innovación es la acción de crear o modificar un producto, y su introducción en un mercado.

Sin embargo, la innovación se puede considerar mucho más completo que crear o modificar un producto, ya que la innovación se puede aplicar en nuevas ideas, conceptos, servicios y prácticas, todo con el fin de incrementar la productividad y poder lograr nuevos mercados.

No obstante, uno de los puntos más críticos para la innovación, es el poder aplicar y desarrollar de buena manera el nuevo proceso y los cambios que se tienen que tomar en cuenta, para lograr los objetivos que se han establecido con anterioridad, es decir deben presentar una condición, para cumplir con lo establecido.

A continuación, algunos de los aspectos o condiciones que se debe presentar, para desarrollar ideas innovadoras, y lograr que la empresa logre ser competitiva y tenga éxito a futuro:

- a) Información y comunicación: Toda empresa o institución, para obtener resultados satisfactorios en todo ámbito, debe presentar una red comunicacional clara, con el fin de plantear las ideas claras al interior del conjunto humano que aprueba y promueve la innovación, para llegar a lograr este nuevo objetivo.
 - b) Desarrollo de la estrategia: El poseer conocimientos de los clientes y potenciales compradores, como también de identificar los diferentes productos-mercados, permite que las diversas empresas tengan o realicen innovaciones, ya sea en sus productos o servicios. Este conocimiento sirve para desarrollar una buena estrategia, en el cual el planteamiento de las nuevas ideas sea el adecuado y logre concretar las oportunidades económicas que el mercado le ofrece.
4. Organización: Este punto es uno de los más importantes, ya que una buena planificación, hará que se pueda llevar a cabo de una mejor manera todo el proceso de

estructuración y puesta en marcha de las nuevas ideas, acorde a los beneficios y metas a cumplir.

5. Liderazgo: Un buen liderazgo es esencial para poder ejecutar lo planificado, y lograr el éxito esperado para la organización.
6. Conocimiento de mercado: El poseer un buen conocimiento de mercado, es primordial, para los objetivos que se pretenden obtener, debido que al conocer el mercado, este mismo mostrara el camino a seguir y la manera de llegar al público objetivo, como también dictara si es factible el desarrollo o no de una nueva propuesta. Y no exponerse a una perdida de tiempo, trabajo y recursos que podrían haber sido utilizado de una mejor manera.
7. Orientación al cliente: La orientación al cliente viene muy unido al punto anterior, debido que al poseer conocimiento del mercado, ya sean sus gustos, preferencias, similitudes, etc. Se puede enfocar de mejor manera la preferencia del cliente. Logrando tener un paso adelante respecto de la competencia.

2.2.3 Investigación + desarrollo en la innovación.

Al pasar el tiempo, tanto el hombre como la sociedad ha evolucionado y con esto ha cambiado el comercio y aumentado las oportunidades en el desarrollo de este.

Uno de los principales factores de cambio se ha debido a las nuevas tecnologías que han surgido al pasar de los años, siendo una de las principales fuentes de cambio en los productos y servicios, como también en lo que respecta a los procesos productivos, generando con esto que los productos cada vez sean de una mayor diversidad, y así entregar productos de mejor calidad.

En Chile, este no es un tema menor y cada día toma más realce, debido a esto, es que el subsecretario de Economía, Tomas Flores, realizó un llamado a las PYME, en el día mundial de la Propiedad Intelectual, señalando a que se atrevan a utilizar más el I+D, señalando que este debería ser el centro de la competitividad.

Otro de los expertos que se refirió al tema en el día mundial de propiedad intelectual, fue el asesor legal de ACTI, Rodrigo Rojas, señalando que Chile aún avanza tímidamente en innovación, “porque todavía hay una baja inversión en I+D”.

A pesar de que, el gobierno entrego un millonario aporte del Estado en materia de innovación –US\$1600 millones anuales-, el último informe del World Economic Forum (WEF) posicionó a Chile en el lugar 49 de las economías más innovadoras del mundo, de un total de 133 países.

2.2.4 Tipos de innovación

La innovación, si bien no puede ser muy bien definida, en algunos casos se limita a tres tipos de innovación dependiendo de que tipo se realice este cambio, y se tienen los siguientes:

- A. Innovación incremental: Tiene relación al crear un valor agregado a un producto, ya existente. Por ejemplo, el agregar nuevas tecnologías a los teléfonos celulares, aumentando más valor y mejoras a los nuevos aparatos.

- B. Innovación radical: Es el realizar un cambio completamente nuevo o crear un producto, proceso o servicio al mercado que antes no se conocía. Por ejemplo el proceso de mecanización en algunas áreas para poder producir más y de forma más eficiente.
- C. Innovación en Management: Esta innovación esta relacionada con el recurso humano de la empresa, en este caso con el administrador, quien realiza cambios en las formas organizacionales, en busca de lograr de manera más eficiente las metas establecidas.

2.2.5 Las ventajas de innovar.

La innovación, puede deberse a diversas formas o motivos, ya sea por planteamiento de la misma empresa como también del cliente, o bien por un tema de necesidad, ya que en el mercado no se encuentra el producto necesario para poder satisfacer de buena manera al cliente. Cualquiera sea el caso, la innovación trae consigo diversas ventajas dependiendo de la renovación que se realiza y en que ámbito se aplica.

A continuación se mencionaran algunas de las ventajas que se pueden obtener al realizar algunos cambios, ya sea en la metodología o directamente al producto.

- A) Ahorro de costos: La innovación, en gran parte trae consigo diversas ventajas y una de estas que es la una de las más importantes, es el ahorro de costos que se pueden incurrir al aplicar una buena innovación, debido a que como se señalo antes la innovación no solo afecta al producto, sino que también tiene relación con el proceso, y es en este aspecto que se pueden lograr un buen ahorro, que a la largo plazo puede llegar hacer muy significativo. Como por ejemplo son:
 - a. Disminución en los procesos de fabricación
 - b. Productividad por aumento de la mecanización

- c. Disminución de materias primas
- d. Disminución de mano de obra, entre otros.

B) Logística: Es uno de los temas más caros para toda empresa, y uno de los más importantes, es por eso que se hace mucho hincapié en esta materia y la manera de ir mejorando, ya sea los tiempos de entregas como buscando nuevas rutas y también mejorando el nivel del producto, haciéndolo más agradable para el público. Por esta razón la innovación es fundamental en este aspecto, para lograr diferenciarse de la competencia.

C) Cambio de material: El avance de la tecnología, ha logrado muchos cambios y en el comercio, uno de esos cambios es la mejora de materiales para la fabricación de nuevos envases, más económicos, más estéticos y más ligeros, entregando embalajes más atractivos para el consumo, logrando además de una disminución en costo, un aumento en las ventas.

2.3 Desarrollo de la investigación: La innovación en Chile

Chile, ha cambiado durante los últimos años, y económicamente hablando, ha sufrido varios cambios que lo han llevado a ser una de las economías más importantes de Sudamérica.

Todos estos cambios, también ha repercutido en diversos sectores de la economía, generando consigo nuevas industrias, que se han ido abriendo camino en el tiempo, logrando insertar nuevos productos y servicios. Sin embargo, muchas de estas empresas han surgido gracias al apoyo, gubernamental, a través de leyes y decretos, como también aportes económicos, por medio de sus diversos programas que van en ayuda a los empresarios y emprendedores que con ideas innovadoras, generan nuevas oportunidades.

No solo el gobierno les da apoyo, sino que también reconocimientos de acuerdo a cada área en el cual trabaja, pero primero se presentara las organizaciones creadas por el gobierno y los distintos apoyos que estas otorgan a los diversos sectores de la economía.

2.3.1 Apoyo Gubernamental

División de Innovación

Está encargada de coordinar a las distintas instituciones públicas vinculadas a la implementación de los planes y programas contenidos en la Política de Innovación, definida por el Comité de Ministros para la Innovación.

Además, la División se encarga de la ejecución del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC), velando por el fiel cumplimiento de sus objetivos y su funcionamiento. Asimismo, debe asistir técnicamente al ministro y al subsecretario de

Economía en los lineamientos, decisiones, planes y programas definidos por el Comité de Ministros para la Innovación.

2.3.2 CORFO (Corporación de Fomento de la Producción)

CORFO es un organismo ejecutor de las políticas del gobierno de Chile en el ámbito del emprendimiento y la innovación. Realiza su acción mediante herramientas e instrumentos compatibles con los lineamientos de una economía social de mercado, creando las condiciones para lograr construir una sociedad de oportunidades.

Su Historia

La Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), creada en 1939, es el organismo del Estado chileno encargado de impulsar la actividad productiva nacional.

Tal objetivo debió abordarlo en sus inicios ejecutando directamente las acciones que permitieran echar las bases de la industrialización del país.

A través de planes especiales de desarrollo, que consultaron una activa política de créditos, aportes de capital e intervenciones directas, CORFO dio un fuerte impulso a actividades como la minería, la electrificación del país, la agricultura -mediante la importación de equipos mecanizados, obras de regadío, desarrollo de nuevos cultivos, entre otras acciones-, comercio y transporte.

Bajo su alero fueron creadas las grandes empresas, indispensables para el desarrollo de Chile, como la Empresa Nacional de Electricidad (Endesa), la Empresa Nacional del Petróleo (Enap), la Compañía de Acero del Pacífico (Cap) y la Industria Azucarera Nacional (Iansa), entre muchas otras.

Además contemplo, la creación de empresas, como la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTEL), Televisión Nacional de Chile, como también dio apoyo

financiero a otras, y ayuda a la investigación y asistencia técnica a diversas industrias, a través de diversos organismos creados para tal efecto.

Las principales labores realizadas por CORFO, son:

1. Potenciar la investigación y el desarrollo tecnológico con impacto económico y de amplia repercusión en los diversos sectores productivos.
2. Promover la asociatividad empresarial, especialmente de las empresas medianas y pequeñas, de manera que colaboren para competir mejor.
3. Facilitar la modernización de la gestión de las empresas privadas para aumentar su competitividad en los diferentes mercados.
4. Promover el acceso al financiamiento y a nuevos instrumentos financieros de las empresas nuevas, exportadoras y de menor escala.
5. Contribuir al desarrollo equilibrado de las distintas regiones del país, estimulando la inversión privada, particularmente en aquellas zonas que han ido quedando rezagadas del proceso de crecimiento, mediante programas especialmente diseñados de acuerdo a las condiciones locales.

