



Innovación a Escala Global Crecimiento y Rentabilidad de Doble Dígito

Iván Vera

Gerente General IGT S.A. Director Centro de Innovación y Tecnología, UAI

INNOVA CHILF Programas de Prospección e Investigación de Mercados Externos

Santiago, 19 de Junio de 2007

Este documento contiene material de propiedad de IGT S.A. y se presenta para uso académico de la audiencia del seminario en referencia. El material contenido en esta presentación no debe ser reproducido sin la previa autorización por escrito de IGT.





Las nuevas reglas del juego:

La Globalización



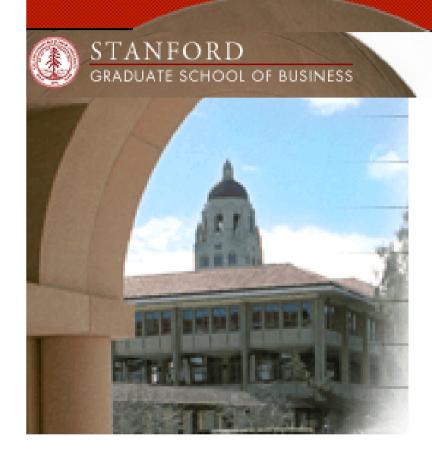
90's:

Internet conecta 100 millones de computadores

1.000 millones de personas

E-Commerce superior a US\$ 1.000 Billones











Emerge el ETHOS de Silicon Valley



entre 1989 y 1999 caen las barreras arancelarias

...una a una....

en todo el mundo

...mmmhhh....casi todo el mundo!



China: La manufactura del gigante asiático se vuelve presente en todo el mundo





India emerge en las industrias de servicios y TI





en tan sólo 15 años

CHINDIA

duplica la masa de trabajadores integrados a la economía global



bajan los precios de los productos manufacturados

suben los precios de los commodities



entre 1990 y 2003

se duplica el comercio mundial



Las reglas del juego en los negocios cambiaron...en todo el mundo

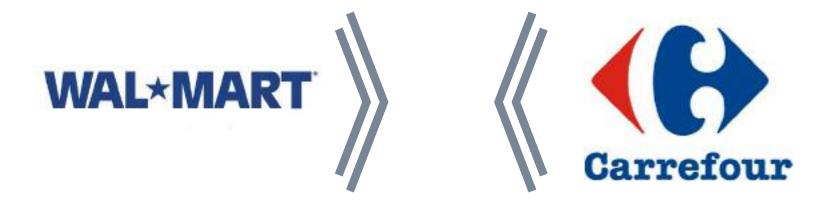
La globalización trajo consigo especialización y concentración...



la globalización provocó hipercompetencia







convergencia mundial de modelos de negocio



Malas Noticias!

la "gemelización" provoca guerra de precios!

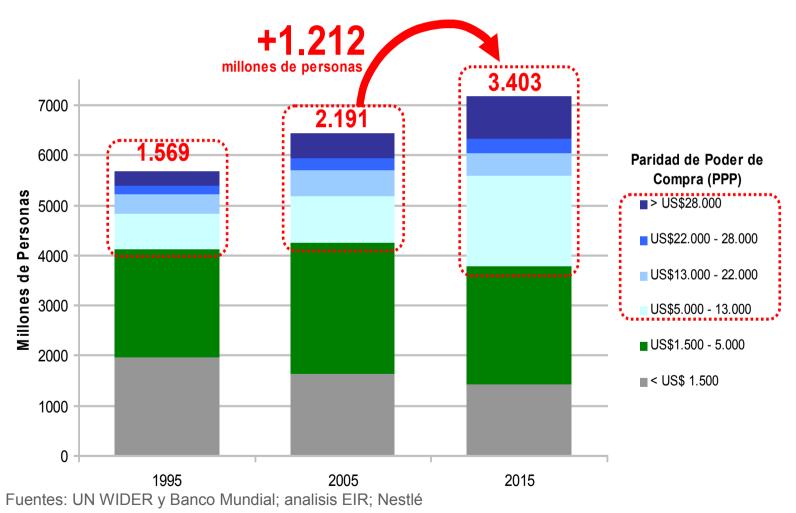


Buenas Noticias!

la globalización está trayendo crecimiento, bienestar y oportunidades para millones!



