

En esta inédita edición doble de Innovación, entregamos los ganadores, hallazgos y tendencias que arroja el principal ranking de innovación corporativa del país, desarrollado por MIC Business Consulting en alianza con el ESE Business School de la U. de los Andes y "El Mercurio".



La fiesta que se vivió en la entrega de resultados y premiación, en la U. de los Andes. 12

Las 17 empresas y 36 corporaciones que lideran en sus respectivas industrias. **i12 a i24**



Patricio Cortés,
socio de MIC
Business Consulting:
"Chile está mirando
al lugar equivocado;
lo que importa es la
innovación, no la
ciencia". 110

Las 12 tendencias que las empresas miran este año.

RANKING MOST INNOVATIVE COMPANIES 2023

La innovación ya explica más del 6% de los ingresos de las grandes empresas

Invertir en hacer las cosas de otra forma les está dando réditos a quienes se atreven. Así lo demuestra la edición de este año de la principal radiografía a la innovación corporativa en Chile. **i4i8**



LA EDICIÓN DE ESTE AÑO VIENE CARGADA DE HALLAZGOS RELEVANTES:

Ranking Most Innovative Companies 2023 presenta la mayor radiografía a la innovación corporativa chilena

La 13ª versión del estudio elaborado por MIC Business Consulting junto con el ESE Business School de la Universidad de los Andes y en alianza con Innovación de "El Mercurio", analizó a más de 300 compañías, de 30 industrias. Junto con reconocer a 53 empresas por su trabajo en innovación, detectó 12 tendencias que están en el radar de los líderes corporativos y, de paso, logró elaborar inéditas cifras sobre el retorno que les significa a las organizaciones cada peso que invierten en innovar. EQUIPO DE INNOVACIÓN

Aunque son las 8:30 de la mañana, el ambiente es de fiesta. El auditorio del ESE Business School de la Universidad de los Andes está repleto y durante los próximos 80 minutos, no parará de producir aplausos.

Con ese clima se desarrolla la presentación y premiación del Ranking Most Innovative Companies 2023, un estudio que desde hace 13 años desarrolla la consultora MIC Business Consulting, junto con el ESE y en alianza con "El Mercurio". Se trata de la mayor y más completa radiografía anual al estado de la innovación corporativa en Chile. Una que no solo reconoce a las empresas que mejor lo hacen en sus respectivos rubros, sino que además detecta las tendencias que marcan sus decisiones y descubre las claves detrás de los procesos de innovación que cada una lleva a cabo.

Y las cifras de este año corroboran su importancia. Una inédita cifra de 300 compañías, vinculadas a 30 industrias diferentes, decidió evaluarse este año bajo la metodología diseñada por MIC Business Consulting. Nunca antes había habido tanto interés, lo que es una muestra de la creciente importancia que le asignan las empresas a esta temática.

Algo que se traduce también en los hallazgos de esta edición (ver páginas i 4 a i 10), en que se aprecia que la inversión en innovación va al alza y que además está siendo un buen negocio, al explicar una fracción cada vez más relevante del Ebitda de las organizaciones.

Eso fue lo que enfatizó Patricio Cortés, socio y CEO de la consultora, al presentar los resultados 2023 ante una audiencia compuesta casi en su totalidad por altos ejecutivos. "Les quiero dejar un mensaje. Cuando uno se pregunta qué es innovación, hay millones de definiciones. Pero hay una que funciona bien siempre: innovar es hacer que las cosas más rápido, más simple y más barato. Eso es lo que genera valor", destacó para luego iniciar la entrega de los galardones a cada una de las organizaciones líderes.



Patricio Cortés, socio principal de MIC Business Consulting, fue el encargado de presentar los hallazgos clave de la edición 2023.



Luego de la ceremonia, los equipos presentes "alargaron" el festejo con distendidos momentos en los jardines de la U. de los Andes. Varios, además, aprovecharon la ocasión para compartir ideas y contactos para eventuales proyectos en conjunto.

La primera en subir al escenario fue MercadoLibre, compañía que este año fue votada por los ejecutivos consultados como la que más admiran del país. Le siguieron Copec, CMPC, Bci y Enaex.

UN AÑO DE NOVEDADES

La jornada había partido con las palabras de Raimundo Monge, director general del ESE Business School. "Esta actividad es muy importante para nosotros porque la innovación es muy ne-



La empresa de comercio electrónico MercadoLibre recibió un premio especial por ser la más admirada por los altos ejecutivos del país.

cesaria en los tiempos que estamos viviendo de una actividad económica más floja. Es una palanca para darle curso a la actividad de las empresas y ojalá mejorar la productividad del país", afirmó.

Luego fue el turno de Manuel Fernández, editor de Innovación de "El Mercurio", quien remarcó la importancia de reconocer a los equipos que están detrás de los esfuerzos innovadores de las compañías, debido a que "es un proceso nada de fácil, que nunca termina y que puede ser muy frustrante". En ese sentido, valoró el trabajo que hace el ranking de detectar y reconocer buenas prácticas empresariales, algo que abre la posibilidad de compartirlas y amplificar su impacto.

En ese sentido, además de los hallazgos y tendencias que se detallan en el

cuerpo que tiene en sus manos, las autoridades coincidieron en destacar una de las principales novedades de la edición 2023: la creación del Círculo Davinci, un reconocimiento especial a las empresas que, según el análisis, no solo son líderes en sus industrias, sino que además están generando buenas prácticas en materia de innovación que las convierten en un referente para compañías de cualquier ámbito. Sobre esos casos de éxito, profundiza la segunda parte de esta inédita edición doble de Innovación de "El Mercurio".

En total, una cobertura especial de 42 páginas que invita a profundizar en novedosas ideas, buenas prácticas, testimonios de líderes corporativos, datos de interés y tendencias que nacen en la sociedad e impactan directamente en los negocios y las propuestas de valor.

La ceremonia se realizó en el auditorio del ESE Business School de la U. de los Andes y fue transmitida vía streaming por EmolTV.



"La innovación es una palanca para darle curso a la actividad de las empresas y ojalá mejorar la productividad del país".

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



"Lo que más destaco es el entusiasmo que se ve en las compañías. La innovación está provocando los grandes cambios que se ven en las empresas".

JAVIERA KOWALECZKO
Gerenta de Proyectos de MIC Business Consulting.



"Lo que están haciendo las compañías que se reconocen tiene valor no solo para sus stakeholders, sino también para el público en general, que puede ver aquí ejemplos de empresas que se atreven a hacer las cosas de una manera diferente".

MANUEL FERNÁNDEZ
Editor de Innovación de "El Mercurio".



SOMOS LA EMPRESA #1 EN INNOVACIÓN

En el ranking Most Innovative Companies Chile 2023,
sector Shopping Centers.



• Arauco +



• Electrolíneas



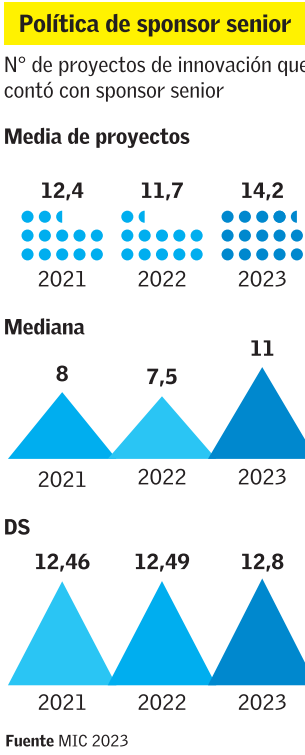
• Arauco Pick Up
& Delivery



• Arauco Pop Up

Estamos orgullosos de ser reconocidos por segundo año consecutivo como la empresa más innovadora en el sector Shopping Centers y obtener el **lugar #12** en la categoría general, que engloba a las compañías más innovadoras de Chile.





PERFIL DE LOS LÍDERES

Gerente de Innovación: 42 años, 23% mujeres, cuatro años en el cargo y la mayoría con posgrados

En tres años se nota una evolución en las carreras de pregrado predominantes de quienes ocupan este puesto, con una disminución progresiva de los ingenieros civiles y comerciales, dando paso a una amplia gama de otras profesiones como psicólogos y diseñadores. Lo que falta aún por sortear es potenciar la presencia femenina.