A la luz del fortalecimiento adquirido por el sector privado para llevar a cabo las inversiones que plantea el progreso del país, CORFO debió, entonces, redefinir su misión, reorientando su rol de fomento productivo hacia el desarrollo de las capacidades competitivas de las empresas chilenas, especialmente las de menor tamaño.

Su apoyo a la innovación

CORFO, entrega diversa ayuda a los empresarios, ya sea a través de servicios y diversos programas que implementa, con el fin de poder cumplir los objetivos señalados anteriormente, como también a través de diferentes subsidios que son:

- A. Apoyo para Proyectos de Innovación de Rápida Implementación: Subsidio que apoya proyectos que estimulen y mejoren la capacidad tecnológica de las empresas, a través de la implantación y desarrollo de procesos de Investigación y Desarrollo e Innovación de rápida implementación tales como desarrollo de prototipos, mejoras de procesos, validación tecnológica, pruebas de materiales, entre otras.
- B. Innovación Empresarial Individual: Subsidio que apoya proyectos destinados a generar innovaciones de bienes, servicios, procesos, métodos de comercialización o métodos organizacionales y que, además, involucren mayor riesgo.
- C. Consorcios Tecnológicos Desarrollo: Subsidio que apoya innovaciones basadas en nuevos desarrollos tecnológicos, con una clara orientación al mercado y alto riesgo, cuya factibilidad depende de la constitución de un consorcio tecnológico: un conjunto de empresas asociadas entre sí o con universidades o entidades tecnológicas con capacidad de realizar actividades de I D.
- D. Incentivo Tributario a la Inversión en Investigación y Desarrollo: Incentivo tributario para los contribuyentes afectos al impuesto de primera categoría de la Ley sobre Impuesto a la Renta. Estos contribuyentes tendrán derecho a un crédito tributario en los ejercicios asociados a los pagos efectuados en dinero, en virtud de Contratos de Investigación y Desarrollo celebrados con entidades inscritas en el Registro de Centros de Investigación administrado por CORFO.

Comenzar un negocio innovador

- a) Subsidio Semilla de Asignación Flexible (SSAF)
- b) Apoyo para la elaboración de proyectos Capital Semilla en etapa de puesta en marcha.
- c) Empaquetamiento Tecnológico para nuevos Negocios.

- d) Capital Semilla Estudios de Preinversión.
- e) Capital Semilla: Apoyo a la Puesta en Marcha
- f) Capital de Riesgo CORFO para Empresas Innovadoras
- g) Operación de Incubadoras de Negocios
- h) Redes de Capitalistas Ángeles

Innovar en la empresa

- a) Apoyo para Proyectos de Innovación de Rápida Implementación
- b) Incentivo Tributario a la Inversión en Investigación y Desarrollo
- c) Innovación Empresarial Individual
- d) Consorcios Tecnológicos: Desarrollo

Mejorar el entorno para la innovación

- a) Preinversión para Investigación y Desarrollo Asociativa Internacional
- b) Innovación Precompetitiva
- c) Bienes Públicos para la Innovación

2.3.3 Consejo de la innovación y la estrategia

El Consejo Nacional de Innovación fue constituido por primera vez por decreto del Presidente Ricardo Lagos Escobar, en noviembre de 2005, y renovado posteriormente en octubre de 2006 por la Presidenta Michelle Bachelet Jeria, quien nombró como presidente al ex ministro de Hacienda, Nicolás Eyzaguirre. El Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad es un organismo público-privado que actúa como asesor permanente del Presidente de la República.

Su objetivo es asesorar a la autoridad en la identificación y formulación de políticas referidas a la innovación y la competitividad, incluyendo los campos de la ciencia, la formación de recursos humanos y el desarrollo, transferencia y difusión de tecnologías.

En enero de 2008 el Consejo de Innovación, presidido por Nicolás Eyzaguirre, completó la tarea de entregar a la Presidenta Michelle Bachelet una Estrategia Nacional de Innovación para la Competitividad.

A través de los volúmenes I y II de su propuesta estratégica, para un plazo de diez años, el Consejo de Innovación propone un camino de desarrollo para Chile que se basa en la competitividad sustentada en el capital humano y en el conocimiento, en la generación de valor por la vía de la innovación en sus diferentes formas y en el aprovechamiento de las ventajas que nos otorgan nuestros recursos naturales.

La propuesta estratégica se basa en tres pilares fundamentales:

1. La conformación de un sistema de aprendizaje para toda la vida, accesible y de calidad, que le permita al país contar con el capital humano que la Economía del Conocimiento demanda.
2. El fortalecimiento de una plataforma de generación, difusión y aplicación del conocimiento que se funde en un esfuerzo permanente y robusto de investigación científica y tecnológica coherente con los problemas productivos y sociales del país.
3. La consolidación de un sistema empresarial innovador orientado a la creación de valor como estrategia de competencia en los mercados globales, con empresas que estén dispuestas a asumir el rol protagónico que les cabe en las actividades de investigación y desarrollo e innovación.

En todas estas áreas Chile muestra debilidades, pero también avances importantes en los últimos años. Las recomendaciones del Consejo buscan densificar y hacer coherentes todos estos esfuerzos.

2.3.4 Fondo de la innovación para la competitividad (FIC)

El Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) fue creado el año 2006 y constituye el principal instrumento para dotar de nuevos y mayores recursos los distintos esfuerzos que el Estado realiza en torno a la innovación, siguiendo los siete ejes estratégicos de la Política de Innovación definida por el Comité de Ministros para la Innovación que preside el titular de Economía.

A la fecha, el Fondo de Innovación ha permitido elevar sustancialmente la inversión pública en innovación, con un alza de 18% entre 2006 y 2007, de 39% entre 2007 y 2008, y de 21% entre ese año y 2009.



El crecimiento y progreso del país depende de la inversión en innovación, debido a lo mismo, el gobierno presenta para el año 2010, lo siguiente:

- 1) Se destinarán \$398.040 millones (US\$710 millones) para iniciativas de Innovación, Ciencia y Tecnología, creciendo 20% real respecto de 2009.
- 2) El Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) contará con \$115.431 millones, significando un aumento real del 122% y 10,3% respecto de 2006 y 2009, respectivamente.

2.3.4.1 Como funciona el FIC

El FIC destina recursos a proyectos de investigación científica, innovación especializada. Las principales Innova Chile de CORFO y CONICYT, que totalizaron el 93% del gasto del año 2007. Adicionalmente, hay programas implementados a través de la FIA, la Iniciativa Científica Milenio (ICM) y algunos programas del Ministerio de Educación.

La gestión del FIC se realiza a través de la firma de **convenios de desempeño** que siguen procesos de análisis y discusión, revisión, ejecución y seguimiento, considerando productos y actores o instituciones ejecutoras. Este instrumento permite alinear las prioridades de las agencias con los siete ejes estratégicos definidos por el Comité de ministros.

En los convenios se incluye la definición de indicadores y metas para cada programa y son formalizados en acuerdo con la Dirección de Presupuestos y con toma de razón por parte de la Contraloría General de la República. Una vez puestos en marcha, la gestión de los recursos es monitoreada por el Ministerio de Economía, de tal manera de hacer ajustes y correcciones en los casos que sea necesario para asegurar el cumplimiento de las metas.

La asignación de los recursos provenientes del FIC es realizada por las agencias mediante procesos de evaluación regional y nacional, externa e interna y, en algunos casos, dependiendo del monto involucrado y la envergadura de la iniciativa, se acude a evaluación por parte de paneles de expertos internacionales. La decisión final la toma un comité de conformación público-privada y representación multisectorial, cuyos miembros son de conocimiento público.

Los pagos realizados a los beneficiarios finales se establecen según convenios o contratos que contemplan, entre otros, hitos críticos e informes finales y/o parciales. Algunos de los criterios de evaluación para la selección de los proyectos son: mérito innovador, mérito del proponente, impacto del proyecto, factibilidad y calidad de la propuesta, rentabilidad social, entre otros.

GESTIÓN DE CONVENIOS DE DESEMPEÑO



Fuente: Gobierno de Chile (www.gob.cl)

2.3.5 FOSIS

El FOSIS es un programa de financiamiento de parte del gobierno, creado el 26 de Octubre de 1990, que esta destinado a las personas, familias y organizaciones, que necesiten ayuda debido a la pobreza en que se encuentran y han perdido su trabajo y presentan diversos problemas, ya sea de razón social o de salud.

El FOSIS, genera nuevas oportunidades apoyando la creación de nuevos empleos y el emprendimiento, atacando así, la pobreza. Debido a que es importante que los usuarios de este programa logren un aumento en sus ingresos iniciando o mejorando ideas emprendedoras y que logren mantener un sueldo o un ingreso en el tiempo.

2.3.5.1 Misión

“Contribuir en el esfuerzo del país por la superación de las pobreza y disminución de vulnerabilidad social de las personas y familias, aportando respuestas originales en temas, áreas y enfoque de trabajo complementarios a los que abordan otros servicios del Estado”.

2.3.5.2 Programas del FOSIS

En el año 2009, el FOSIS, ha puesto a disposición de la gente que necesite de este una serie de programas, llenando los formularios que el programa pone a disposición de la gente que lo estime conveniente, dependiendo de sus necesidades e inquietudes. Los programas que presenta FOSIS, son:

- a. Programa preparación para el trabajo, Programa de empleabilidad Juvenil, Apoyo a emprendimientos sociales, Apoyo al microemprendimiento, Apoyo a actividades económicas, Programa emprende más, y un nuevo programa llamado Apoyo al microcrédito. Pero se hará, una breve reseña de estos últimos cuatros programas, que son los que interesan al tema del cual se esta refiriendo.
- b. Apoyo a emprendimientos sociales: Este programa entrega cursos de desarrollo personal, de capacidades emprendedoras, comercialización, estrategia de marketing y administración contable. También se hacen cursos de acuerdo a las actividades que ejercen cada beneficiado, y son certificados por Centros de formación técnicas, Universidades u otras instituciones. Logrando así, que se puedan entregar mejores servicios y atención de calidad, en especial en actividades comunitarias, como también en actividades de turismo, deportes y medio ambiente.

El aporte financiero, que se realiza en este programa, es netamente para la adquisición de materiales, insumos u otros factores que puedan implementar su negocio o emprendimiento

- c. Apoyo al microemprendimiento: Este tipo de programa, entrega apoyo a los beneficiados, para que puedan poner en marcha un emprendimiento o el desarrollo de un trabajo por cuenta propia.