En los próximos 10 años aumentará en **1.200 millones** la población mundial con más de US\$ 5.000 per cápita





Durante los próximos 10 años

el mundo presenciará el mayor

crecimiento económico

que jamás se haya visto



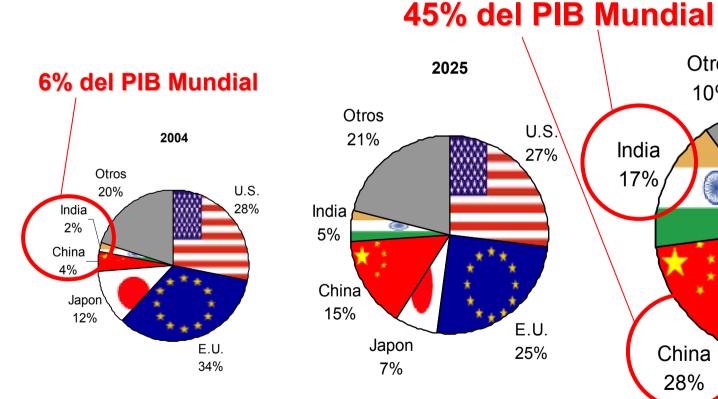
En diez años, habrá la mayor expansión de CONSUMIDORES

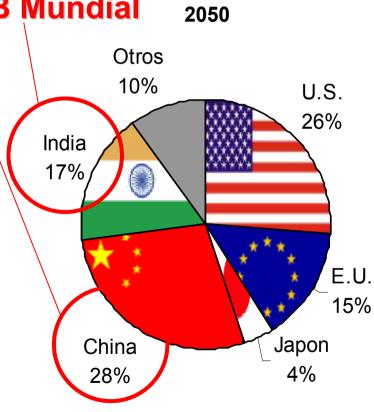
que jamás haya conocido la humanidad en toda su historia



En 2050

Chindia representará el 45% del PIB Mundial





Fuente: Keystone India.



Más Buenas Noticias!

Ya no se trata de ser grande... emergen los

"Pequeños Hipercompetentes"





los "Pequeños Hipercompetentes" no usan estrategia de nicho

reinventan la industria!

...y crecen!



La Oportunidad es inmensa para Chile

ya no es necesario ser grandes...
en población, territorios o multinacionales



Las empresas hipercompetentes

- sea cual fuere su origen y tamaño -

se apoderarán de los mercados mundiales más atractivos



Ya no basta con "copiar"....no basta con "mejorar" estas habilidades ya son commodities!

Ahora debemos aprender a conjugar el verbo





La nueva economía....

Economía de la Innovación

Creación de valor...
Relaciones...
Redes...



La Optimización y la Excelencia Operacional son condición necesaria, pero ya no suficiente



no basta con mejorar...

no basta con reducir costos y

superar al "best performer" del benchmark



los "hipercompetentes" no sólo mejoran día a día...

también reinventan la industria...

crean valor nuevo

para sus clientes, consumidores y usuarios





En adelante, habrá que compatibilizar ambas disciplinas











crear



Debemos aprender a conjugar el verbo



...y en la práctica...

¿qué es innovar?



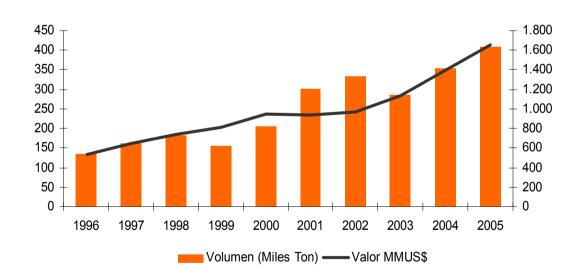
ino necesariamente!



Chile se ha convertido en forma progresiva en un Global Player de la industria del Salmón. Junto con Noruega tenemos el 35% de participación del mercado mundial. El tercero tiene menos del 10%.

Evolución en valor y volumen de las exportaciones de Salmón y Trucha.

	Salmón	
	Valor MMUS\$	Volumen (Miles Ton)
1996	526	135
1997	646	160
1998	738	182
1999	810	155
2000	944	207
2001	937	301
2002	972	333
2003	1.131	287
2004	1.398	354
2005	1.657	408
	_	





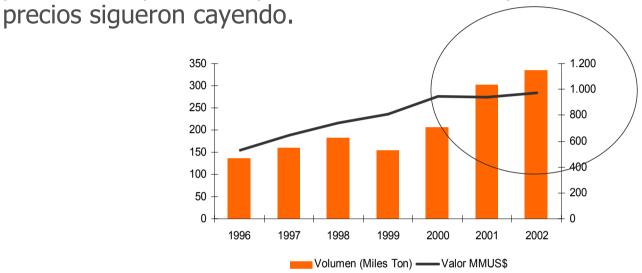
Si la industria acuícola chilena no hubiese innovado, en 2005 habría exportado entre 400 y 600 millones de dólares en lugar de US\$ 1.7 billones como fue el caso.

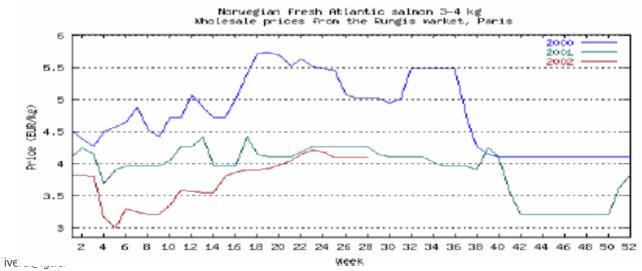
La innovación nos hace crecer más rápido.