Algunos cambios y otras constancias se advierten en el perfil de los líderes de innovación en las empresas chilenas, lo que está en línea con el proceso de madurez que va adquiriendo con el tiempo esta vertical.

Entre los aspectos que se ha mantenido relativamente constante entre 2021 y 2023 está la edad promedio de los gerentes de innovación, oscilando alrededor de los 42 años. La estabilidad también se refleja en el tiempo promedio que ocupan sus cargos, manteniéndose en los cuatro años durante el período analizado.

En lo que respecta a la educación, la Pontificia Universidad Católica (30%) emerge como la institución predominante en la formación de pregrado de estos líderes, seguida por la Universi-

dad de Chile (13,7%). Este panorama si bien no muestra cambios relevantes en cuanto a las dos principales casas de estudios superiores, sí se observa un porcentaje mayor de líderes procedentes de otras instituciones, evidenciando una diversidad enriquecedora en términos de formación académica.

En sintonía con esta diversidad, se nota una evolución en las carreras pregrado predominantes, con una disminución progresiva de los ingenieros civiles (43%) y comerciales (26%), dando paso a una amplia gama de profesiones diversas como psicólogos y diseñadores, lo que indica una apertura hacia una mayor pluralidad de enfoques y competencias en la innovación empresarial.

Esta tendencia hacia la diversifica-

ción también se refleja en las elecciones de estudios de posgrado, con una inclinación creciente hacia especializaciones en Innovación y por dos instituciones para cursar estos estudios a nivel local: la UC y UAI, que concentran más del 61% de las preferencias. En tanto, el 25,6% opta por estudiar en el extranjero.

En términos de estructura organizacional, la mayoría de estos ejecutivos reporta directamente al gerente general (54%), una constancia que subraya el rol estratégico de la innovación en las empresas.

PODER FEMENINO

Un aspecto que todavía está “al de-

bate” es la presencia femenina, presen-

tándose como un marcado desafío en lo que respecta a la equidad de género en estos roles de liderazgo.

Incluso, se manifiesta una disminución sostenida del porcentaje de mujeres en estos cargos, registrándose un 23% en 2023, una cifra menor en comparación con el 27% observado en 2021.

En todo caso, expertos comentan que esta brecha debería disminuir en el corto y mediano plazo, considerando que en muchas de las grandes empresas la subgerencias de Innovación están en manos de mujeres, por lo tanto, es probable que varias asciendan y lleguen a la gerencia. Además, cada vez son más las mujeres que se inclinan por la innovación para desarrollarse profesionalmente.

CRECIENTE CONTRIBUCIÓN AL DESEMPEÑO FINANCIERO:

Impacto de la innovación es de 6,1% sobre el Ebitda, casi dos puntos porcentuales más que hace dos años

Las firmas que destinaron una porción significativa de su presupuesto a innovación vieron un incremento de entre 0,3 y 0,9 dólares de impacto en el Ebitda por cada dólar invertido. **MARISA COMINETTI**

El impacto de las iniciativas de innovación ya está dando resultados positivos para las organizaciones y, por cierto, muy esperados por aquellas que decidieron apostar por innovar en sus negocios, ya sea a través de sus equipos como también apoyanbdo a las startups que entregan nuevas soluciones para sus negocios. Y una de las métricas donde se está registrando este efecto es en el Ebitda de las empresas chilenas, donde los datos muestra una correlación clara entre la inversión y su contribución a las ganancias.

Esto fue precisamente lo que midió el reporte de este año: en 2021 el Ebitda proveniente de innovaciones de los tres años anteriores representó un 4,2% del Ebitda total del año. Esta cifra experimentó un crecimiento en 2022,

alcanzando el 4,6%, subiendo luego a 6,1% en 2023.

Este incremento sostenido resalta la creciente influencia y contribución de las iniciativas al desempeño financiero. En concreto, es indicativo de que las organizaciones están obteniendo un retorno tangible de sus esfuerzos e inversiones, al los proyectos un valor añadido efectivo.

“Las compañías que destinaron una porción significativa de su presupuesto a la innovación vieron un incremento de entre 0,3 y 0,9 dólares de impacto en el Ebitda por cada dólar invertido en innovación. Estos resultados subrayan la importancia de considerar la innovación como una inversión estratégica”, destaca Patricio Cortes, CEO de MIC Business Consulting.

Por su parte, Diego Rodríguez, socio de CMS Carey & Allende, sostiene

que luego de una inversión “corporativo y emprendedores deben trabajar juntos, pero si no se produce ese *fit* la inversión no cumplirá con su objetivo. No hay que olvidar que la inversión que puede realizar un corporativo no tiene como objeto único el retorno financiero de la inversión como es el caso de un fondo tradicional de *venture capital*. El corporativo invertirá sobre todo con un fin estratégico: generar nuevas líneas de negocios, tener acceso a nuevas tecnologías, acceder equipos con distintos talentos y metodologías de trabajo. Esos aspectos solo generarán valor en la empresa si el desafío se aborda privilegiando el buen *match*”.

Este impacto en el Ebitda es parte de los 12 hallazgos que se identificaron en 2023. A continuación los 11 restantes (**pág. 4 a 8**).

PROCESO DE GESTIÓN:

Solo el 13% de las ideas innovadoras llegan a ser pilotos

Se advierte una estrategia más selectiva, que prioriza la calidad y el potencial de los proyectos en desarrollo.

En los últimos tres años se registran cambios importantes respecto a cómo las empresas chilenas abordan la selectividad y desarrollo de sus procesos de innovación, considerado el eje central de la gestión que lleva a transformar una idea en una solución tangible y valiosa para la empresa. Este componente, por lo tanto, abarca desde la generación y selección de ideas hasta el desarrollo y la culminación exitosa de proyectos.

Así, por ejemplo, se observa un incremento en la cantidad media de ideas de innovación recibidas cada año, pasando desde 49 en 2021 a 63 en 2022 y 72 este año.

En tanto, la cantidad de ideas seleccionadas en primera instancia para 2023 fue de 23, un incremento de 27,7% en comparación con las 18 de hace dos años.

Ahora bien, solo el 13% de las ideas innovadoras llegan a ser pilotos, situación que va disminuyendo con la madurez del proceso.

En lo que respecta a los proyectos desarrollados, la cifra se ha mantenido estable entorno a 17 para los años 2022 y 2023, acercándose a las cifras de 2021. “Este dato, combinado con el incremento en las ideas seleccionadas, apunta a una estrategia más selectiva, que prioriza la calidad y el potencial de los proyectos en desarrollo”, concluye el reporte.

Asimismo, se destaca que el número de proyectos que se han “graduado” del proceso de innovación se mantuvo en 9 para 2023, con una mejora respecto a los 7,3 y 8 de los años anteriores. Este dato, precisa el análisis, sugiere una consolidación y madurez en la fase de ejecución y cierre de los proyectos, lo que denota una gestión efectiva y exitosa del proceso de innovación.

HERRAMIENTAS DE CORPORATE VENTURING:

En alza uso del *venture client* y del *corporate venture capital*

A través de estos programas las empresas pueden acceder a una amplia variedad de ideas que surgen externamente, además de reducir riesgos financieros y acelerar soluciones.

En los últimos años han surgido diversas herramientas y enfoques estratégicos que desempeñan un papel fundamental en el fomento de la creatividad y la identificación de nuevas oportunidades por parte de las organizaciones. Son las llamadas herramientas de *corporate venturing*, las que permiten no solo el acceso a una amplia variedad de ideas que pueden no surgir internamente, sino también acelerar el desarrollo de nuevas soluciones, reducir riesgos financieros, promover asociaciones estratégicas y aportar conocimiento especializado.

Al respecto, Sebastián González, *hispan director corporate venture* de Wayra, coincide en que a nivel empresarial el *corporate venturing* ha tomado fuerza en Chile, ya que son muchas las empresas que han comenzado a trabajar con *startups*, aunque también advierte que estas vinculaciones aún son incipientes, por lo que se requieren modelos de vinculación más robustos, como el *venture client* o el *corporate venture capital*.