Las personas que utilizan este servicio reciben capacitación para desarrollar sus capacidades personales, comercialización de sus productos, y la administración de sus microempresas.

Se les apoya para que implementen un emprendimiento, recibiendo un aporte financiero, llamado “Capital semilla”, para que sea utilizado para la compra de materias primas y otros costos, para iniciar la actividad.

- d. Apoyo ha actividades económicas: Va dirigido para trabajadores independientes y/o microempresarios que necesitan mejorar sus ingresos

El FOSIS, les hace entrega de asesorías, asistencia técnica y financiamiento, con el propósito de fortalecer, las actividades económicas que ya realizan.

Al iniciar, el proyecto se realiza una evaluación técnica de las actividades que desarrollan los usuarios de este programa y sus capacidades personales que puedan potenciar el negocio. Ya con los estudios realizados y los resultados de estos, se realiza un plan de negocio, además de cursos de habilidades para los emprendedores.

Una vez terminado todo el proceso anterior, se le hace entrega del “Capital Semilla”, para la implementación de las inversiones definidas, pero a diferencia de los otros programas, en este caso, se realiza un acompañamiento especializado con el fin de monitorear y apoyar el fortalecimiento de la iniciativa microempresarial.

- e. Programa emprende más: Este programa va en ayuda a microempresarios que poseen un ingreso estable y sus empresas poseen un potencial crecimiento. Lo que busca contribuir a la consolidación del emprendimiento económico existente.

En su inicio el programa realiza una evaluación del área económica, además realiza capacitaciones en los puntos débiles que éste presenta. Por ejemplo en la administración, formalización de nuevos negocios, estabilización de las ventas, mejoramiento de la calidad, presentación de los productos, alfabetización digital, entre otros.

Con esto, se quiere lograr que las microempresas se consoliden y puedan vincularse a otras instituciones de redes de fomento gubernamentales o a la banca privada.

- f. Apoyo al microcrédito: Esta orientado al apoyo al desarrollo de nuevas oportunidades para el emprendimiento y consolidar las unidades de negocio apoyadas por el Fosis.

La ayuda consiste en un subsidio dirigido a los microempresarios de menor escala, con el objeto de obtener fuentes de financiamiento, a través de instituciones intermediarias.

En resumen, el monto se entrega a las instituciones crediticias licitadas, una vez aprobado y desembolsado el crédito.

2.3.6 INNOVA CHILE

Innova Chile, es un programa estatal perteneciente a CORFO, y su función principal es impulsar la innovación en todo tipo de empresa, ya sean organizaciones nuevas, como también a las ya consolidadas. Además cuenta con apoyo a los diversos centros de investigación.

Este programa se desarrolla, a través del marco de la política implantado por la Presidenta Michelle Bachelet y apoyado por el Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC).

En el año 2008, contó con \$47.772 millones, y el principal aporte es para ser asignados en calidad de subsidios, a través de diferentes formas de apoyo. Con el apalancamiento privado, se alcanza los U\$ 200 millones.

Apoya la incorporación de innovaciones de bienes o servicios, o métodos de comercialización u organizacionales, tanto en empresas individuales como asociadas, que tengan potencial de impacto en el mercado.

Su función principal es la de orientar y apoyar a los postulantes y usuarios de Innova Chile, según sector productivo y promover la articulación de los diferentes actores en torno a iniciativas de innovación de mayor alcance. Además proponen actividades y programas específicos de apoyo a la innovación y, en general, colaboran en la organización de los distintos actores de cada sector, en torno a iniciativas de mayor alcance en esta materia.

El funcionamiento de estas áreas no significa que InnovaChile apoye únicamente proyectos de estos sectores. Como la innovación puede ocurrir en cualquier área productiva o empresa, existe también un Área Multisectorial que cumple con funciones similares a las recién descritas, cuando los proyectos involucrados no pertenecen a ninguno de los sectores mencionados.

Las áreas sectoriales de Innova Chile son las siguientes:

- a) Biotecnología, Energía y Medioambiente
- b) Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC)
- c) Industria Alimentaria
- d) Minería e Infraestructura
- e) Turismo de Intereses Especiales

2.3.7 CONICYT

Es la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica promueve, fortalece y difunde la investigación científica y tecnológica en Chile, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

Fue creada en el gobierno de Eduardo Frei Montalva en el año 1967, con el fin de asesorar en materias científicas al presidente de ese entonces, como también financiar proyectos de investigación y desarrollo.

CONICYT es una institución pública autónoma inserta en el Sistema Nacional de Innovación, que se relaciona administrativamente con el Gobierno a través del Ministerio de Educación.

El Comité Interministerial para la innovación es presidido por el ministerio de Economía e integrado por los titulares de Educación, Relaciones Exteriores, Minería, Agricultura y Hacienda.



Fuente: Gobierno de Chile (www.conicyt.cl)

2.3.7.1 Misión

Promover, fortalecer y difundir la investigación científica y tecnológica, y la innovación en Chile para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

2.3.7.2 Estrategia

La estrategia utilizada por CONICYT, se basa en dos pilares estratégicos, que son fundamentales para lograr los objetivos específicos, que son los siguientes:

- A. Fomentar la formación de capital humano avanzado: Visualizar y anticipar las necesidades de capital humano avanzado del país y articular e impulsar una política integral de formación y financiamiento de capital humano avanzado, dirigida a aumentar el número de profesionales con postgrado, promoviendo además, una adecuada inserción laboral en las universidades, empresas y el gobierno.
- B. Desarrollo y Fortalecimiento de la Base Científica y Tecnológica: Consolidar un sistema articulado de apoyo público a la investigación básica y aplicada, gradual en cuanto a la magnitud de los recursos otorgados, la duración de la iniciativas apoyadas y el grado de asociatividad y número de investigadores involucrados.

Ahora después de mencionar sus principales objetivos, se hará una breve reseña de sus dos pilares estratégicos, que son lo fundamental para poder desarrollar lo antes señalado:

2.3.7.3 Pilares Estratégicos

- 1) Capital humano avanzado: Tiene relación, en el apoyo a la formación de capital humano de calidad, otorgando becas de post-grado. Creando un ciclo de apoyo al estudiante desde que inicia los estudios de postgrado hasta que se inserta en el mercado laboral.
- 2) Base científica y tecnológica: CONICYT hasta la fecha ha creado distintos instrumentos de apoyo público a la investigación básica y aplicada los cuales han mantenido y permitido el desarrollo de la investigación en áreas o disciplinas emergentes y consolidadas, las cuales actualmente son el pilar básico en la cadena del conocimiento y en los procesos de innovación y desarrollo que requiere el país.

Marco Institucional

Los actores involucrados en el marco institucional en el cual CONICYT ejecuta su estrategia son los siguientes:

- A. Redes horizontales (socios): son todos aquellos agentes, ya sea públicos o privados, que desarrollan actividades complementarias a CONICYT, y con los cuales se pueden desarrollar acciones que permitan aprovechar eficientemente las oportunidades presentes en el sistema de innovación. Entre éstos se encuentran:
 - a) Corporación de Fomento de la Producción (CORFO).
 - b) Ministerio de Economía.
 - c) Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (SUBDERE).
 - d) Ministerio de Planificación (MIDEPLAN).
 - e) Academia Chilena de Ciencias
 - f) Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA).
 - g) MICROSOFT.

h) Empresas nacionales o internacionales.

B. Redes verticales: son todos agentes con los cuales CONICYT posee una relación formal y establecida para el logro de sus funciones. Éstos se pueden diferenciar como:

B.1. Autoridades: Ministerio de Educación, Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda (DIPRES), Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC).

B.2. Beneficiarios: universidades, personas naturales (estudiantes y becarios), investigadores, académicos, científicos, centros de investigación y empresas, entre otros.

2.3.8 DIVISION.CL

Es un sitio de Internet, creado por el Ministerio de Economía, a través de la División de Innovación, en el cual cuenta con valioso contenido para los emprendedores, científicos, estudiantes, autoridades, académicos y todo aquel que participe de ecosistema innovador.

Su objetivo es generar una sólida red que aporte en la construcción de una cultura pro-innovación en toda la sociedad.

Además entrega las principales noticias ocurridas en Chile y el mundo relativas a la innovación y el emprendimiento. Así mismo, cuenta con destacados columnistas que semanalmente publican su opinión acerca de sus especialidades. El portal entrega una interesante plataforma para dar a conocer las más destacadas innovaciones chilenas. Es así como se cuenta con una nutrida base de dato de empresas que han

generado destacadas innovaciones. También hay disponible una gran oferta de charlas, seminarios y encuentros de interés, lo que fortalece el encuentro cara a cara de los innovadores.

2.3.8.1 Sus miembros

Innovación.cl cuenta con un grupo de miembros que participan activamente en la confección del contenido del portal. Se dividen en tres tipos. El primero de ellos está configurado por organismos públicos: Ministerio de Educación, Corporación para la Producción y el Comercio (CORFO), Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT), Fundación para la Innovación Agraria (FIA), Iniciativa Científica Milenio (ICM), El Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) y Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC).

El segundo tipo de Partners son del mundo académico y ONG's: Universidad del Desarrollo, Universidad Adolfo Ibáñez, Duoc UC, Pontificia Universidad Católica de Chile y la Universidad de Bío Bio.

Finalmente y muy importante es el sector privado: Televisión Nacional de Chile, Harvard Business Review, Endeavor, Clarke Modet, & C° Chile, Licensing Executives Society (LES), Fundación País Digital y Nuevamente

2.3.9 Fundación para la innovación agraria (FIA)

La Fundación para la Innovación Agraria (FIA), en su rol de agencia de Fomento a la Innovación Agraria del Ministerio de Agricultura, centra su quehacer en impulsar los procesos de innovación y en actuar sobre el entorno y condiciones que los favorecen. Todo ello, a través del financiamiento de iniciativas, generación de estrategias y transferencia de información y resultados de proyectos y programas innovadores.

2.3.9.1 Misión

Es promover y desarrollar una cultura de innovación, el cual permita fortalecer las capacidades de las empresas y personas, poniendo énfasis en los pequeños y medianos agricultores, con el fin de contribuir la competencia sectorial y promover el resguardo del patrimonio natural del país.