Así lucía el mercado mundial del salmón en 2002. El precio caía. Los productores de Chile y Noruega aumentaban su volumen físico de producción para compensar la caída de precios. Círculo vicioso!... los

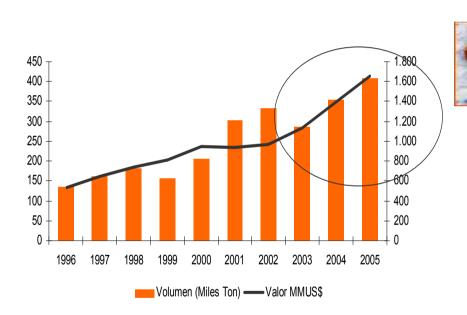








Chile imaginó una vía para "descomoditizarse" y creó nuevas propuestas de mayor valor para el mercado mundial de alimentos marinos. Inició así una jornada hacia "El Valor de lo Unico"!



Salmón Filete

















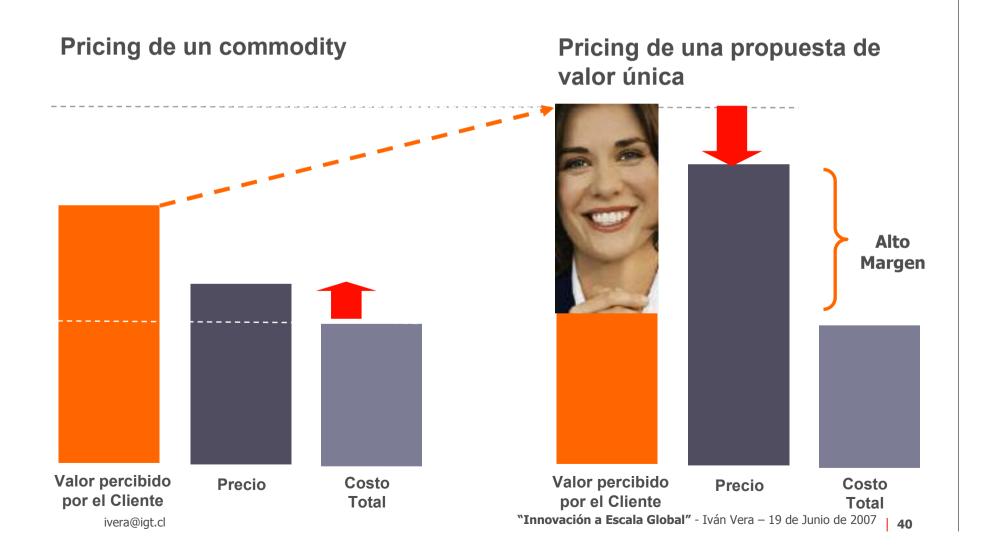






La innovación consiste en la creación de valor único para consumidores y clientes. Si somos únicos, podemos cobrar según el valor que somos capaces de crear.

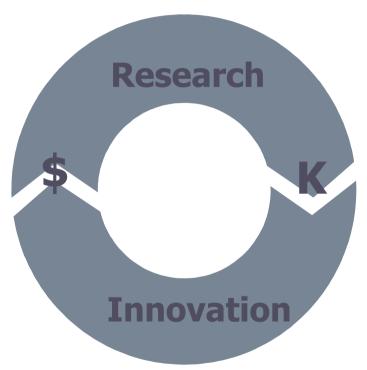
La innovación nos hace más rentables





Innovar no es crear tecnología...innovar es crear Valor

Investigar es Transformar Dinero en Conocimiento



Innovar es Transformar Conocimiento en Dinero

Fuente: ExpoAlemania 2005, Santiago de Chile, Un aporte del Dr. Hartmut Raffler, VP Innovación de Siemens a escala global.



idea 1:

innovar es crear valor de alto impacto

...innovar no es mejorar el modelo de negocio que operamos, ...innovar no es crear tecnología, sino crear conceptos de negocio que aún no existen