“Vemos con buenos ojos que la innovación abierta y el trabajo con *startups* sean herramientas cada vez más usadas por parte de los corporativos. En los próximos años esperamos un aumento en este tipo de colaboraciones y una evolución hacia nuevos mode-

los de *venture capital* corporativo, lo que significará un gran avance para la industria en Chile”, añade González, quien también es vicepresidente de la Asociación Chilena de Venture Capital (ACVC).

En ese contexto, el reporte 2023 revela que últimamente se ha registrado un aumento en el uso de los programas de *venture client* y *corporate venture capital* (CVC), ubicándose ambas alternativas dentro de las cinco herramientas más frecuentes, donde también figuran la aceleradora e incubadora corporativa y el *company building*.

Sobre el modelo de inversión, MIC Business Consulting precisa que en el *venture client* las empresas actúan como clientes iniciales de las *startups*, lo que les permite probar y adoptar soluciones innovadoras antes de que estén ampliamente disponibles en el mercado. Esto fomenta la innovación al permitir a las *startups* obtener retroalimentación y validación temprana.

Mientras que las inversiones de CVC implican que una empresa invierte en *startups* externas que tienen el potencial de beneficiar su negocio principal. Esto fomenta la innovación al respaldar proyectos externos con visión de futuro.

INVOLUCRACIÓN DIRECTIVA:

La innovación es el mensaje principal en el 49% de las comunicaciones masivas del CEO

No obstante, entre 2022 y 2023 hubo una reducción en el porcentaje de los mensajes de la máxima autoridad corporativa centrados en el tema de innovación.

La innovación se hace posible y se integra como un componente crítico de la estrategia corporativa cuando la alta dirección está decididamente comprometida en impulsar los resultados.

Este apoyo se traduce en acciones concretas, como la involucración de los CEO en la innovación, a través de sus mensajes y comunicaciones masivas.

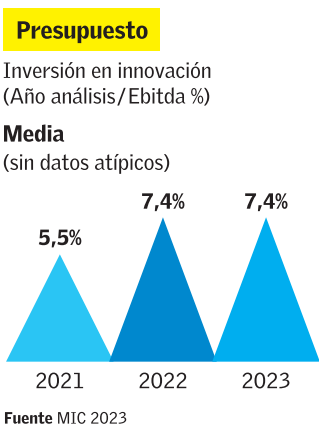
En el informe elaborado por MIC Business Consulting se constató que entre 2022 y 2023 hubo una reducción en el porcentaje de comunicaciones masivas del CEO centradas en la innovación, disminuyendo la media del 59% al 49,4%.

En todo caso, se precisa que si bien se registró un descenso, resalta la importancia de que los altos directivos sigan comunicando la innovación en cerca de la mitad de sus mensajes masivos, ya que esto sub-

raya su compromiso continuo con la promoción de la innovación en la cultura empresarial.

Para Rocío Fonseca, directora de Emprende tu Mente, Rompecabeza y MadeinnConce, en Chile aún estamos al debe con entender que innovar de manera continua es un activo clave para la sostenibilidad del negocio.

“Muchas empresas aún no entienden el por qué deben innovar, pues al ver sus estados de resultados sus dueños y accionistas están contentos. Cuestionar el por qué y para qué son el primer paso... el segundo es el cómo. Y aquí es clave entender cuál es el punto de partida... ¿Tengo que cambiar mi cultura primero?, ¿cuáles son los procesos necesarios?, ¿cuáles son los recursos que tengo para partir? Creo que hoy muchas empresas están poniendo los buyes antes de la carreta, partiendo sin ha-



cerse estas simples preguntas y terminan gastando tiempo y recursos, lo que tiende a llevar a la gran mayoría de ellas a sentir frustración y tirar la toalla. Así que primero a reflexionar profundamente ¿por qué?, ¿para qué? y ¿cómo?”, sostiene Rocío Fonseca, quien también es miembro del comité de innovación de Elecmetal.

RANKING 2023
MOST INNOVATIVE COMPANIES

1º LUGAR

CERVEZAS



SOMOS
LA EMPRESA
CERVECERA
MÁS INNOVADORA
DE CHILE



ABInBev



SOFISTICACIÓN EN LOS PLANES Y OBJETIVOS:

La estrategia de innovación es cada vez más ambidiestra en las organizaciones

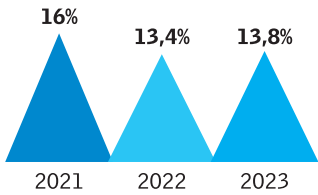
Para que una empresa pueda innovar de manera efectiva, requiere un plan bien estructurado que establezca un curso de acción específico según su contexto. Es aquí donde emerge la estrategia enfocada tanto en la explotación como exploración

A lo largo de los últimos años, los reportes anuales de MIC Business Consulting revelan un aumento sostenido en la sofisticación de las estrategias de innovación en las empresas chilenas. Este incremento refleja un compromiso creciente de las organizaciones por establecer planes concretos y específicos en el ámbito de la innovación. Una tendencia que en el reciente informe queda de manifiesto, ya que un 67% de las compañías están adoptando estrategias de innovación ambidiestras, enfocadas tanto en la explotación como exploración.

Así también lo ve Sebastián González, de Wayra y la ACVC: “Lo que arroja el estudio es efectivo, ya que Chile se ha posicionado como uno de los países de América Latina que ha desarrollado la mayor cantidad de proyectos de innovación de manera seria y sostenida en el tiempo”. En ese sentido, González precisa que las empresas en el país tienen estrategias cada vez más sofisticadas y no solamente están desarrollando la innovación centrándose en el *core* de los negocios, sino que también están abriéndose a desarrollar estrategias que permitan proyectarse a cinco o diez años, a través de la exploración. “Si bien estas estrategias conocidas también como ambidiestras todavía no

Estrategia

Metas de innovación para 5 años más (como % del Ebitda)



Fuente MIC 2023

están tan masificadas o 100% consolidado en el país, vemos con entusiasmo la evolución que podría aparecer en el futuro cercano”, indica.

Esto último está en línea con las observaciones que se realizan en el reporte, donde se advierte que aún hay empresas que se encuentran en etapas más tempranas de desarrollo estratégico en el ámbito de la innovación. En estos casos, comentan que la falta de definiciones claras y objetivos específicos da lugar a estrategias vagas que no van más allá de considerar la innovación como una mentalidad o un enfoque amplio. “Esta falta de precisión puede entorpecer la canalización efectiva de esfuerzos y recursos hacia resultados

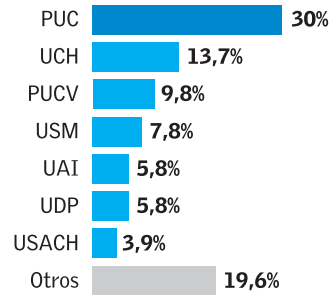
concretos en el ámbito de la innovación”, dice el análisis.

Por lo tanto, se recomienda que las empresas adopten un enfoque más estructurado hacia la innovación, pues detallar acciones y metas específicas permitirá una implementación más eficiente. Además, la idea de que la innovación es una mentalidad debería incorporarse más en la estrategia de cultura corporativa, permitiendo que esta mentalidad se disemine a través de todas las áreas sin sacrificar la precisión en la estrategia de innovación.

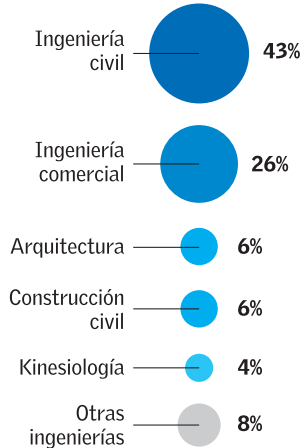
Precisamente, para Sebastián González lo anterior es parte de las barreras que afectan la relación entre corporativos y startups. “Hay empresas que no tienen una metodología de trabajo clara y estructurada con las *startups*. Junto a eso, la no definición de procesos claros para que las *startups* puedan navegar al interior de las compañías, o la no existencia de una alineación tan clara de la estrategia de la compañía con el trabajo con las *startups*”, dice y añade que otro punto relevante tiene relación con contar con presupuestos claros para el pilotaje y el escalamiento de las soluciones, algo que califica de esencial para que se genere un impacto tangible en el negocio de los corporativos.