2.3.10 CHILECALIDAD

Se crea por decisión del Foro de Desarrollo Productivo (1994) e inicia sus operaciones como Comité CORFO en 1996. Su objetivo inicial fue generar un movimiento nacional que desarrollara la Productividad y la calidad como un impulso fundamental a la competitividad del país. Al igual que el Foro, que aglutinaba a los diversos actores del desarrollo productivo, ChileCalidad se creó con un Directorio que integraba al Gobierno y a las principales organizaciones de trabajadores y empresarios (respectivamente la CUT y la CPC). En su origen ChileCalidad estaba fuertemente inspirado en la experiencia de los países asiáticos, particularmente Japón, donde instituciones similares han jugado un rol significativo en hacer de los conceptos de productividad y calidad, prioridades nacionales compartidas.

2.3.10.1 Misión

Promover en Chile un movimiento por la mejora continua y la Innovación en la gestión de las organizaciones públicas y privadas, elevando su calidad y Productividad y fortaleciendo sus relaciones laborales. Ser referente promotor de la gestión de excelencia y construir una masa crítica de organizaciones que utilizan el Modelo Chileno de Gestión de Excelencia.

2.3.11 ELEVAGLOBAL

Es un nuevo proyecto perteneciente a la Asociación de Exportadores de Manufacturas y Servicios, Asexma, el cual fue presentado en el evento “Eleva y Globaliza tu negocio”, y fue desarrollada con la intención de motivar a los micro, pequeños y medianos empresarios, a generar un mayor número de ideas emprendedoras.

Este programa, cuenta con el respaldo de Innova Chile, el cual, estimula, a desarrollar ideas con espíritu innovador, como también potenciar su internacionalización.

De acuerdo, a Iván Arenas, presidente de ElevaGlobal, señaló: **“es una incubadora para emprendedores que tienen hambre de crecer”**, además hizo un gran hincapié en lo que respecta a los servicios entregados por esta nueva incubadora, según lo que el mismo señaló que: **“dentro de los beneficios de la incubadora se cuentan servicios de capacitación, asesoría, acceso a redes y apoyo personalizado a emprendedores que tienen un producto o innovación, pero que por barreras económicas, de información o de acceso, no pueden expandir sus mercados o exportar de una forma más dinámica”**¹

Cabe señalar, que el Estado cada vez más apoya a esta incubadora de nuevos productos y servicios, y esta no es una excepción de manera que el Gobierno pueda cumplir la meta de financiar de 100 mil nuevos emprendimientos, llegando a generar una tasa neta de creación de empresas mayor al 3% anual.

2.3.12 Tratado de Cooperación en materias de Patentes (PCT)

Si bien, Chile presenta diversos programas para la innovación, generando una gran ayuda para pequeños y medianos empresarios, uno de los grandes aciertos de la política chilena, para ir en completa ayuda para los nuevos mercados es el tratado PCT, el cual es una gran plataforma para dar a conocer los nuevos productos que van naciendo en el mercado nacional.

¹ Fuente: Entrevista realizada por diario PYME, publicado el 28 de abril de 2010.

Este acuerdo internacional, que es administrado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), está compuesto por 139 países, entre los cuales podemos encontrar a China, Estados Unidos y la Unión Europea.

El tratado comenzará a partir del 2 de Junio del año 2010, y el que consiste en que los innovadores, al momento de presentar una solicitud de patente en virtud del PCT, el trámite se realizará en forma simultánea para todos los países, pertenecientes al Tratado de Cooperación en materias de Patentes, logrando con esto ahorrar dinero por concepto de tasas y evitando el desgaste que significa presentar una solicitud -personalmente o a través de un agente- en cada uno de los países en los cuales el innovador desea proteger su creación.

2.3.13 Incentivos a la innovación

En Chile además de desarrollar programas de financiamiento, para pequeñas y medianas empresas, como se pudo observar en las páginas anteriores, tanto el estado como entidades privadas, también realizan diversos concursos, donde agrupan a la mayor cantidad de empresarios, en el cual ellos dan a conocer sus nuevas propuestas al mercado, ya sea a través de nuevos productos, como también mejoras en el proceso de producción.

Estos reconocimientos, son un gran apoyo y una plataforma para lograr el reconocimiento tanto de sus pares, como el público en general y poder desarrollar nuevas oportunidades de negocios.

En las siguientes hojas se harán menciones a diversos concursos, como eventos, el cual se desarrollan a nivel de todo el País.

A. Primer concurso de casos de innovación

Este primer concurso, fue organizado por la División de Innovación del Ministerio de Economía, junto a otras instituciones públicas y privadas, el cual estuvo orientado a las diversas empresas que hayan creado un proyecto innovador, ya sea en las áreas de productos, bienes y servicios; procesos y marketing, gestión organizativa y modelos de negocios, como también innovaciones que se adapten al mercado.

B. Premio Pyme Gestión Competitiva

El premio Pyme a la Gestión Competitiva fue creado a través del Decreto Supremo N° 130, de 2009, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

Este premio es un reconocimiento público al nivel de gestión alcanzado por una empresa, de acuerdo a las exigencias y requerimientos del modelo de gestión que promueve este premio y su metodología de evaluación. El Premio otorga un sello de calidad a las empresas ganadoras, el que las distingue frente a sus clientes, sus trabajadores y la sociedad en general.

Este sello se entrega en distintas categorías a todas aquellas empresas que, han cumplido satisfactoriamente todas las etapas del proceso y que un Jurado determina que son acreedoras del mismo.

Las empresas ganadoras de cada categoría, reciben un galvano y un diploma que las acredita como ganadoras del Premio.

Existen 3 categorías de premios y sellos de calidad asociados:

- a) 9 Oro: se entrega a aquellas empresas que obtienen un puntaje final superior a 300 puntos (de un total de 400)
- b) 9 Plata: se entrega a aquellas empresas que obtienen un puntaje final entre 201 y 300 puntos (de un total de 400)
- c) 9 Bronce: se entrega a aquellas empresas que obtienen un puntaje final entre 100 y 200 puntos (de un total de 400).

Requisitos:

- a) Podrán participar en este Premio, todas las empresas radicadas en Chile, productoras de bienes o servicios, con ventas netas anuales inferiores a 100.000 Unidades de Fomento (UF). La única restricción a postular es para las empresas ganadoras del sello ORO del Premio en los dos años anteriores a la presente convocatoria.
- b) El proceso de inscripción y postulación se realizará sólo a través de la plataforma web del premio Pyme a la Gestión Competitiva (www.premiopyme.cl), a la que se puede acceder directamente o a través de los sitios Web de las instituciones colaboradoras y patrocinadoras del Premio.
- c) No se aceptarán postulaciones por otra vía.
- d) Sus postulaciones serán publicadas en su sitio Web.
- e) Eventualmente ChileCalidad podrá ampliar dicho plazo, en todas o algunas de las regiones del país, si lo estima necesario, lo que será informado a través de la página Web del Premio, en fecha previa al plazo señalado.
- f) La postulación se efectúa a través de la respuesta, por parte del postulante, a un conjunto de preguntas, que buscan dar cuenta del grado de madurez de la gestión de la empresa, lo que se traduce en una puntuación cuyo máximo es 400 puntos.
- g) Dado que el Modelo del premio Pyme, está inspirado en el Modelo Chileno de Gestión de Excelencia, la escala de puntuación que se utiliza sigue los mismos criterios de asignación que este, solo que adaptado a dicho puntaje máximo, considerando la cantidad de prácticas de gestión que contempla el Modelo del premio Pyme y el nivel de desarrollo que se exige que alcance cada una de ellas.
- h) Realizada la autoevaluación por la empresa, ésta debe enviar su postulación al Premio a través del sistema informático.
- i) Una vez cerrada la etapa de postulación, ChileCalidad iniciará el proceso de evaluación de los postulantes, proceso que tendrá una duración aproximada de

dos meses y que podrá comprender etapa de evaluación en gabinete y en terreno, a empresas definidas de manera aleatoria por ChileCalidad.

- j) ChileCalidad, para efectos de la evaluación, podrá tomar contacto con las empresas postulantes en cada fase del proceso. Este contacto podrá hacerse: vía telefónica, envíos de mails y/o visitas en terreno, debiendo dejar constancia de esta gestión.

Al postular la empresa se compromete a:

- a) Presentar la información que, para cada etapa del proceso, le será requerida en la presente convocatoria, a través del mecanismo de postulación o del sistema de evaluación.
- b) Entregar información oficial acerca de los antecedentes comerciales y laborales de la empresa, de ser requerido, o en su defecto aceptar que ChileCalidad obtenga esta información de manera directa.
- c) Aceptar que evaluadores externos, en representación de ChileCalidad, evalúen la información que ha sido proporcionada, a nivel documental y/o en terreno y entregarles la información adicional, relacionada con la evaluación, que se considere necesaria.
- d) Si es ganador en alguna de las categorías, participa en las actividades de premiación convocadas por ChileCalidad, así como apoyarlo en las acciones de promoción y difusión que éste emprenda para dar a conocer su experiencia como empresa ganadora, de acuerdo a las condiciones y estándares que serán definidas por ChileCalidad.

En caso que la empresa que, en conocimiento de la obligatoriedad de recibir a los evaluadores de su postulación en sus propias instalaciones, dificulte la accesibilidad de

éstos o la entrega de información, ChileCalidad estará facultado para cancelar su postulación.

Para las empresas que concursaron, la inscripción se realizó a través de la página de Internet, www.innovación.cl, y el premio otorgado al primer lugar fue de una invitación a participar en una misión tecnológica en el extranjero por un monto de \$2.000.000 de pesos.

Los empresarios ganadores al premio Pyme gestión competitiva corresponde al año 2009 y fue encabezada por la ex Presidenta de la República Michelle Bachelet.

Ganadores Premio Pyme Gestión Competitiva.

a) Categoría Oro:

1. V y P Seguridad E.I.R.L.
2. Sermar Ltda.
3. Constructora Carvallo y Semler Ltda.

b) Categoría Plata:

1. Cedec Ltda.
2. Constructora Inmobiliaria y Hotelera Concepción Ltda.
3. Eduardo Pallares e Hijos Ltda.

c) Categoría Bronce.

1. Álvarez y Álvarez Ltda.
2. J.C. País y Cía. Ltda.
3. Miguel Nievas y Nelson Bastías, Nievasoft Ltda.