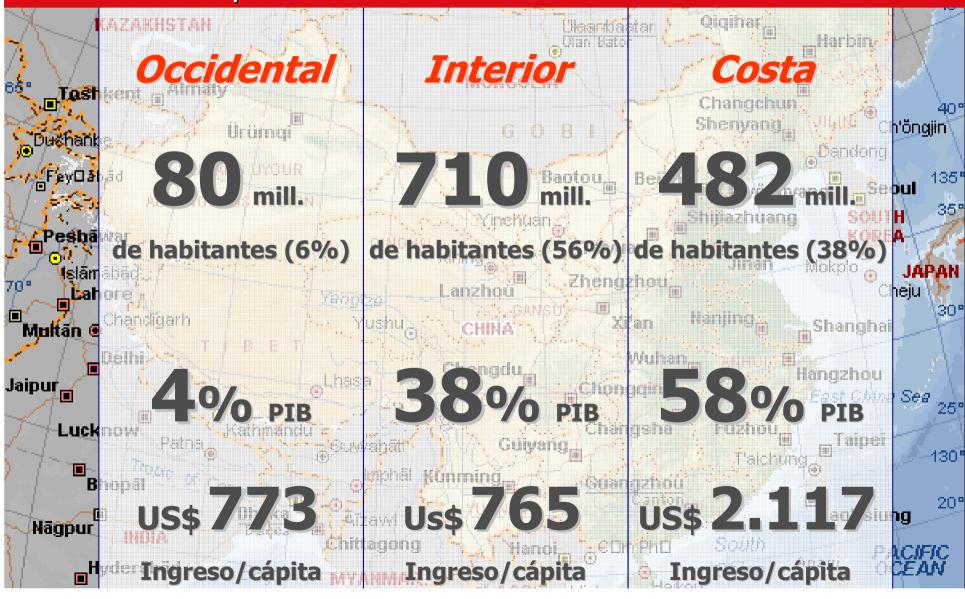


Cuando innovamos buscamos...

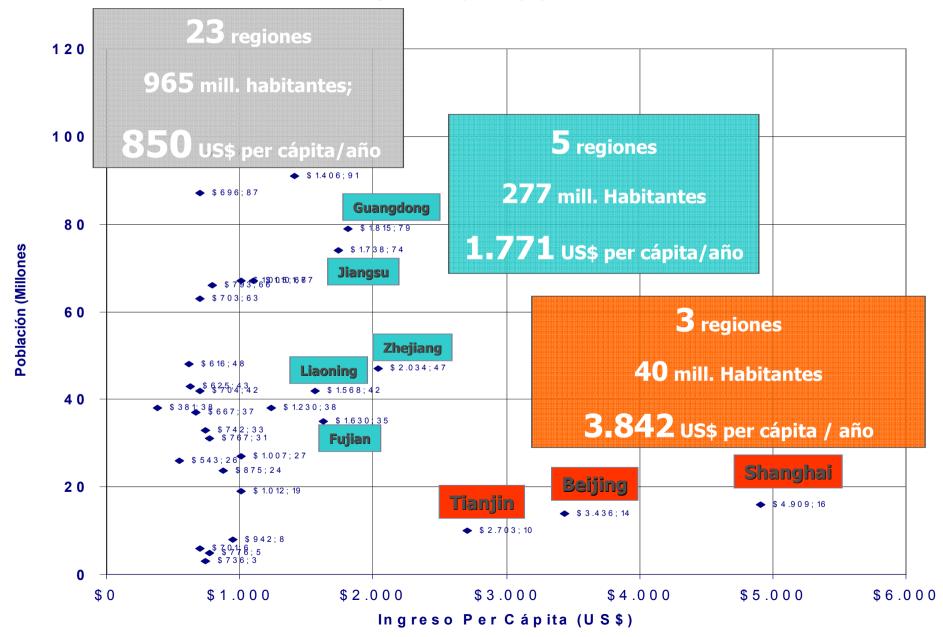
Impacto muy muy alto impacto



El tamaño de la economía china es 20 veces la de Chile La población china es 80 veces la chilena



Distribución Población v/s Ingreso en China 2002





Las "Plataformas de Innovación" focalizan los esfuerzos para la generación de nuevos negocios, basados en el cruce entre necesidades latentes y las capacidades de la compañía

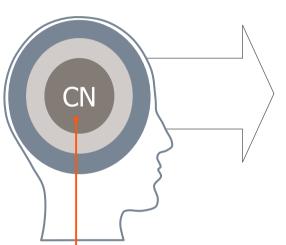




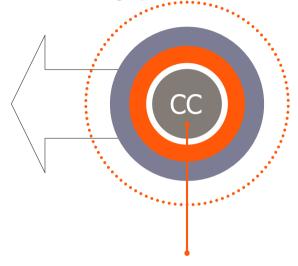


Plataforma de Innovación

"Desarrollo de jugos con base en hortalizas para el mercado japonés"







Conjunto de Necesidades

- 1. Tradición japonesa de consumo jugos de frutas y vegetales.
- 2. Por ejemplo: jugo de lechuga, jugo de zanahoria, jugo de pimentón, etc.
- 3. Kagome, un actor del mercado japonés necesitaba generar nuevas propuestas de valor