Perfil de los líderes

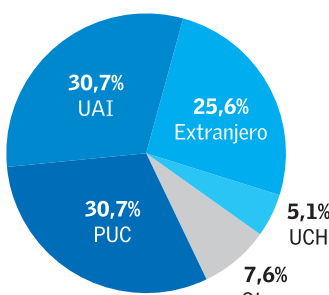
¿De qué universidad provienen?



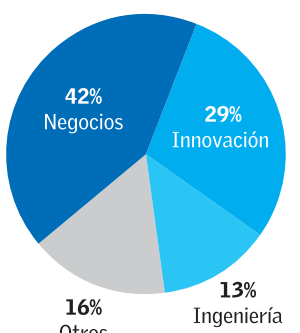
Carrera profesional



Universidades donde realizaron posgrados



Especialidades posgrado



Fuente MIC 2023

COMITÉS DE INNOVACIÓN:

El 78% de la gobernanza de innovación se reúne al menos una vez al mes

Este grupo de ejecutivos, generalmente de alto rango, suele incidir fuertemente en la relevancia que la organización le da a la innovación, tomando decisiones claves como la selección de proyectos, asignación de recursos y supervisión de la ejecución de estos.

Los comités de innovación desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones clave para impulsar la innovación dentro de las empresas. Estos se caracterizan por la participación de los colaboradores de la alta dirección de las empresas, como gerencia general, CEO y vicepresidentes, como también con otros cargos de liderazgo, entre los cuales se encuentran los gerentes de Transformación, Tecnología e Innovación, o bien gerencias comercial, de finanzas, operaciones, desarrollo de negocios, marketing, personas, entre otras.

Este grupo de ejecutivos suelen incidir fuertemente en la relevancia que la organización le da a la innovación, a través de decisiones claves. Aquí están:

Evaluación de proyectos e ideas de nnovación, con el análisis de las iniciativas de diferentes áreas de la empresa y búsqueda de sinergias y compartición de aprendizajes.

Selección de proyectos para su desarrollo, asignación de presupuestos y recursos a iniciativas específicas y supervisión de la ejecución.

Avance en el embudo de innovación, por ejemplo, determinar la dirección y enfoque de los proyectos, la decisión “Go-No Go”, con la evaluación de proyectos para determinar si este avanza o se detiene.

METAS CORPORATIVAS:

Impacto buscado de la innovación es de un 14% del Ebitda para 2027

Este objetivo final, no obstante, refleja una leve disminución en la media, dado el 16% esperado en 2021. Este ajuste podría indicar una moderación en las expectativas de innovación, aunque se mantiene el propósito a largo plazo.

La relación de las grandes empresas con la innovación y su vinculación con los emprendedores ha ido evolucionando de manera significativa en Chile, tanto desde el punto de vista de la importancia que las organizaciones le están dando a la innovación como respecto de los distintos emprendedores que se están desarrollando en esa línea.

Una tendencia en la que coincide Diego Rodríguez, socio de CMS Carey & Allende y es quien lidera las áreas de *fintech* y *venture capital* del estudio. “Para una *startup* es relevante recibir inversión de un corporativo, no solo por la posibilidad de generar nuevos negocios y apalancar parte del crecimiento a esa inversión, sino también porque le da una alternativa de *exit* adicional al emprendedor. Si el objetivo estratégico de la inversión se cumple, el mismo corporativo podría considerar a la *startup* en su *pipeline* de M&A para una adquisición total o realizar compras en el mercado secundario para ir aumentando su participación de forma progresiva”, comenta Rodríguez.

Es precisamente en este contexto

donde las metas de innovación de los corporativos cobran relevancia. Para un horizonte de cinco años, por ejemplo, el impacto buscado de la innovación es de un 14% del Ebitda. No obstante, tomando en cuenta el período 2021-2023, se percibe una ligera disminución en la media, dado el 16% esperado en 2021. Esto, según explican en el infome de MIC Conculting, podría indicar una moderación en las expectativas de innovación, aunque se mantiene un objetivo significativo a largo plazo.

Esta expectativa también varía según los tipos de innovación. Al analizar la distribución porcentual de las metas en un período de tres años, se observa que la preferencia por la innovación incremental ha experimentado una reducción gradual, pasando de un 55% en 2021 a un 48% en 2023, mientras se detecta que la inclinación hacia la innovación transformacional ha ido en aumento, alcanzando un 21% en 2023, frente al 15% registrado en 2021. En tanto, la innovación adyacente ha mantenido una presencia importante, oscilando entre el 30% y 33%.

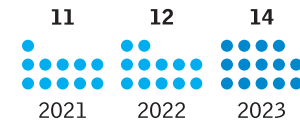
Esta composición revela una diversificación más equitativa de las estrategias de innovación durante 2023, con las empresas chilenas disminuyendo levemente su atención a las innovaciones incrementales y aumentando la preferencia por las más transformacionales.

Al respecto, Sebastián González, *hispam director corporate venture* de Wayra y vicepresidente de la ACVC, sostiene que si bien la innovación incremental es algo que no termina nunca en los corporativos, por lo que dice siempre debe estar presente, concuerda en que “vemos en las empresas un esfuerzo por realizar estrategias de innovación transformacional. Sin embargo, en término de resultados este último corresponde a un fenómeno incipiente y reciente. Son solo algunas las compañías que llevan trabajando los temas transformacionales por años, lo que no quita que en un futuro cercano podamos ver una evolución en esta línea, y que muchas otras empresas empiecen a aumentar su cartera de innovación transformacional”.

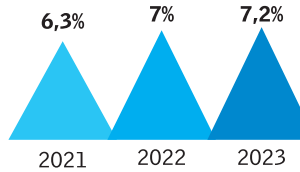
Colaboradores

Tamaño del equipo de innovación

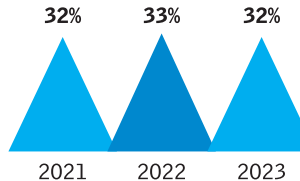
Media de integrantes



% respecto al total de colaboradores

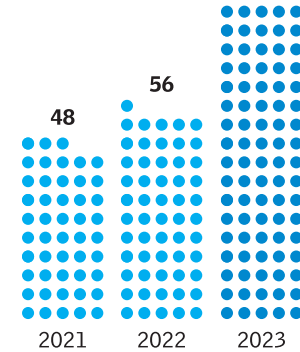


% mujeres

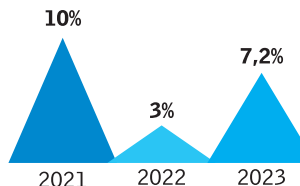


Nº de colaboradores de participaron en el proceso de innovación

Media de colaboradores



% respecto al total de colaboradores



Fuente MIC 2023

COMPOSICIÓN DEL EQUIPO

Unidad de innovación: 14 integrantes en promedio, con un 32% de mujeres

Entre 2021 y 2023 subió el número de colaboradores, pero no lo hizo proporcionalmente en participación femenina.

Conocer el perfil de los equipos de innovación y de quienes los dirigen se convierte en una pieza clave para entender la diversidad y particularidades de la gestión.

En ese sentido, se observa una tendencia ascendente en las grandes empresas en cuanto al tamaño promedio de las unidades de innovación, que creció de 11 integrantes en 2021 a 14 personas en 2023, lo que indica una apuesta decidida y creciente por la innovación. Este crecimiento es también evidente al considerar el porcentaje de estos equipos en relación con el total de colaboradores, que pasó del 6,3% al 7,2% en tres años.

Sin embargo, esta evolución también tiene un componente “negativo” relacionado con la representación de mujeres, porque si bien hubo un pequeño incremento del 32% al 33% de 2021 a 2022, la proporción disminuyó al 32% en 2023. Este dato, de acuerdo al análisis, revela que el aumento de personal no ha venido acompañado de un crecimiento en la inclusión de mujeres, lo que supone un área potencial de mejora para fomentar una mayor diversidad de género, tal como ocurre en los cargos de liderazgo.

No obstante lo anterior, resalta que un grupo de empresas equivalente al 23% de la muestra ha logrado alcanzar una representación de mujeres del 50% o más en sus equipos de innovación, lo que sugiere que estas organizaciones reconocen que una perspectiva diversa puede influir positivamente en el desarrollo de la innovación.