C. Premio Avonni

Es uno de los premios más grande de Chile busca reconocer y promover la capacidad innovadora de quienes están "marcando la diferencia" y, a través de

innovaciones, contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida y al progreso económico del país. El Avonni, Innova al revés, es organizado por El Mercurio, el Foro Innovación y TVN, y busca reconocer a quienes están desarrollando proyectos innovadores y generando valor para sus empresas, instituciones y comunidades. Se trata de promover la innovación y descubrir así el nuevo Chile que está naciendo.

La innovación puede ser postulada por la empresa, la institución pública o una persona natural, o bien, ser nominada por terceros, sean personas naturales, jurídicas u organismos públicos. En este caso, se deberá poder contactar a la empresa o institución responsable de la innovación para verificar la información proporcionada. En el caso de que una innovación haya sido desarrollada por más de una empresa, institución o persona natural, ésta podrá ser postulada de manera conjunta o por separado. Al tratarse de una postulación conjunta, se deberá elegir una empresa, institución o persona, según corresponda, como la responsable y encargada de efectuar la postulación.

Proceso de Selección

El proceso de selección consta de tres etapas:

1. Postulación:

- a) Se debe completar el formulario de postulación que se encuentra en alguna de las siguientes páginas: www.avonni.cl, www.economiaynegocios.cl y www.tvn.cl
- b) Todos los postulantes y finalistas anteriores pueden postular nuevamente, ya sea con la misma innovación o con otra, y sus evaluaciones anteriores no serán tomadas en cuenta.

- c) Los documentos de postulación deberán contener información objetiva, clara, veraz y, en lo posible, fácilmente verificable sobre la innovación y, en particular, sobre su impacto.
- d) Todas las postulaciones pueden ser acompañadas por documentos, power point, fotografías, etc., adjuntados al formulario.
- e) Una misma innovación puede ser postulada a más de una categoría, rellenoando un formulario por cada categoría a que se postule.

2. Selección de los Finalistas:

Un Comité de Expertos seleccionará a tres finalistas por categoría, los que serán presentados al Jurado Final. La selección será a través de una evaluación, en donde cada integrante del Comité de Expertos califica con una nota de 1 a 7 los proyectos. Las notas están ponderadas según cada categoría.

Los tres proyectos con mayores puntajes pasarán a la final. En caso de empate, se considerarán como finalistas todos los candidatos con igual puntaje.

- a) Los criterios generales a evaluar son:
- b) Grado de originalidad y nivel de implementación.
- c) Creación de valor medido en base al impacto económico y social de la innovación, el crecimiento, la rentabilidad, el desarrollo sustentable, el uso eficiente de los recursos y el mayor bienestar para la sociedad.
- d) Replicabilidad y capacidad de globalización.
- e) Atractivo comunicacional y ejemplificador.

3. Selección de los Ganadores

- Los finalistas serán evaluados por un Jurado Final, quien seleccionará al ganador en cada categoría, mediante mayoría simple.
- Los ganadores anteriores pueden volver a ganar sólo si presentan otra innovación y el hecho de que hayan sido ganadores, será un antecedente para el Jurado. El ganador en la categoría Trayectoria Innovadora no puede ganar nuevamente en la misma categoría.
- El Jurado tiene facultades para declarar desierto el Premio. Una categoría podrá declararse desierta si se considerara que el número de instituciones postulantes o la calidad de las prácticas postuladas no permiten una evaluación adecuada y consecuente con los objetivos del Premio.

Ganadores Avonni 2010

1. Recurso tierra y mar: Centrovét
2. Energía: La fontaine
3. Medio ambiente: Dirección de gestión ambiental
4. Minería y metalurgia: New Tech Cooper
5. Trayectoria: Ciencia para la vida
6. Cultura: Lastarria 90
7. Innovación pública: I. Municipalidad de Vitacura.
8. Urbanismo, arquitectura y construcción: Sirve
9. Emprendimiento social: Fundación mi parque.
10. Diseño y decoración: Es diseño
11. Manufacturas y bienes de consumo: Musuchouse
12. Turismo, gastronomía y recreación: Buinzoo
13. Ciencia: Raul Quijada Abarca
14. Tics: Woodtech.

D. Meta4

Meta4 es una empresa creada, desde 1991, y en el cual se ha transformado en el líder a nivel internacional, en soluciones para la gestión de recursos humanos. Y este año al igual que años anteriores, es uno de gestores en el concurso dirigido a la Innovación en RR.HH en Chile, y el cual el propósito de este premio, es incentivar al desarrollo de practicas innovadoras, como también el intercambio de experiencias exitosas.

Los participantes: Podrán participar empresas radicadas en el territorio de Chile. Quedan excluidas de participar en este concurso el Organizador, sponsors y auspiciantes del concurso y las empresas que formen parte del jurado.

El jurado: El jurado estará compuesto por 11 miembros, cada uno de ellos representará a una de las siguientes organizaciones:

1. TOCH: Alvaro Capobianco – Director
2. USACH: Juan Camel - Director Diplomado de Especialización en Administración de RR.HH.
3. UNIVERSIDAD MAYOR: Francisco Javier Garrido - Director General - Business School Universidad Mayor - Facultad de Cs. Económicas y Empresariales
4. VANTAZ GROUP: Juan Cariamio – Socio Director
5. FUNDACION PAIS DIGITAL: Claudia Bobadilla – Directora
6. TRABAJANDO.COM: Juan Pablo Swett – Socio Fundador y Director General
7. FUNDACION CHILE: Diego Richard – Director de Programa de Gestión de Capital Humano (Fundación Chile)
8. REVISTA CITY: Carolina Bianchi – Directora Revista
9. NEOS: Allan Jarrys – Director Ejecutivo de Neos
10. META4 CHILE: Roger Marull – Gerente General Meta4 Chile
11. META4 CHILE: Fernanda Grasso – Gerente Marketing Cono Sur

El jurado emitirá su voto sobre los trabajos finalistas, mediante criterios de evaluación ya establecidos y su fallo es inapelable.

Trabajos: Las experiencias realizadas deberán describirse en el “Formulario de postulación a los Premios a la Innovación en Gestión de Recursos Humanos”. Una vez que el comité evaluador valide la información allí volcada se le podrá solicitar al participante mayor información al respecto. Cada organización podrá presentar hasta dos trabajos.

Premios

Serán premiados los dos mejores trabajos presentados de acuerdo a su categoría:

1. Categoría Grandes Empresas.

Primer Lugar

- a) Invitación gratis al foro de Usuarios de Meta4 (incluye pasajes y estadía)
- b) MBA en Recursos Humanos – Universidad Diego Portales
- c) Suscripción anual revista Gestión

Segundo Lugar

- a) Beca para el Diplomado de Especialización en Administración de Recursos Humanos – USACH
- b) Curso taller entregado por la empresa Reinventa
- c) Suscripción anual revista Gestión

2. Categoría Pequeña y Mediana Empresas.

Primer Lugar

- a) MBA en Recursos Humanos - Universidad Mayor
- b) Curso de 4 hrs (15 a 20 personas) de “Negociación” - Anguita Consultores

- c) Suscripción anual revista Gestión

Segundo Lugar

- a) Beca Completa para el Diplomado de Especialización en Administración de Recursos Humanos, entregado por USACH
- b) Curso de 8 hrs (15 a 20 personas) se define nombre - Reinventa
- c) Suscripción anual revista Gestión

3. Categoría Sector Publico.

Primer Lugar

- a) Magíster en Alta Gerencia Pública
- b) Curso de 8 hrs (15 a 20 personas) se define nombre - Reinventa
- c) Suscripción anual revista Gestión

Segundo Lugar

- a) Beca para el Diplomado de Especialización en Administración de Recursos Humanos - USACH
 - b) Curso de 8 hrs (15 a 20 personas) x definir nombre - Reinventa
 - c) Suscripción anual revista Gestión
7. Aceptación de las Bases: La participación en este concurso implica el conocimiento y aceptación de estas Bases, así como de las decisiones que adopte el Comité Organizador sobre cualquier cuestión no prevista en las mismas.

Ganadores Meta4 2010

- a) Categoría grandes empresas: **Telefónica** con el programa “Beneficios Corporativos UNO”, fue creado para todos pero pensando en UNO, el cual permite a los colaboradores crear su propio plan de calidad de vida de acuerdo a

sus intereses y motivaciones. El segundo lugar fue para **BCI** en tanto, **ING** premiada con mención honrosa.

- b)** Categoría mediana empresa: **Vigatec** ganó el primer lugar con la iniciativa llamada “Segunda generación”, el cual es un programa donde los hijos de los empleados han podido conocer mejor la empresa donde trabajan su padre/madre, adquiriendo experiencia profesional, recibiendo apoyo vocacional, capacitación y una remuneración por su trabajo, además de fomentar una generación de jóvenes con mayor responsabilidad, entre otros beneficios. **Dimerc** obtuvo el segundo lugar, y **Atlas Copco**, mención honrosa.
- c)** Categoría sector público: **Banco Estado**, se hizo acreedor del primer lugar en la categoría Sector Público con su propuesta “Pasantía de Ejecutivos en Gestión de Reclamos de Clientes”, proyecto mediante el cual el banco ha buscado acercar a sus ejecutivos con los problemas que ven sus clientes con el servicio que les prestan, a través de la inserción de sus ejecutivos en una pasantía en la gestión de reclamos. El segundo lugar fue para **ENAP** por su trabajo “Grupos de conocimiento” y mención honrosa para **Hospital Calvo Mackenna** por su trabajo “Rescatando lo mejor de nosotros”.

E. Expo Mundo rural Los Lagos 2010:

La expo rural de los Lagos se desarrolla desde el año 1998, y cada vez toma más relevancia y mayor convocatoria, este año no fue la excepción y en el cual se presentaron diversas ofertas de productos alimenticios con innovadores sabores, y en el cual, sobresalió la mermelada de papas con nueces, de la agricultora, Magaly Anquipillan. Otro de los productos el cual tuvo una destacada connotación en la feria fue el protector solar a bases de avellanas, de la empresa Chapruiz de Puren, llamado “Vita Sun”.

F. Innovo

La Incubadora de Negocios del Centro de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de Santiago, realizó este año el primer concurso de eco negocios, Eco 20, con el fin de fomentar el desarrollo de nuevos negocios enfocados al cuidado del medio ambiente. Otorgando premios tanto en dinero, como en asesorías.