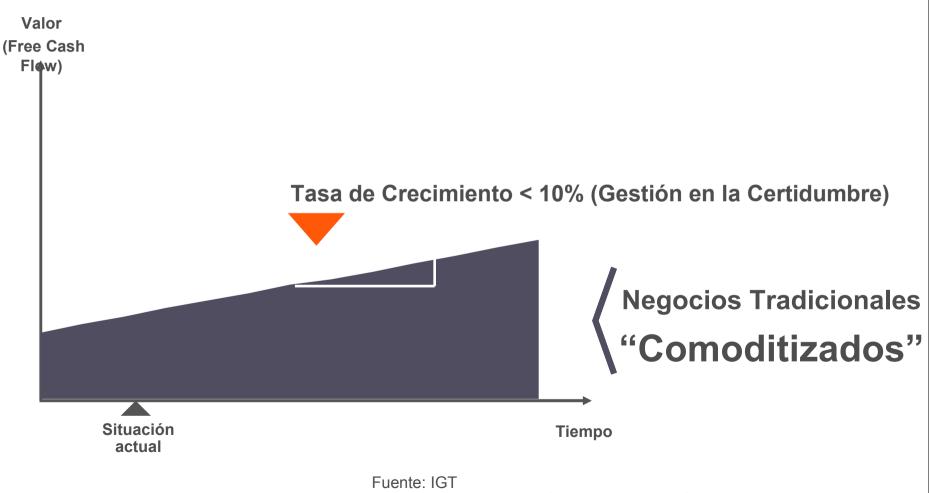
Conjunto de Capacidades

- 1. Invertec contaba con una planta de producción de jugo de manzana
- 2. Invertec contaba con una planta donde deshidrataba pimientos rojos
- 3. Invertec articulaba una red de 100 productores de pimentones rojos
- 4. Kagome proporcionó expertos y acceso a pruebas de prototipo con consumidores en Tokyo

US\$ 1,5 millón de ventas al primer año de lanzamiento al mercado

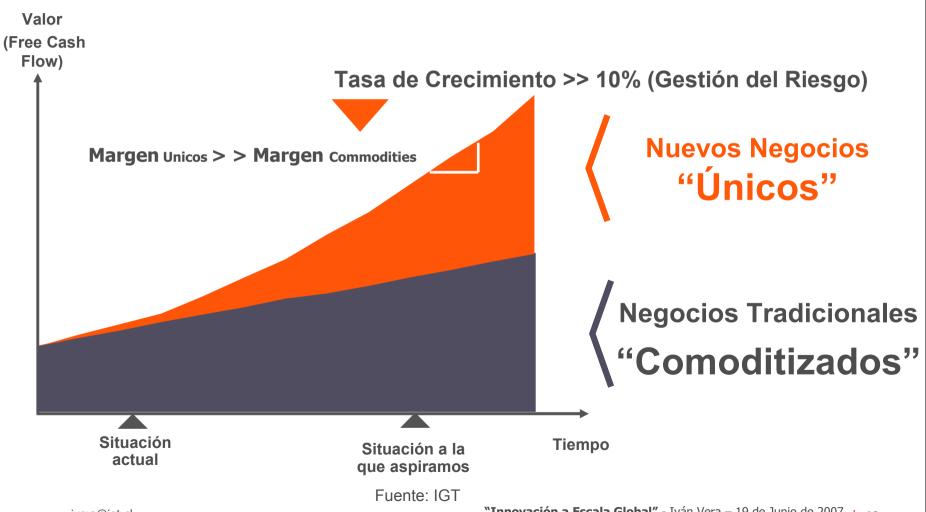


Los negocios tradicionales, ya comoditizados, seguirán creciendo a tasas indexadas al crecimiento de la economíaserán tasas de un dígito



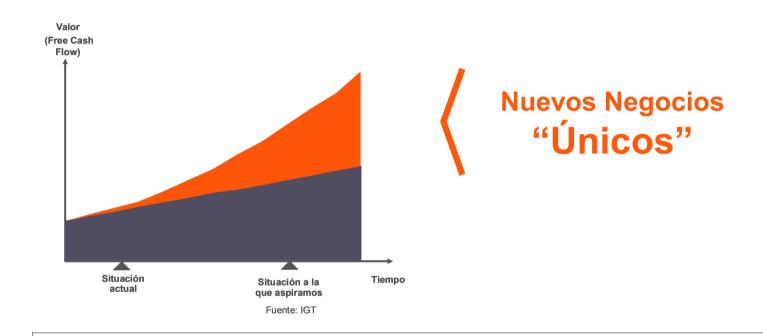


Los negocios en que seamos únicos, como empresas o como países, crecerán a tasas de doble dígito..... en ocasiones de tres dígitos!...Pues, crecemos al ritmo del mercado que somos capaces de crear!





Los negocios en que seamos únicos, crecerán a tasas de doble dígito..... en ocasiones de tres dígitos!



Métrica de Innovación

% de EBITDA proveniente de soluciones con menos de 5 años en el mercado



idea 2:

focalizate en **crear valor único y superior**

para la tribu de clientes y consumidores que elijas



crear valor único y superior ¿para qué tribu de clientes y consumidores?