En paralelo, también se observa un crecimiento continuo en el número absoluto de colaboradores que participan de los procesos de innovación, elevándose de 48 personas en 2021 a 92 en 2023, aunque al considerar este volumen en relación con el total de colaboradores, la imagen cambia al registrarse una disminución de 10% en 2021 a 7,2% en 2023, lo que sugiere fluctuaciones en los colaboradores comprometidos cada año.

Aun así, existe un grupo de empresas en los que alrededor de un 25% de los colaboradores participan del proceso de innovación.



COMPROMETIDOS CON LA INNOVACIÓN

En **SQM** la investigación aplicada y la creación de procesos innovadores es parte de nuestra naturaleza. El reconocimiento en Minería Química del ranking **Most Innovative Companies Chile**, nos motiva a seguir trabajando en productos de alto valor agregado indispensables para un futuro más sostenible.

La innovación es la energía que nos mueve.



CONOCE MÁS
EN [SQM.COM](https://www.sqm.com)



FORTALECIMIENTO DE LA CAPACITACIÓN DE COLABORADORES:

Aumenta el interés en las pasantías de innovación

El 52% de las empresas tiene esta opción para la formación de sus colaboradores. Algunas también fomentan programas de experiencias que promueven el intercambio de conocimientos y buenas prácticas.

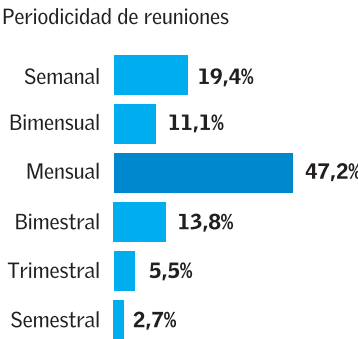
Una creciente tendencia hacia el fortalecimiento de la capacitación de colaboradores en el ámbito de la innovación es algo que se observa actualmente en las grandes compañías. De hecho, la información recopilada por MIC Business Consulting muestra un aumento del 22,6% al 52,4% de empresas comprometidas en la formación de al menos un empleado desde 2021 hasta 2023.

Este enfoque no solo se manifiesta a través de programas de “experiencias internacionales”, que promueven el in-

tercambio de conocimientos y buenas prácticas entre colaboradores de distintas unidades, sino que también se ve reflejado en la estrecha colaboración con universidades para la realización de programas de pasantías y proyectos de evaluación.

Simultáneamente, varias empresas están enfocando sus estrategias hacia la incorporación de talento joven en proyectos innovadores, implementando procesos de selección bien estructurados y programas de desarrollo continuo.

Comité de innovación



Fuente MIC 2023

LOS ENFOQUES AYUDAN A COMPRENDER EL NEGOCIO Y SU FUTURO SEGÚN MERCADOS, PRODUCTOS Y CAPACIDADES:

Focos están avanzando hacia incluir la innovación adyacente

Las organizaciones están buscando soluciones novedosas para clientes actuales o incursionan en nuevos segmentos, utilizando para ello las capacidades existentes.

Los enfoques específicos de innovación, conocidos como “focos de innovación”, permiten una comprensión más profunda de cómo las empresas chilenas están aplicando la innovación de manera práctica. Por eso, resulta imperativo a juicio de los expertos detrás de este informe, que las organizaciones cuenten con mecanismos claros y estratégicos que permitan la efectiva realización y adecuada conversión de las ideas en creación de nuevo valor. Entonces, la innovación lo es justamente por el hecho de crear valor, y si no lo hace, estamos solo

en presencia de una invención.

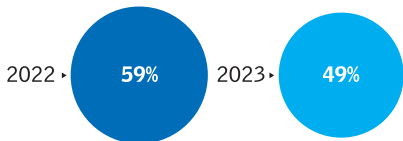
El escenario actual muestra que los focos están avanzando hacia incluir la innovación **adyacente**. Esta, utilizando capacidades existentes, busca soluciones novedosas para clientes actuales o incursiona en nuevos segmentos.

La **incremental**, en tanto, está enfocada en optimizar productos o servicios existentes para mercados ya establecidos para la empresa.

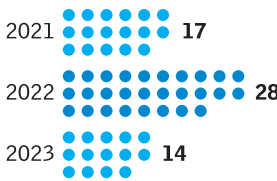
Por último, la **transformacional** busca crear soluciones radicalmente nuevas para mercados o necesidades no atendidas

Involucración de los CEO

Porcentaje comunicaciones masivas del CEO en que el mensaje principal fue innovación



Nº de actividades de innovación en que participó el CEO



Fuente MIC 2023

APOYO CORPORATIVO Y SENIOR:

El CEO participa, en promedio, en 14 actividades de innovación al año

La presencia del máximo líder de la compañía en las distintas actividades de innovación es una muestra concreta y necesaria que refleja la relevancia que tiene esta vertical para el negocio central.

El compromiso de la alta dirección es un pilar fundamental para la efectividad de cualquier estrategia de innovación. De ahí la importancia de que los CEO (*chief executive officer* o director ejecutivo) participen en las actividades de innovación como una muestra concreta de la relevancia que tiene esta vertical para el negocio central de la organización.

De acuerdo al análisis, durante el último año se destaca una media de 14 actividades de innovación en las que participó el CEO, una cantidad bastante menor a la que se registró en promedio en 2021.

Asimismo, la consultora advierte esta cifra de 2023 viene acompañada de una elevada desviación estándar de 11,1 indicando por tanto una notable variabilidad en la partici-

pación de los diferentes líderes máximos de las compañías en las distintas actividades de innovación.

Sin embargo, también se destaca que existe un conjunto de empresas que se distinguen notablemente del resto, debido a que sus CEO concurren a alrededor de 29 actividades de innovación al año, una cifra notablemente superior a la media. “Este grupo de líderes demuestra un compromiso excepcional y un liderazgo destacado en el panorama de la innovación empresarial”, precisa el reporte.

En cuanto al *sponsor senior*, se observa que en promedio un 27% de los proyectos de innovación cuenta con un *sponsor* o patrocinador. Este rol suele ser ocupado por un directivo de alto nivel (mayoritariamente un

gerente), quien se encarga de darle pertinencia e importancia a la iniciativa, entregando recursos y orientación al equipo para su ejecución e implementación.

El *sponsor senior* suele ser co-responsable del impacto generado por la innovación, entregando constantemente un direccionamiento estratégico para el desarrollo y avance de los proyectos, facilitando así los procesos internos, eliminando obstáculos organizacionales y respaldando el proyecto frente a los comités de innovación con la dirección o gerencia general.

Durante el período comprendido entre 2021 y 2023 se registra un crecimiento en el promedio de proyectos que contaron con el apoyo de un *sponsor senior*, transitando de 12,4 a 14,2 iniciativas.



La innovación es parte de nuestra cultura de gestión

Por TERCERA vez hemos sido reconocidos como la empresa más innovadora del país en el sector Ingeniería y Construcción



Un nuevo reconocimiento a nuestro compromiso con la innovación y la industrialización de la construcción con un enfoque sostenible.



Construimos cambios que trascienden para el futuro sostenible de nuestra sociedad.





CAJA
LOS ANDES
SOMOS CChC

INNOVAMOS PARA IMPULSAR EL BIENESTAR DEL MAÑANA

Estamos orgullosos de ser nuevamente reconocidos como una de las organizaciones más innovadoras de Chile.

Para construir la seguridad social del mañana, es fundamental el compromiso de nuestros colaboradores, quienes día a día se desafían a innovar, vivir una cultura más digital, inclusiva y ágil, lo que nos permite avanzar hacia el mundo que queremos.



1er LUGAR CATEGORÍA SEGURIDAD SOCIAL
Most Innovative Companies 2023



RANKING C3
DE CREATIVIDAD
E INNOVACIÓN®



4º LUGAR
Ranking de Creatividad e Innovación C3 2023

CONSTRUYENDO **VALOR SOCIAL.**



CAJA
LOS
ANDES
SOMOS CChC

PATRICIO CORTÉS, CEO DE MIC BUSINESS CONSULTING:

“Chile destina en innovación entre el 2% y el 4% del PIB”

"Hoy estamos poniendo el acento de la política pública en el lugar equivocado. Chile debería reenfoclarla y promover la innovación más que la ciencia, junto con promover herramientas de inversión como *venture client* y *corporate venture capital*", asegura el experto.