Bases

- 1) Podrán inscribirse al Concurso ECO20 2010, emprendedores de todo Chile (nacionales y/o extranjeros con residencia definitiva en Chile), sin tope de edad, que posean un proyecto innovador de emprendimiento en eco negocio y que aplique a las categorías del concurso.
- 2) Podrán inscribirse personas jurídicas o naturales, mayores de 18 años al momento de la inscripción, de manera individual o como equipo.
- 3) Para inscripciones como equipo, debe designarse a un líder de equipo quién asumirá la representación del equipo para efectos de comunicación interna. Cualquier cambio producido en los integrantes del equipo, deberá ser comunicado expresamente al Centro INNOVO al correo electrónico: emprendimiento@innovo.usach.cl
- 4) Las inscripciones para el Concurso ECO20 2010, se realizarán únicamente vía online a través del sitio Web www.innovo.cl/ecoemprende, con fecha y hora límite señaladas en el punto 4.1 de estas bases. El participante comprobará su inscripción y recepción del perfil de negocios, a través de respuesta vía mail enviada por la organización del concurso.
- 5) Cada persona o equipo puede inscribir tan sólo un proyecto en una de las categorías del concurso señaladas en el siguiente punto.
- 6) Los perfiles postulantes al Concurso ECO20 2010 podrán ser rechazados si no cumplen con los criterios establecidos por la categoría a la cual aplica.

- 7) Para participar en el Concurso ECO20 2010, se asumirá que los aspirantes han leído y aceptado las presentes bases, debiendo cumplir con los requisitos de inscripción y presentación de perfiles de negocios, en los términos, condiciones y plazos señalados.

Categorías

1. Innovación en Agroindustria y Alimentos.

Postulan proyectos innovadores que contemplan:

- 1.1. Los desafíos de la industria alimentaria, agropecuaria, avícola, productos del mar y similares, contribuyendo al incremento de la competitividad sectorial.
- 1.2. Incorporar elementos para procesos sustentables de elaboración, transformación, preparación, conservación y envasado de alimentos de consumo humano y animal.
- 1.3. Desarrollar tecnologías, políticas, procesos y productos que tengan impacto en la inocuidad, trazabilidad y calidad en alimentos.
- 1.4. Dar valor agregado a los productos y subproductos de la industria, abriendo nuevos nichos de mercados, como por ejemplo, el cosmetológico.

2. Tecnologías Innovadoras para el cuidado del Medio Ambiente.

Postulan proyectos innovadores que contemplan:

- 2.1 La Incorporación de nuevas tecnologías en los procesos y políticas de la industria chilena.
- 2.2 El uso eficiente y alternativo de energías renovables.
- 2.3 La conservación y cuidado del entorno.
- 2.4 Mejoras en la calidad de vida de la comunidad circundante.
- 2.5 Mitigar la contaminación regional y/o mundial.
- 2.6 Un manejo sustentable de los residuos industriales.

2.7 El cuidado del medio ambiente, con variables como reciclaje de desperdicios, compostaje, ausencia de rastro de aguas servidas, entre otros.

Premios

El concurso premiará a los perfiles ganadores con:

- a) En efectivo: \$1.000.000.- Este monto debe ser utilizado en actividades propias a la operación del proyecto.
- b) Valorados: \$2.000.000.- Servicio de Pre-incubación. Fortalecimiento del plan de negocios (definición y formulación del plan de negocios y motivación del espíritu empresarial). Este proceso contempla jornadas de capacitación, tutoría y mentoría realizadas por profesionales y asesores de la Incubadora de Negocios del Centro INNOVO USACH, oportunidad en que el emprendedor y todo el equipo (para proyectos presentados de manera colectiva) deben participar de las jornadas que se planifiquen para este proceso.
- c) Presentación a fuentes de financiamiento públicas y/o privadas. Presentación de la propuesta de negocio a fuentes de financiamiento públicas (InnovaChile CORFO) y redes de inversionistas ángeles asociadas a la Incubadora de Negocios del Centro INNOVO USACH (Siempre y cuando el proyecto cumpla con los criterios de presentación y que la madurez del plan de negocio permita su postulación).
- d) Para optar a los premios del Concurso ECO20 2010, los proyectos deben preincubarse e incubarse de forma exclusiva con la Incubadora de Negocios del Centro INNOVO USACH.

Ganadores Innovo 2010

Categoría: Tecnologías Innovadoras para el Cuidado del Medio Ambiente, Pablo Tomás Genovese con "Phoenix Brik", proyecto que basa su trabajo en la creación de un

nuevo material denominado briktan, hecho en base a Tetra Pak. Con briktan se pueden construir: pisos, planchas lisas, luminarias, paneles termo acústicos, entre otros.

Categoría: Innovación en Agroindustria y Alimentos, el ganador fue Félix Barros Ribalta, con su proyecto: "Growlygrow", que consiste en un módulo para cultivar hierbas y especias dentro del hogar; su gran valor es la interfaz intuitiva que permite la comunicación entre la planta y el usuario.

2.4 Ejemplos de innovación y emprendimiento

Luego de un periodo de investigación estos productos y servicios son los que han perdurado y han logrado dar la satisfacción a los clientes que requieren de ellos.

1. Tramites & Asociados

Es un servicio de trámites administrativos personales, orientado a personas y empresas, que otorga un alto valor al atributo de seguridad, rapidez, atención personalizada y asistencia puerta a puerta.

Las cuentas, trámites u otros, le dan el curso correspondiente y otorgan un servicio directo a la oficina, lugar de trabajo o domicilio a las personas que utilizan este servicio, entregándolas ya canceladas o ejecutadas.

El objetivo principal de este innovador servicio, es descongestionar el día a día laboral ayudando a optimizar el recurso humano y los tiempos de este modo los solicitantes darán más atención a las tareas correspondientes a su cargo, delegando sus gestiones personales a esta empresa.

Sus servicios

- a) Tramites para el Norte y Sur de Chile (Evítese viajes innecesarios a Santiago)
- b) Tramites a chilenos residentes en el extranjero
- c) Tramites a extranjeros o turistas.
- d) Tramites a personas que no pueden salir de su oficina.
- e) Tramites a domicilio.
- f) Tramites a persona de la tercera edad, etc.

g) Asesores

h) Tramites a postulantes Beca Bicentenario (Nuevo).

Como finalidad la empresa lo que busca es hacer mas fácil y accesible el realizar los tramite, ya sea, para la gente la cual no tiene el conocimiento de cómo y donde se debe realizar, un claro ejemplo de esto son los clientes extranjeros que han utilizado este servicio. Otro de los factores el cual genera una ayuda para hacer más cómodo el diario vivir de las personas que no poseen el tiempo suficiente, o que se encuentran retirados o inhabilitados para realizar sus tramites en ciertos puntos del país.

2. Biotecnologías Antofagasta

María de la Luz Osses Klein, es la creadora de esta empresa, que se inicio en Antofagasta el año 2005 y actualmente cuenta con 18 trabajadores. Encargada de desarrollar productos biotecnológicos, que facilitan el proceso de extracción de cobre de manera sostenible.

Sin embargo, a pesar del poco tiempo que lleva este negocio, le ha dado grandes satisfacciones a su propietaria, ya que, fue premiada a mediados del 2009 por parte de InnovaChile de CORFO y el instituto IC2 de la Universidad de Texas. Además obtuvo uno de los mayores reconocimientos fue el obtener el segundo lugar, obteniendo uno de los galardones Premio Empretec a la Mujer Emprendedora 2010 concedidos por la Conferencia de Naciones Unidas para el Desarrollo y el Comercio (UNCTAD). Logrando con esto el poder viajar a Nueva York y poder dar a conocer su emprendimiento e innovador servicio.

3. Aki KB Minibodegas

Es una empresa, el cual entrega una nueva opción de bodegas, el cual con cuatro sucursales en la Región Metropolitana, otorga un servicio que ofrece extrema seguridad y un sistema de control de temperatura controlado, entre los 15 C° y los 18 C°, lo cual es ideal para todo tipo de artículos, incluso si son delicados, que se requieran almacenar. Además, todas las bodegas cuentan con seguros para cubrir cualquier imprevisto. También según Jaime Díaz, gerente comercial de la empresa agrega que **“también se pueden guardar toda clase de productos alimenticios, ya que son los únicos que poseen Autorización Sesma (Resolución).”**²

4. Videotek

La empresa videotek, es una compañía de seguridad, la cual, utilizó la más avanzada tecnología existente para dar origen a una alternativa eficiente y eficaz de seguridad y vigilancia para las empresas del país, no importando su tamaño y que permitiera a los empresarios dejar su propiedad cada día con tranquilidad.

El servicio Tepillé, el cual fue lanzado el 2008, es un innovador y exclusivo servicio de seguridad para empresas. A diferencia de lo que existe en el mercado Tepillé es de carácter disuasivo. Está basado en el monitoreo de cámaras de vigilancia con comunicación de audio y sonido con transmisiones instantáneas, en tiempo real, a través de Internet, que aumenta en forma impactante los niveles de seguridad efectiva.

Tepillé es un servicio de vigilancia de última generación que combina tecnología de punta y personal especializado, para vigilar y proteger sus productos e inmuebles. El servicio se adapta para poder atender a pymes como a grandes empresas.

² Entrevista publicada el 26 de Enero de 2010 por diario Pyme

Esta innovación tecnológica es una creación nacional revolucionaria en el mercado de la seguridad en Chile.

5. Simplelife

Simplelife, es una empresa perteneciente a alumnos de Ingeniería Civil Industrial del Campus Santiago de la USM, el cual su producto más innovador es el Sushi Up, un novedoso sistema que sirve para hacer más fácil la tarea de armar los llamados “rolls”, típicos cortes de sushi que pueden llegar a ser muy difíciles de armar por una persona sin conocimientos previos.

De acuerdo, a Paolo Stagno miembro de la empresa, señala: **“la idea nació, debido a que muchas veces nos reunimos a intentar hacer sushi, pero finalmente siempre resultaba un fracaso, especialmente por la habilidad que requiere. Fue así que desde ese momento comenzamos con la inquietud de cómo hacerlo más fácil”**

6. Quesos Maitenes de Ocoa

Quesos Maitenes es una empresa familiar del Interior de la Región de Valparaíso, que se ha propuesto ofrecer a sus clientes una experiencia culinaria que otorgue exquisitos sabores y aromas a todo paladar, a través de una gama de productos lácteos artesanales de alta calidad.