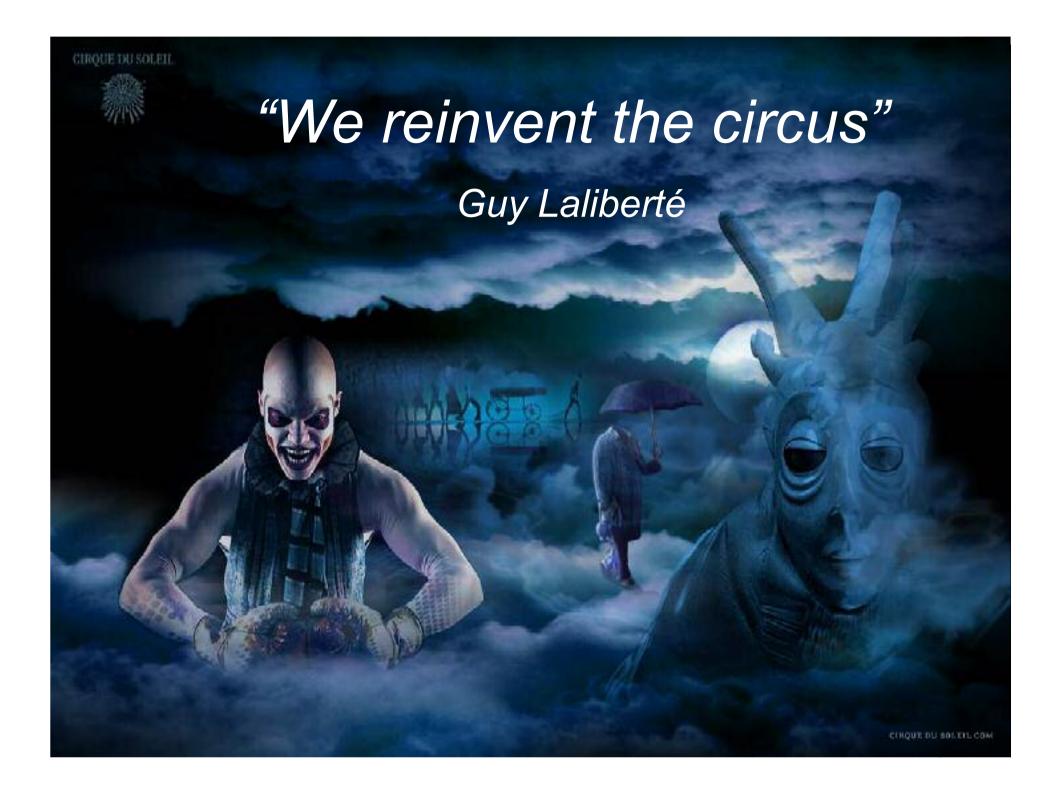
El Global Player: 100 años de liderazgo en la industria del circo



Esta tradicional industria agonizaba en hipercompetencia ... por años!

- Las audiencias disminuían y la rentabilidad bajaba.
- Sustitutos: shows en vivo, eventos deportivos, entretenimiento en el hogar, Playstation, Xbox, ...etc.
- Sentimiento creciente en contra del abuso de animales en circos.
- Alto poder de proveedores y compradores.









CIRQUEDUSOLEIL.COM

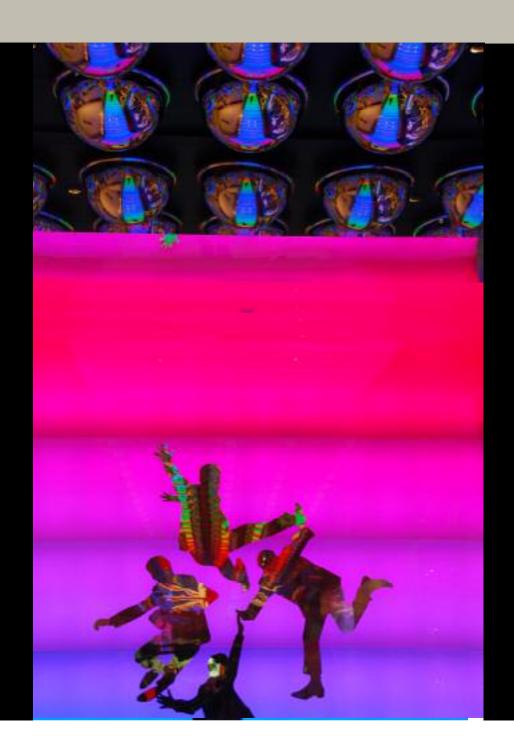






















CIRQUE DU SOLEIL.





- No sólo divierte.....iemociona!
- Puso música, luces y color
- Sofisticó el humor
- Potenció la acrobacia
- Diseñó una historia para cada show
- Múltiples producciones simultáneas



Cirque Du Soleil

creó valor único



idea 3:

diseña la experiencia

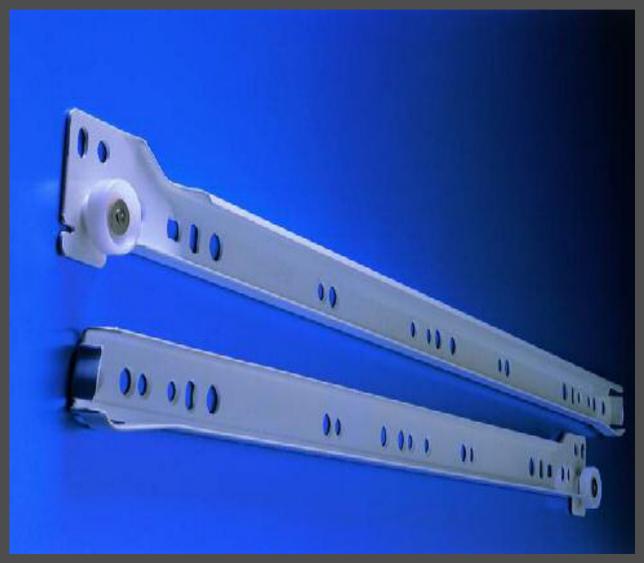
que le ofrecerás a la tribu de clientes y consumidores que has elegido