MARISA COMINETTI

“MÁS rápido, más simple, más barato”. Ese es el mantra que debieran decir y repetir las grandes compañías cuando se habla de innovación, afirma Patricio Cortés, socio y CEO de MIC Business Consulting. ¿Por qué? Simplemente porque la innovación es lo que genera valor al negocio, con soluciones que favorecen la operación existente o la apertura a nuevos mercados, productos o servicios.

“Si hay alguna lección que un gerente general necesita aprender, es que la innovación se trata de hacer las cosas más rápidas, más simples y más baratas. Este es el mensaje que deben transmitir siempre porque todos lo entienden, mientras que la definición de que la innovación depende del modelo negocio, de la estructura, de la tecnología, etc., es completamente inútil, pues nadie la entiende”, afirma el experto y agrega que “la innovación es práctica, no es académica”.

—¿Sigue siendo necesario recordarles y explicarles a los gerentes y directores la importancia de la innovación para sus empresas?

“No, ya no, es algo que penetró en las empresas, pero que no estaba hace 10 años. Hoy los ejecutivos saben lo que quieren de los proyectos de innovación y es que generen valor a través de lo más simple, rápido y barato. Esto es un cambio cultural en las organizaciones y tiene que ver con las nuevas generaciones de líderes”.

—¿Esto tiene relación también con que la innovación ya está dando retornos que se reflejan en el desempeño financiero?

“Sí, porque además el impacto de la inversión en innovación en el Ebitda se aceleró en los últimos dos años. Nos demoramos 10 años en llegar al 3%, pero nos demoramos solo dos en duplicarlo. Los gerentes generales se dieron cuenta que había métodos e ingresos, entonces hoy les dicen a sus equipos de innovación ‘¡denle con todo!’”.

—¿Cree que la meta del 14% como porcentaje del Ebitda se logre antes que el horizonte de cinco años que manejan hoy las empresas?

“Nunca se sabe, aunque ahora se vuelve más difícil y por eso creo que llegar al 14% ó 15% en cinco años más es una buena meta y la van a lograr. Incluso, hay empresas que la han subido y hoy su meta es alcanzar el 20%. Entonces, algunos van a llegar antes a la media y otros después, pero lo importante es que ya lograron demostrar que esto es posible con la evolución de los últimos tres años. Eso sí, para llegar a esta meta ya no bastan los métodos anteriores. Es necesario incorporar nuevas herramientas de innovación y dentro de estas están el *venture client* y el *corporate venture capital*, que son las más avanzadas para crear valor monetizable. Y aquí muchas compañías chilenas están realmente en la frontera, implementando las mejores prácticas de los mejores corporativos del mundo”.

—¿A qué se refiere concretamente a que están en la frontera?

“En el fondo las empresas han tomado la posta del ecosistema de *startups*. El impulso temprano de desarrollar la innovación vino del Estado con sus programas de apoyo al emprendimiento y la innovación, pusieron las primeras fichas, pero hoy el ecosistema se mueve por la inversión privada. En Chile muchas compañías son un ejemplo de excelencia, incluso uno ya no dice que son las mejores del país, sino que podemos asegurar que son las mejores del mundo”.

INNOVACIÓN MÁS QUE CIENCIA

—Diversos actores públicos y privados muestran su preocupación porque la inversión en Investigación y Desarrollo (I+D) se mantiene estancada en un 0,34% del PIB. ¿Qué opina al respecto?



MANUEL FERNÁNDEZ

“En el ranking de innovación vemos los presupuestos de innovación de las grandes compañías de Chile, los cuales van entre el 2,5% y el 5% del Ebitda, y esto se parece bastante al PIB, ya que estas organizaciones representan sobre el 85% del PIB nacional. Por lo tanto, creo que lo más correcto es decir que según las métricas que muestra el ranking, la inversión en innovación, no en I+D, debería estar fluctuando entre el 2% y el 4% del PIB. Esto muestra que Chile está mirando el lugar equivocado, es decir, lo que importa es la innovación, no la ciencia”.

—Lo que está queriendo decir es que la ciencia no es importante...

“Obvio que la ciencia es importante, pero nosotros somos un país donde no desarrollamos tanta ciencia como sí desarrollamos aplicaciones, y en esas aplicaciones somos muy exitosos.

Chile tiene los niveles de bancarización más altos de Latinoamérica, y también uno de los niveles de penetración celular e internet más altos del mundo. Entonces, la evidencia en *data* demuestra que los altos niveles alcanzados en ciertas industrias, no se podrían haber resuelto sin innovación, esto no es con I+D, sino que es con innovación. Esto es posible porque Chile destina en innovación entre

el 2% y el 4% del PIB, considerando que eso es lo que invierten las grandes empresas y su fuerte peso en el PIB.

Por lo tanto, no tiene sentido seguir midiendo la I+D, o mejor aún, no nos estamos dando cuenta que si estamos invirtiendo mucho al juntar la innovación con la investigación y el desarrollo (I+D+i). En el fondo lo que estoy diciendo es que Chile le dedica poca inversión a la ciencia, y sí es verdad, pero le dedicamos muchos recursos a la innovación, porque estamos en un mercado muy competitivo y abierto al mundo, y eso lo hacemos bien”.

—¿Y qué hacemos con la ciencia y las startups basadas en ella?

“La ciencia aplicada es la que pasa al mercado a través de las *startups* y las grandes compañías están tomando contacto con ellas y sus soluciones para potenciar el negocio. Estamos haciendo la vuelta corta, en vez de la vuelta larga”.

—¿Se requiere un cambio de foco?

“Hoy estamos poniendo el acento de la política pública en el lugar equivocado. Chile debería reenfoclarla y promover la innovación más que la ciencia, junto con promover herramientas de inversión como el *venture client* y *corporate venture capital*”.

“Las empresas han tomado la posta del ecosistema de *startups*”, dice Patricio Cortés socio y CEO de MIC Business Consulting.

ENFOQUE INTEGRAL:

Metodología: desde la definición estratégica hasta el compromiso de la alta dirección

En total nueve son los factores que se consideran para evaluar de manera multidimensional el proceso de innovación corporativa.

M. COMINETTI

Desde 2010, el ranking de las compañías más innovadoras del país ha sido un termómetro esencial para medir el pulso y las tendencias de innovación a nivel corporativo. Este año participaron más de 2000 compañías, de las cuales de 300 terminaron el proceso, cerrando la edición con 53 premiadas.

Para llegar a este resultado, la metodología MIC identifica nueve componentes fundamentales que intervienen en la capacidad de una organización para madurar en su proceso de innovación. Entonces, dependiendo del nivel de desarrollo de estas competencias es posible determinar la etapa de madurez general en la que se encuentra la innovación en una compañía.

Las variables son:
Definición estratégica de la innovación. Aquí se busca evidencia de su rol estratégico, su foco, impacto esperado y plazos para resultados.

Compromiso de la alta dirección. Se considera la participación del CEO y su comunicación enfocada en el tema.

Gestión de personas. Políticas y procesos que promuevan la innovación, como evaluaciones de desempeño y capacitaciones específicas.

Cultura de innovación. Se basa en prácticas y valores que promueven autonomía, creatividad y toma de riesgos, creando un entorno propicio.

Organización de la unidad de innovación. Para una innovación efectiva,

debe existir una unidad o cargo formal con autonomía y presupuesto dedicado. Es decir, las empresas deben enfocarse en la estructura de responsabilidades, sistemas de dirección, estilo de dirección y diseño de puestos de trabajo

Presupuesto. Se busca evidencia de un presupuesto explícito, su distribución en diferentes tipos de innovación y la inversión en desarrollo de personas y en la unidad de innovación en relación con el Ebitda de la firma.

Uso de activos estratégicos. Es una dimensión que analiza la sistematización e institucionalización de actividades necesarias para el desarrollo de elementos innovadores.

Proceso de gestión de la innovación. Apunta a la existencia de etapas estructuradas, informes de avance, supervisión por comités y una clara selectividad en el proceso, desde la recepción de ideas hasta la finalización de proyectos.

Impacto sobre el valor de la empresa. Para que la innovación sea sostenible, debe generar resultados medibles y con impacto financiero positivo. Específicamente, se revisan objetivos claros, avances reportados y el impacto en el Ebitda.