Historia

Los orígenes de Quesos Maitenes son inciertos y producto de historias intrincadas. El fundo Los Maitenes, en el sector de Ocoa, poseía una quesería como parte de sus variadas formas de producción agrícola, quesería que data desde los años `30. En el intertanto, en la 6ta región, Alejandro Peñaloza desarrollaba el arte de la elaboración de

quesos, producto del aprendizaje familiar. Este oficio lo llevó a trabajar en diversas zonas de la 6ta región y la región metropolitana, como Rengo, Requinoa, y Melipilla, hasta que en el año 1962, llega a trabajar al sector de Ocoa, como el nuevo maestro quesero.

A finales de los años `60 la quesería pasa a ser de su propiedad, y en el año 1978, su hijo Luis comienza a aprender el oficio y trabajar palmo a palmo con su padre, concretando adelantos e inversiones que significaron mejoras en los procesos productivos.

Los años `80 van concretar el traslado de la fábrica a sus actuales dependencias, y en los `90 se concretan inversiones significativas que modifican los procesos productivos y mejora la calidad y sanidad del producto, en concordancia con las normas sanitarias vigentes.

El cambio de siglo ha significado una adquisición de materias primas de mayor calidad, diversificación de los productos ofrecidos a nuestros clientes y una consolidación en la provincia y la región como una de las pocas queserías artesanales que ha sobrevivido en el mercado.

Productos

- ✓ Queso mantecoso tradicional piezas de 5 y 10 Kg.
- ✓ Trozos de 350 y 500 grs.
- ✓ Queso mantecoso con especias (orégano, merquen, tomate o pimentón)
- ✓ Piezas de 5 y 10 Kg.
- ✓ Queso redondo de 2 Kg.
- ✓ Trozos de 350 y 450 Grs.
- ✓ Novedad: queso mantecoso 2 leches (leche de vaca con leche de oveja)
- ✓ Queso redondo de 1,1 Kg. Y 650 Grs.

Viaje a feria “Fancy Food Nueva York”

Uno de los grandes apoyos, que otorgó Pro Chile a los Quesos Maitenes como parte de las actividades del programa PIAC, fue el lograr llevar la empresa a la feria “Fancy Foods”, la más importante del mundo en materia de productos gourmet.

La visita se llevó a cabo durante la primera semana de julio del año 2008, resultando una experiencia realmente enriquecedora en cuanto a observar y degustar una gran diversidad de productos gourmet de todo tipo, en especial quesos de diferentes procedencias, formatos y formulaciones; conocer experiencias de comercialización asociativa de pequeños productores que han alcanzado calidades de nivel mundial; y visitar tiendas gourmet de la ciudad de Nueva York, que comercializan productos de alta diferenciación y calidad, orientado a consumidores exigentes y sofisticados.

2.4 Descripción de los resultados

Luego de recopilar información, de las diversas empresas que han surgido en los últimos años, como las entidades que apoyan a éstas,

Estas nuevas empresas logran tener éxito o por lo menos mantenerse en el tiempo, gracias a la perseverancia y paciencia para poder soportar las dificultades que se enfrentan en el camino, y en el cual ellos mismo han señalado, que si no fuera por que no se han dado por vencido, sus intenciones quedarían sin dar frutos.

Otro de los factores, el cual influye en la permanencia en el mercado, es el poco conocimiento de los diversos programas de cooperación entregado, Ya sea por el estado o por particulares, todo esto se da a que muchas veces las Pymes están constituidas por familias las que poseen limitados recursos para desarrollar una mayor capacidad de producción o para otorgar un mejor servicio. Debido a esto es que muchas empresas, al

insertar sus productos lo realizan a un costo muy elevado teniendo como consecuencia la limitación de su mercado y no necesariamente logrando llegar al cliente esperado.

Todo esto va muy vinculado en lo que respecta que a pesar de ser personas emprendedoras no poseen las capacidades técnicas, necesarias para llevar a cabo sus proyecciones.

Son por estas razones que se ha incrementado el apoyo y desarrollo de nuevos programas los cuales nuestros ejemplos de innovación han experimentado de manera exitosa, entregándole tanto apoyo económico, y así también otorgándole nuevas experiencias como es el caso de Quesos los maitenes que recibió apoyo gubernamental para asistir a la feria “Fancy Food” New York para conocer los nuevos productos Gourmet que estaban naciendo al mercado. Así también, el apoyo que recibió por parte de Innova Chile de CORFO y el instituto IC2 de la Universidad de Texas, la ganadora del Premio Mujer Emprendedora 2010, María de la Luz Osses Klein, creadora de la empresa Biotecnologías Antofagasta lo cual su premio consiste en poder viajar a New York y mostrar sus productos y conocer un nuevo mercado.

Todas estas ayudas buscan obtener una disminución en la deserción empresarial de pequeñas y medianas empresas y todo lo que conlleva frente a esta situación

CONCLUSIONES

Las características de MGI la hacen una empresa más llamativa para sus clientes con el poder otorgar un servicio in situ según las características del trabajo a realizar.

En base a esto nace la inquietud sobre el cómo la innovación tiene un carácter tan importante en la empresa. Y surgió el planteamiento de cómo el desarrollar nuevos productos o mejorar los ya existentes, puede lograr internarse en diferentes mercados o crear nuevos nichos de mercados, así surgiendo innovadores productos y servicios según requiera el cliente.

Es por eso que en el texto se hace referencia además, a la ventaja competitiva, un tema que va muy relacionado con la innovación, debido a que una buena implementación y desarrollo de estas, puede dar como resultado, el obtener una ventaja competitiva, y poder estar por sobre sus competidores.

En conclusión, este trabajo otorga información, para pequeños y medianos empresarios, siendo útil para poder entender conceptos utilizados en el área del comercio, como lo son ventaja competitiva, e innovación que es proceso de crear o modificar un producto o servicio e ingresarlo al mercado.

Como se pudo observar, la innovación en estos momentos es uno de los principales factores de la economía, y cada día toma más relevancia, por lo mismo los estados invierten en programas en pro de generar nuevos procesos de fabricación, de nuevos productos y servicios (ver Anexo N° 2). Además estas empresas entregan un gran número de empleo, que según un estudio realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) las empresas con menos de 50 trabajadores, representa un 80 % de la mano de obra, utilizada en nuestro país.

Este informe, además es un aporte para poder dar a conocer los diversos programas de financiamientos, cursos, ferias y concursos, para todos aquellos que no conocen o tienen poca información de las diversas ayudas que entrega cada una de las

instituciones. Siendo este un gran problema que presentan los microempresarios, según lo que ellos mismos relataron, debido al poco conocimiento de estos, como también poco conocimiento computacional (Ver anexo N° 3), sobre todo lo que respecta al Internet, el cual es una de las herramientas esenciales para poder lograr ciertos acuerdos o buscar nuevos horizontes teniendo como consecuencia, perder grandes oportunidades para seguir surgiendo.

BIBLIOGRAFÍA

Porter Michael, Estrategia Competitiva, editorial Cecsá México, 2000

Porter Michael, Ventaja Competitiva, editorial Pirámide, 2010

Sitios WEB consultados

- <http://www.conicyt.cl/573/article-7560.html>.
- <http://www.innovacionagraria.cl/BIENVENIDA/tabid/54/Default.aspx>
- <http://www.iniciativamilenio.cl/acerca/quienes.php>
- <http://www.fip.cl/QuienesSomos.aspx>.
- <http://www.avonni.cl/content/premio-avonni>
- <http://www.comerciointernacional.cl/2010/03/las-pymes-y-su-innovacion-ante-el-nuevo-entorno-economico-que-afectara-a-chile-despues-del-terremoto-del-2010/>
- http://www.nuevamente.org/index.php?option=com_myblog&show=ca-m
- www.conapyme.cl

- http://www.nuevamente.org/index.php?option=com_myblog&task=tag&category=20&Itemid=35
- www.innovacion.cl
- http://www.universia.cl/portada/actualidad/noticia_actualidad.jsp?noticia=130491
- http://www.indap.gob.cl/expomundorurallosrios2010/index.php?option=com_content&task=view&id=61&Itemid=1
- <http://www.indap.gob.cl/inicioexpo.html>
- http://www.americalatina.meta4.com/press_and_events/premios_chile_09.asp
- www.diariopyme.cl
- <http://www.cnic.cl/content/view/468854/El-Consejo-de-Innovacion-y-la-Estrategia.html>
- <http://www.economia.cl/1540/article-182937.html>
- http://www.corfo.cl/acerca_de_corfo
- http://rc.prochile.cl/?q=que_es_prochile

- http://www.chilecalidad.cl/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=28&Itemid=94&lang=es
- www.quesosmaitenes.cl
- www.mistramites.cl
- www.gob.cl
- http://www.nuevamente.org/index.php?option=com_myblog&show=ca-mo-levantar-a-las-pyme-despua-s-del-terremoto.html&Itemid=35
- www.InnovaChile.cl
- www.division.cl
- www.canal13.cl

ANEXOS

Anexo 1: ENTREVISTAS

Entrevista N° 1 Encargado de ventas de Quesos Maitenes de Ocoa

1. **¿Cuál es su nombre?**

Luis Peñaloza, soy el encargado de ventas de Quesos Los Maitenes.

2. **¿Dónde se encuentra su empresa?**

Los Maitenes N° 19 Ocoa, Hijuelas, V región

3. **¿Cuándo fueron sus inicios?**

Comenzamos el año 1962, cuando llegamos a Ocoa A finales de los años `60 Luis comienza a aprender el oficio y trabajar palmo a palmo con su padre, concretando adelantos e inversiones que significaron mejoras en los procesos productivos.

En los`90 se concretan inversiones significativas que modifican los procesos productivos y mejora la calidad y sanidad del producto, en concordancia con las normas sanitarias vigentes.

4. **¿Desde cuando produce este tipo de producto?**

En el año 2004, se crea los nuevos productos como son los quesos con especias.

5. **¿Cómo se le ocurrió?**

Tratando de buscar nuevos sabores, más que nada desarrollar productos gourmet, por lo mismo ahora estamos contemplando la idea de crear un queso con dos tipos de leche (leche de vaca y de cabra)

6. **¿Cuáles han sido sus mayores dificultades?**

En un principio era el desconocimiento que tenían los clientes del producto

7. **¿Cuáles son sus competidores más directos?**

Los quesos Pullally

8. **¿Cuáles son sus proyectos para ampliar su empresa?**

Pretendemos asociarnos a otros productores de alimentos gourmet y poder abrir un local donde sea más directa la venta.