En 1994, Ducasse empezaba a enfrentar la creciente competencia asiática

Ese año el balance cerró en rojo...por primera vez en su historia





Abraham Ducasse decidió internacionalizar la compañía



...y vinieron años de:

- Inversión y actualización tecnológica
- Renovación del capital humano de Ducasse Industrial
- Flexibilización de la estructura de costos
- Viajes y semanas fuera de casa de muchos profesionales y ejecutivos determinados a conquistar logros
- Conocimiento de las necesidades de los consumidores en Argentina, México, Brasil, España, y más lejos.
- Experimentación...frustraciones y nuevos intentos
- Incorporación de nuevas habilidades: Innovación & Diseño
- Exitos y satisfacciones



10 años después

De vender sólo en Chile, a vender en 20 países.

De facturar menos de MMU\$ 3... a facturar MMU\$ **30**

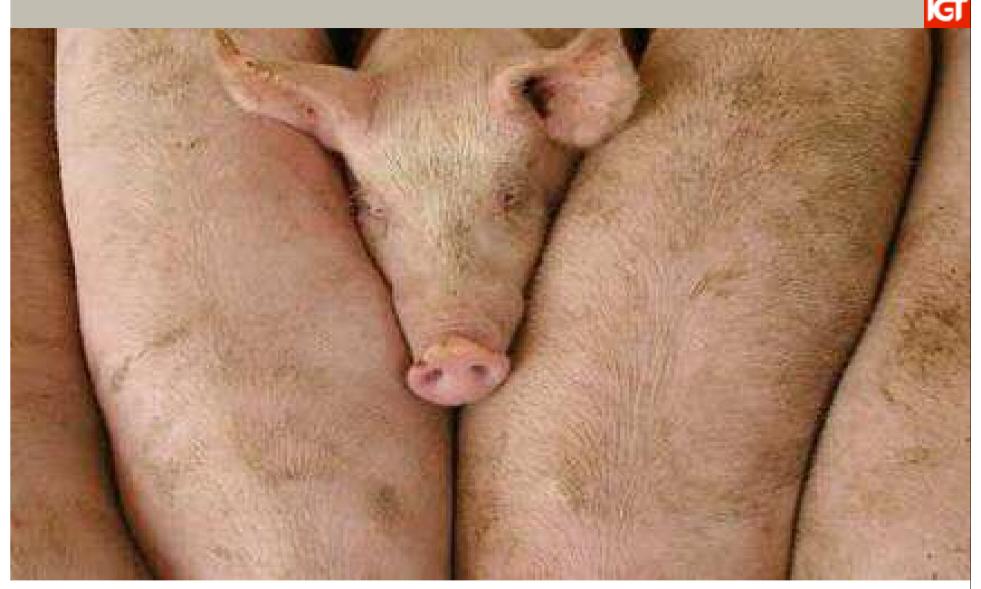




Ducasse

diseña

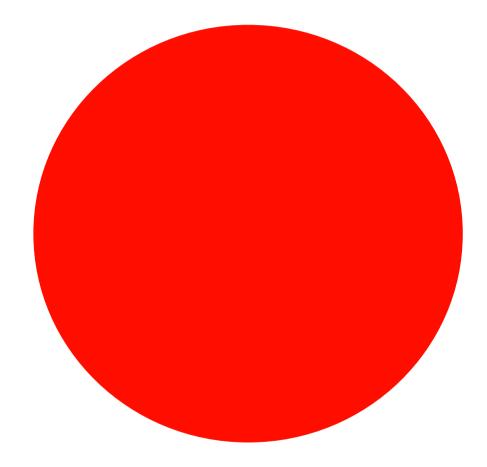
Ducasse trabaja con diseñadores, ellos tienen las habilidades y formación para la creación iEllos comprenden la naturaleza del vebo crear!



En 2006, Chile exportó más de US\$ 200 millones de carne de cerdo a Japón



El tamaño de la economía de Japón es 40 veces la chilena La población de Japón es 8 veces mayor a la chilena





¿Chile exportó?

iDon Gonza!

...y José Guzmán con su equipo estelar





idea 4:



asume tu desafío... con determinación!

HOY!



Imaginalo Escríbelo Créelo Hazlo!



escribe 100

características de tu desafío



si tú crees que no puedes....

ino podrás!