Con estas variables, destaca el informe, se logra un enfoque integral de la innovación y las organizaciones, ya que no solo permite identificar a las empresas que están liderando el campo de la innovación, sino que también ofrece un marco robusto para que cualquier compañía pueda evaluar y potenciar su propio ecosistema innovador. “Con ello, este informe se configura como una herramienta esencial para ejecutivos, inversionistas y tomadores de decisiones que buscan comprender y navegar en el complejo panorama de la innovación en Chile”, añade el estudio.

Lo anterior, debido a que la metodología empleada además de medir las capacidades de innovación, realiza un diagnóstico de la situación y evolución de las variables claves en cada empresa, posibilitando la comparación de resultados entre unas u otras compañías, ya sea de de la misma industria o de diferentes ámbitos.

Con todo esto es posible diferenciar con claridad aquellas corporaciones que innovan como parte de su estructura intrínseca de las que lo realizan, incluso con cierto éxito, de manera no sistemática.



Estamos orgullosos porque gracias a nuestra
Estrategia de Innovación Digital

OBTUVIMOS EL
PRIMER
LUGAR EN EL RANKING
“**MOST INNOVATIVE
COMPANIES 2023**”
en la categoría bebidas y jugos.

Esto reafirma nuestro propósito
de llegar juntos a todos los rincones para
refrescar momentos y abrir oportunidades.





Patricio Cortés entrega el premio a Alejandro Zalaquett, gerente de administración y finanzas de Coca-Cola Andina, y Mauricio Klecky, gerente de planificación, control de gestión y procesos.

BEBIDAS Y JUGOS

COCA-COLA ANDINA
WWW.KOANDINA.COM

Franquicia de The Coca-Cola Company en América Latina, enfocada en la producción, embotellado, comercialización y distribución de productos bajo las marcas registradas por The Coca-Cola Company, y también la comercialización y distribución de marcas de otras empresas.

MIC Business Consulting destaca su "proceso de innovación para generar eficiencias y digitalización a todo nivel para crear y administrar una gran cantidad de productos para atender a sus clientes".

Una de sus innovaciones es el "Ecosistema de reusabilidad", iniciativa pionera en el mundo, que reúne a más de 10 startups disruptivas y The Coca-Cola Company, implementando conceptos como la descentralización del envase, recolección de envases en hogares, smart wallet y puntos de acopio inteligentes, entre otros.



Manuel Fernández entrega el premio a Martín Mujica, gerente general de Cuprum, y Gabriela Undurraga, gerente de marketing y clientes.

ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES

AFP CUPRUM
WWW.CUPRUM.CL

Administradora de fondos de pensiones (AFP) con más de 40 años en el mercado chileno. Es parte de la empresa norteamericana Principal, que administra activos a nivel global. Primera AFP en adherirse a los principios de inversiones responsables (PRI) en Chile.

MIC Business Consulting considera que es líder de su rubro por su "sólido proceso de gestión de clientes, fuerte innovación en procesos digitales e inversión con principios responsables en línea con los cambios sociodemográficos del país".

Ejemplos de innovación son la inversión sustentable y el desarrollo de una app que permite invertir con un solo clic, abrir cuenta de ahorro previsional voluntario (APV) e invertir con la tarjeta de crédito.



Iván Díaz-Molina entrega el premio a Ainhoa Pozzi, vicepresidente & assistant general counsel Latin America, y Ari Bermann, vicepresidente de crecimiento sostenible y desarrollo de negocios Latinoamérica de Aramark.

MANAGED SERVICES

ARAMARK
WWW.ARAMARK.CL

Aramark es una empresa de servicios de alimentación y gestión de instalaciones. Tiene presencia en 19 países, y cuenta con más de 40 años en Chile, enfocada en alcanzar los más altos estándares de calidad y seguridad.

Desde MIC Business Consulting destacan su "sólido y flexible proceso de gestión de innovación que logra desarrollar soluciones novedosas para optimizar sus servicios, soluciones de sostenibilidad, de autonomía y para lograr entornos más seguros".

Una de sus innovaciones es el sistema AIWX Connect, inteligencia basada en datos para satisfacer las demandas cambiantes de sistemas y espacios en los edificios de hoy.

FIRMAS QUE FACTURAN SOBRE US\$ 200 MILLONES AL AÑO

Categoría corporaciones: Las 36 organizaciones que han apostado por innovar para ser líderes de sus industrias

En mercados exigentes, que viven crecientes demandas de su entorno, con desafíos globales y en medio de profundos cambios sociales, económicos, regulatorios y ambientales, este grupo de compañías ha asumido que la innovación es un proceso que deben incorporar a todo nivel y eso les ha permitido desarrollar iniciativas pioneras. Por ello, el Ranking Most Innovative Companies 2023 las considera a la cabeza de sus rubros.

CARLA FUENTES VICUÑA



Manuel Fernández entrega el premio a Luciano López, vicepresidente de Enaex Servicios Chile, y Francisco Portilla, gerente comercial y de innovación.

SERVICIOS PARA LA MINERÍA

ENAEX
WWW.ENAEX.COM

Enaex cuenta con más de 100 años de experiencia y trayectoria en el mercado de explosivos y ha logrado establecerse como el tercer productor de nitrato de amonio más grande del mundo. Mantiene relaciones de largo plazo con sus clientes, principalmente a través de la entrega de productos y servicios innovadores y de excelencia.

MIC Business Consulting destaca a Enaex en esta categoría por su "sólido proceso de innovación orientado al desarrollo de nuevos productos y la incorporación y desarrollo de nuevas tecnologías".

Como parte de sus innovaciones se encuentra una solución de primado robotizado para minería de cielo abierto y un servicio telecomandado de tronaduras subterráneas y digitalización de voladuras.



Manuel Fernández entrega el premio a Horacio Morandé, gerente general de Principal, y a Rocío Silva, business development manager.

ASSET MANAGEMENT

PRINCIPAL
WWW.PRINCIPAL.CL

Empresa con más de 20 años en el mercado chileno, enfocada en servicios de asesoría, inversión y distribución de productos financieros. Ganadora de varios premios de innovación y experiencia de clientes. Cuenta con 16 sucursales a lo largo del país, con un modelo de distribución múltiple.

MIC Business Consulting valora su "fuerte innovación en procesos digitales, centrada en mejorar la experiencia digital de clientes y asesores financieros".

Como innovación destaca Averta, una plataforma digital de asesoría y venta para asesores de inversión.



Marisa Cominetti entrega el premio a Enzo Lastra, gerente de producción de tecnología de la información, y Alejandra Videla, subgerente de ecosistema de innovación de Caja Los Andes.

SEGURIDAD SOCIAL

CAJA LOS ANDES
WWW.CAJALOSANDES.CL

Es una corporación de derecho privado, sin fines de lucro. Su rol social está directamente ligado con la administración de prestaciones de seguridad social y el mejoramiento de la calidad de vida de sus afiliados.

En esta edición, MIC Business Consulting destaca nuevamente su "proceso de innovación para generar nuevos productos y servicios con contenido social que impacten la vida de sus afiliados".

Como ejemplos de innovación está Soy-Focus, plataforma digital para inversión en fondos mutuos y ahorro previsional voluntario. Se crearon 13.751 cuentas y se contabilizó a 652 personas afiliadas ahorrando. A ello se funda su fondo TECLA, que la vincula con startups de impacto social y ambiental.



Iván Díaz-Molina entrega el premio a Antonio Sabugal, gerente general de El Volcán, y Maryalba Gómez, gestora de innovación y desarrollo.

INDUSTRIAL

EL VOLCÁN
WWW.VOLCAN.CL

El Volcán es una empresa dedicada a la manufactura y comercialización de productos para la construcción.

Dentro de sus iniciativas, MIC Business Consulting releva su "sólido proceso de innovación core, con foco en cultura de innovación, productividad y economía circular".

En esta línea, un ejemplo de innovación es Volcomódulo, una estructura prefabricada, plegable, reutilizable y fácil de transportar, con condiciones de confort interno, que puede ser utilizada para salas de venta, oficinas, talleres, o también para uso educacional o de salud.