9. ¿Cuáles son sus ventajas y desventajas?

La ventaja que posee quesos Maitenes es que sus precios son alcanzables al contrario de la mayoría de los productos gourmet. Donde los clientes de clase baja y media pueden consumirlos.

Y la desventaja es que no somos una marca reconocida en el mercado.

10. ¿Dónde puedo encontrar sus productos?

Actualmente contamos con 2 vendedores, el cual uno vende para Santiago y el otro todo lo que es el interior de la V región, por ahora no estamos en locales grandes, por lo mismo no doy nombres.

Entrevista N° 2 Realizada por el noticiario principal de Canal 13 a la creadora de “Mis tramites”, emitida el 31 de Agosto del 2010

1. ¿Cuál es su nombre?

Jacqueline Bustos.

2. ¿Desde cuando surge esta idea?

Estamos trabajando desde hace 4 años.

1. ¿Cuales son los trámites que hacen?

Tenemos una gran variedad de tramites que van de comprar regalos hasta realizar cotizaciones para decorar un departamento.

2. ¿De donde surge esta idea?

Esta idea se inspiro en experiencias internacionales, en donde los demás delegan el papeleo en otros.

3. ¿Cuál es su mayor dificultad?

La mayor dificultad, es que los chilenos, somos muy desconfiados, que a pesar de llevar una mochila muy grande con los papeleos, nos cuesta delegar los tramites a terceras personas.

Anexo 2:

Innovación: la clave del éxito empresarial

Según expertos, este concepto resulta fundamental a la hora de querer hacer crecer nuestro negocio, tanto así que, “si no innovamos, podemos poner en riesgo el modelo de gestión empresarial”.

A pesar de los recurrentes conflictos financieros de los mercados mundiales, expertos de todas las latitudes señalan que la innovación puede transformarse en el “salvavidas” de los pequeños y medianos empresarios. Sin ir más lejos, el gobierno inyecta anualmente más de US\$1.600 millones en esta materia, considerada, incluso, como la base para alcanzar el desarrollo en 2018.

En conversación con el medio online El Nuevo Día de Puerto Rico, el consultor Marcus Sullivan explicó que la clave para que las PYME sorteen con éxito la inestabilidad de los mercados está, precisamente, en la innovación.

“Las empresas deben innovar para ser más eficientes en la gestión del negocio y ofrecer soluciones estratégicas dirigidas al logro de resultados. Para esto, deben de adoptar normas y fomentar un ambiente de trabajo que rompa con lo tradicional y propicie el desarrollo e implementación de un nuevo modelo empresarial que gestione estratégicamente los recursos, procesos, información, capital y conocimiento”, sostiene el experto.

Asimismo, Sullivan explica que “para que la innovación sea efectiva en las PYME, tienen que existir estructuras y procesos de apoyo internos que faciliten la integración y el desarrollo de nuevos procesos y metodologías, así como recursos humanos capacitados y comprometidos con el proceso de cambio necesario para promover la innovación”.

En esta línea, el consultor puertorriqueño señaló que “algunas Iniciativas innovadoras que beneficiarían a las PYME en diferentes ámbitos de su modelo de gestión serían la descentralización en la toma de decisiones; automatización de sistemas y procesos internos; centralización de procesos de compra; digitalización de documentos; subcontratación de recursos que no son claves; establecimiento de normas de control de calidad; creación de sistemas de fidelización para captar clientes nuevos y la promoción a través de las redes sociales y los blogs”.

Así, el experto asegura que “si no innovamos, podemos poner en riesgo el modelo de gestión empresarial y perderemos no sólo competitividad, sino una gran oportunidad para estar mejor preparados para afrontar el futuro”.

Anexo 3

LEY DE PRESUPUESTOS AÑO 2010 MINISTERIO ECONOMIA SECRETARIA Y ADMINISTRACION GENERAL DE ECONOMIA PROGRAMA INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD	Partida: 07 Capítulo: 01 Programa: 07
---	---

I. PROYECTOS/INICIATIVAS CON RECURSOS FIC NACIONAL (PRESUPUESTO 2010, EJECUCIÓN PARA EL PERÍODO 01/01/2010-30/06/2010)

Región	Nombre del Programa o Línea de Financiamiento	Total M\$
--------	---	-----------

LEY DE PRESUPUESTOS AÑO 2010 MINISTERIO ECONOMIA SECRETARÍA Y ADMINISTRACIÓN GENERAL DE ECONOMÍA PROGRAMA INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD	Partida: 07 Capítulo: 01 Programa: 07
---	---

I. PROYECTOS/INICIATIVAS CON RECURSOS FIC NACIONAL (PRESUPUESTO 2010, EJECUCIÓN PARA EL PERÍODO 01/01/2010-30/06/2010)

Región	Nombre del Programa o Línea de Financiamiento	Total M\$
Los Ríos	Apoyo al Entorno del Emprendimiento - InnovaChile	27.798
	Capital Semilla Apoyo a la Puesta en Marcha - InnovaChile	39.600
	Concurso Temático - InnovaChile	52.900
	Doctorado Nacional - CONICYT	80.400
	Magíster Nacional - CONICYT	18.586
	Planes de Desarrollo CCTE (Financiamiento Basal) - PIA - CONICYT	799.919
Total Los Ríos		1.019.203
Los Lagos	Apoyo al Entorno del Emprendimiento - InnovaChile	12.024
	Bienes Públicos para la Innovación - InnovaChile	74.893
	Capital Semilla Apoyo a la Puesta en Marcha - InnovaChile	40.000
	Capital Semilla Estudios de Preinversión - InnovaChile	12.000
	Innovación Empresarial de Rápida Implementación - InnovaChile	33.845
	Innovación Empresarial Individual - InnovaChile	448.113
	Innovación Precompetitiva - InnovaChile	380.055
Total Los Lagos		1.005.730
Magallanes	Concurso I+D - CONICYT	53.900
Total Magallanes		53.900
Multiregional	Bienes Públicos para la Innovación - InnovaChile	139.854
Total Multiregional		139.854
Metropolitana	Apoyo al Entorno del Emprendimiento - InnovaChile	31.964
	Bienes Públicos para la Innovación - InnovaChile	310.561
	Capital Semilla Apoyo a la Puesta en Marcha - InnovaChile	399.958
	Capital Semilla Estudios de Preinversión - InnovaChile	24.000
	Centros de Investigación Avanzada en Educación - PIA - CONICYT	225.000
	Concurso Temático - InnovaChile	113.000
	Consortios Tecnológicos Desarrollo - InnovaChile	250.000
	Doctorado Nacional - CONICYT	1.202.067
	Innovación Empresarial de Rápida Implementación - InnovaChile	111.262
	Innovación Empresarial Individual - InnovaChile	677.590
	Innovación Precompetitiva - InnovaChile	83.853
	Inserción en la Industria - Inserción - CONICYT	60.300
	Línea de Apoyo al Extensionismo (Nodos) - InnovaChile	158.016
	Magíster Nacional - CONICYT	202.829
	Planes de Desarrollo CCTE (Financiamiento Basal) - PIA - CONICYT	1.152.000
Plataforma de Negocios para la Innovación - InnovaChile		87.079
	Proyecto Difusión y Transferencia Tecnológica - InnovaChile	264.285
Total Metropolitana		5.353.461
Extranjero	Doctorado en el Extranjero - CONICYT	905.484
	Magíster en el Extranjero - CONICYT	241.539
Total Extranjero		1.147.024
Total General		11.661.702
Total Gasto Operacional		689.123
Total General		12.350.824

* La Información aquí contenida puede sufrir modificaciones según informes posteriores entregados por agencias ejecutoras.

Anexo 4

“El analfabetismo digital es el peor enemigo de las Pyme”

Andrés Pumarino, abogado experto en medios digitales y director del Duoc UC sede Alonso Ovalle, señaló que los rubros que mejor han utilizado el e-commerce en Chile son los que venden servicios, flores, chocolates y los especialistas en libros y música. “El turismo tiene mucho potencial pero lamentablemente no lo ha desarrollado”, apuntó.

A pesar que Chile tiene una de la mayores cantidades de usuarios de Internet – 8 millones para el 2009-, el 80% de las empresas nacionales no ocupan eficazmente esta herramienta. Estos fueron algunos de los datos entregados por el abogado especialista en información y tecnología, Andrés Pumarino, expositor del seminario “Aspectos legales para vender productos o servicios por Internet: de lo teórico a lo práctico”, organizado por diariopyme.com en el auditorio Duoc UC de Alonso de Ovalle.

Durante la ocasión, el académico resaltó las múltiples oportunidades que ofrece Internet a los pequeños y medianos empresarios, pero que, debido a falta de información, no son utilizadas por ellos. “Una de las cosas que se deben mejorar es la falta de conocimiento. El analfabetismo digital es el peor enemigo de las Pyme. Se debe pasar del analfabetismo a ser usuario de la Web. Falta capacitación, para que los empleados adquieran destrezas tecnológicas“, señaló el profesional, quien además es profesor y director de la sede Duoc UC Alonso de Ovalle.

El académico señaló que los rubros que mejor han utilizado el e-commerce en Chile son los de servicios, y venta de productos como florerías, chocolaterías, libros y música. “Sin embargo, hay un área que tiene mucho potencial: el turismo, pero lamentablemente no se ha desarrollado al máximo”, explicó Pumarino.

Consejos legales

Uno de los aspectos en los que más profundizó fue en los aspectos legales que se requieren manejar para tener un negocio exitoso. El académico resaltó las dificultades jurídicas que surgen al realizar negocios virtuales, que no se desarrollan en espacios geográficos determinados. Como consejo, el abogado señaló que los sitios Web deben tener “Condiciones de Uso” explícitas, para que los usuarios tengan confianza en las transacciones que se realizan por este medio.

Finalmente, Pumarino incentivó a los asistentes a investigar todas las potencialidades y herramientas que ofrece Internet para potenciar sus empresas y tal como las grandes compañías, ocupar sus sitios Web, no sólo como una vitrina, sino como un espacio real para hacer negocios.

Gestión para el segundo semestre

El 10 de septiembre será el turno de Claudio Del campo, gerente de Fundes Chile y miembro del Consejo Editorial de diariopyme.com. El profesional expondrá en el seminario: “Control de gestión: menos planificación y más acción”. Para más información visite la información del Consejo Editorial y no pierda tiempo para inscribirse.