Idea Final:



hambre de logro

...de inmenso éxito



hambre de negocios de altas tasas de crecimiento global



hambre de emprendimiento



el talento emprendedor

...se forja ...se construye día a día ...se logra



práctica y error! práctica y error! práctica y error! práctica y error!

innovando



cultivando la pasión por Crear Valor único para el bienestar de los demás!



pasión por crear realidades nuevas y valiosas para Chile y el mundo



"El Chile que Viene" necesita el talento creador de muchos más



para que Chile sea un país desarrollado en 15 años nuestra economía debe crecer sostenidamente a una tasa superior al 7%.

Diseño: Procorp



no lograremos 7% de crecimiento sin el talento creador de al menos nuevos 1000 emprendedores de alto impacto global

Diseño: Procorp Fuente: IGT



Vamos a formar 1.000 nuevos emprendedores en la disciplina de la innovación antes del 2012.

Diseño: Procorp Fuente: IGT



Si tú te convences que podemos....

ipodremos!

imuchas gracias!



Todo lo que imaginas es real!

"Innovación a Escala Global" estará mañana en www.igt.cl



Todo lo que imaginas es real!



IGT ha creado valor mediante consultorías y conferencias para equipos directivos y clientes de compañías principales en varios sectores de la economía y en varios países de IberoAmérica.



























Madrid, España & América Latina



Brasil









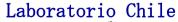






















Iván Vera

Gerente General de IGT

El Sr. Vera es Gerente General de IGT S.A.; Fundador y Director del Centro de Innovación y Tecnología de Universidad Adolfo Ibáñez e IGT; Director del Círculo de Innovación y Tecnología de ICARE (Chile); Director de INVERTEC Seafood S.A.; y profesor de la Universidad Adolfo Ibáñez; la Universidad de Los Andes (Chile) y la Universidad de Chile.

Es Ingeniero Civil Electricista de la Universidad Técnica Federico Santa María; Diplomado en Evaluación de Proyectos de Inversión de Capital por la Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Chile y Diplomado en Ingeniería Nuclear en el Centro de Investigaciones Medioambientales y Tecnológicas, CIEMAT de España.



Durante los últimos 17 años, ha dirigido más de 300 proyectos de consultoría para empresas de los sectores agroindustrial; alimentos; energía; educacional; forestal; manufacturero; minero; salud; seguros y telecomunicaciones. Entre los clientes que ha atendido, se encuentran Corporación del Cobre, CODELCO; Chilectra (Santiago), Codensa (Bogotá), Coelce (Fortaleza, Brasil), Edelnor (Lima, Perú), cuatro de las distribuidoras eléctricas del Grupo Endesa de España en Latino América; Clínica Santa María; Cintac (Grupo CAP, Compañías de Acero del Pacifico); Empresa Nacional del Petróleo, ENAP; Grupo Forestal Arauco; Grupo Invertec; Grupo Indumotora; Grupo Pellas (Nicaragua); Grupo Motta (Panamá); Telefónica Chile; Rodelag Retail (Panamá) y Viña San Pedro (Grupo Luksic).



Iván Vera

Gerente General de IGT

Asimismo, ha dirigido equipos de consultoría para la creación de valor único para entidades de gobierno, tales como la Presidencia de la República de Panamá; la Biblioteca del Congreso Nacional en Chile; la Caja Costarricense de Seguridad Social; el Fondo Nacional de Salud de Chile; el Ministerio de Salud; los Poderes Judiciales de Chile, Costa Rica, Panamá y Perú; Universidades en Chile y Colombia y diversos ministerios y agencias gubernamentales de América Latina.



Conferencista Internacional

El Sr. Vera ha dictado conferencias en gestión de la innovación para empresarios y gerentes de AGFA; AMPLA (Río de Janeiro); ANDI, Asociación de Empresarios de Colombia (Cali); ASIQUIM, Asociación de Industriales Químicos de Chile; Banco BICE; BICE Vida; Clariant; Clínica Santa María; COELCE (Fortaleza); Codensa (Bogotá); CAF - Corporación Andina de Fomento (Lima); Edelnor (Lima); Empresa Nacional del Petróleo; GRIVAL de Grupo Corona (Bogotá); ILAFA, Instituto Latinoamericano del Fierro y el Acero (Río de Janeiro); Laboratorio Chile; MetLife; Shell; y Siemens. (Programado para Diciembre: Ipiranga, Brasil)

Desde 2003, el Sr. Vera se ha desempeñado como profesor y relator de clases de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez a alumnos del MBA Executive y del MEV (Magíster en Dirección Estratégica de Ventas) y en cursos cerrados a altos ejecutivos de empresas de diversos sectores de la economía: BBVA; Entel PCS; Polpaico; P&O NedLloyd; Chilectra; etc. (Programado para Diciembre: LAN Airlines)

Desde 2004, el Sr. Vera se desempeña como profesor titular de la cátedra de Innovación del Master en Gestión de Salud de la Universidad de Los Andes de Chile.