Raimundo Monge entrega el premio a Bernardita Mazo, gerente senior de relaciones públicas y comunicaciones, y Alan Meyer, director general de MercadoLibre.

MARKETPLACE

MERCADOLIBRE
WWW.MERCADOLIBRE.CL

Empresa de comercio electrónico y tecnología financiera. Su plataforma incluye productos, servicios y pagos electrónicos a través de Mercado Pago. La empresa ha impulsado la digitalización del comercio en América Latina y ha promovido opciones de pago en línea.

MIC Business Consulting destaca su "muy sólido proceso de innovación, que busca extender las capacidades digitales y logísticas de la empresa para facilitar el comercio de pequeños locales con millones de personas".

En esta línea, un ejemplo de innovación es el Centro de almacenamiento y distribución en Colina, que es el más grande de Chile dedicado exclusivamente a ecommerce. Funciona con tecnología de punta, donde una parte es desarrollada por el propio equipo de tecnología de MercadoLibre.



Iván Díaz-Molina entrega el premio a Bernardita Lira Schmidt, jefa de marketing, y Domingo Jiménez, gerente general de Compañía Pisquera de Chile.

LICORES

CCU - COMPAÑÍA PISQUERA DE CHILE
WWW.CCU.CL

¿Empresa de la industria pisquera a nivel global, que cuenta con un diverso portafolio de bebestibles alcohólicos de clase mundial.

Para esta edición, MIC Business Consulting destaca su "proceso de innovación que permite el desarrollo de nuevas marcas que entreguen experiencias únicas, alineadas con los cambios en el estilo de vida de las personas".

Un ejemplo de innovación en esta línea es que cuentan con nuevas variedades de pisco: Mistral Nobel Apple, blend añejado en roble y con toques de manzana, y Lifting Pisco 3R, doble destilado hecho con tres tipos de uvas



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Pedro Herane, gerente general de VSPT Wine Group, y Rosario Fernández, gerente de innovación y marketing.

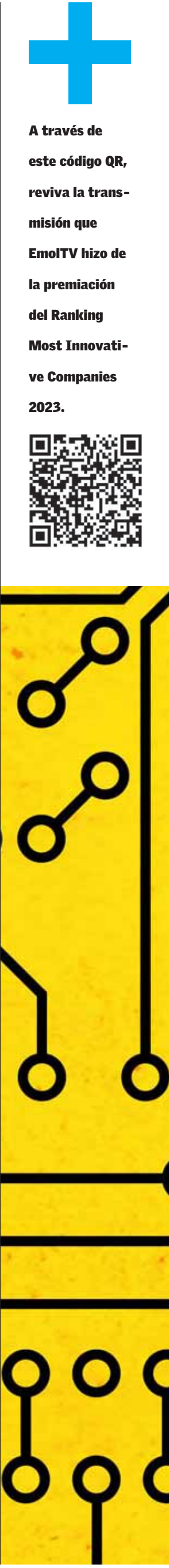
VIÑAS

VSPT WINE GROUP
WWW.CCU.CL

VSPT Wine Group se encuentra entre los mayores productores de vino a nivel mundial, con 17 millones de cajas al año, siendo además un actor importante en el mundo de los vinos espumosos en Chile. Consideran la sustentabilidad como un elemento importante en su operación.

MIC Business Consulting valora su "proceso de innovación que permite el desarrollo de experiencias únicas, alineadas con los cambios en el estilo de vida de las personas".

En relación con la innovación en sus productos destacan: Gato Selección Dulce Rosé, cóctel de vino low bajo en alcohol tipo blush, y Sangría Épica.





1º lugar en el Ranking **Most Innovative Companies,** categoría Farmacias ¡Tercer año consecutivo!

Es un orgullo compartir con ustedes este gran reconocimiento otorgado por ESE Business School, en colaboración con MIC Innovation.

Esto demuestra, una vez más, el constante trabajo y dedicación por otorgar a nuestros pacientes una mejor experiencia de salud con soluciones pensadas en sus necesidades.

Iniciativas premiadas 2023:



Ecosistema digital de telesalud en vivo



Gestor de pacientes



Modelo de pronóstico de necesidades futuras de pacientes



Ecosistema de atención integral de pacientes

¡Comprometidos para mejorar la calidad de vida de las personas!



Raimundo Monge entrega el premio a Andrea Castro, gerenta general de Copec Voltex; Javier Swinburn, head de Nueva Conveniencia, y Leonardo Ljubetic, gerente de la División Desarrollo de Copec.

DISTRIBUCIÓN DE COMBUSTIBLES

COPEC
WW2.COPEC.CL

Empresa de distribución y comercialización de combustibles y lubricantes en Chile.

Para enfrentar los cambios que implica la electromovilidad, comenzaron un importante proceso de transformación, buscando convertirse en un actor relevante en los espacios de la nueva movilidad, nuevas energías y nueva conveniencia.

Obtiene este reconocimiento por lo que MIC Business Consulting describe como un "sólido proceso de innovación y corporate venture capital, altamente alineado con los procesos de transformación de la compañía".

Ejemplos de innovación de la empresa son el primer piloto de sistema de almacenamiento inteligente de energía *behind the meter*. Además, inversiones, fusiones y adquisiciones (M&A) en 22 empresas, con una inversión sobre US\$ 100 millones.



Marisa Cominetti entrega el premio a Nicole Pereira, gerenta de negocios digitales, y Mauricio Castro, subgerente de innovación y experiencia de clientes.

SERVICIOS FINANCIEROS

CENCOSUD
SCOTIABANK
WWW.TARJETACENCOSUD.CL

La operación financiera de Cencosud Chile y Scotiabank Chile se unieron y entregan servicios financieros personalizados, ágiles y efectivos para facilitar la vida cotidiana de las personas de manera sostenible. Se enfocan en los diferentes perfiles de la población chilena para dar respuesta a lo largo de todo el país.

De esta alianza, MIC Business Consulting valora el "proceso de innovación con foco en potenciar las ventas en canales digitales, generando una transición y adopción más ágil para sus clientes hacia los canales como la *app* móvil, página web, entre otros.

Sus innovaciones están centradas en el uso de inteligencia artificial integrada con Chat GPT en procesos de cara a clientes, como un sistema de análisis y generación de *insights* en tiempo real de redes sociales, generación de informes de gestión autogestionados para NPS (indicador de lealtad y satisfacción de clientes), y un sistema de análisis y recomendaciones para reclamos.



Raimundo Monge entrega el premio a Bernardita Mazo, gerenta *senior* de relaciones públicas y comunicaciones, y Matías Spagui, director de Mercado Pago.

MEDIOS DE PAGO

MERCADO PAGO
WWW.MERCADOPAGO.CL

Mercado Pago es una empresa financiera tecnológica que entrega un ecosistema de herramientas de cobros y pagos digitales para facilitar el funcionamiento de los comercios y la vida de las personas. La empresa se creó como una solución de pagos *online*, simple, segura y eficiente, para robustecer la plataforma de comercio electrónico de MercadoLibre y con el tiempo comenzó a operar con otros comercios fuera de ella.

Para MIC Business Consulting, este reconocimiento es por su "muy sólido proceso de innovación que busca extender las capacidades digitales y logísticas de la empresa para facilitar el comercio de pequeños locales con millones de personas".

Una de sus últimas innovaciones es la incorporación en la *app* de bip!QR, permitiendo el pago del transporte público sin necesidad de tener una tarjeta física. Mediante una alianza con el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, los usuarios de la Región Metropolitana pueden generar un código QR para viajar en metro, micro y el Tren Nos.



Marisa Cominetti entrega el premio a Paula Uribe, gerenta de desarrollo y gestión, y Tomás Zavala, gerente corporativo de desarrollo de Consorcio.

COMPAÑÍAS DE SEGUROS

CONSORCIO
WWW.CONSORCIO.CL

Consorcio Financiero S.A. es un *holding* compuesto por un banco, dos compañías de seguros de vida y una compañía de seguros generales. Busca resolver todas las necesidades financieras de sus clientes, entregándoles la mejor experiencia personal y digital.

El aspecto digital es clave en lo que valora MIC Business Consulting al concluir que la empresa cuenta con un "sólido proceso de innovación centrado en capacidades digitales y vínculos con *startups* que incluyen la inversión en ellas".

Un ejemplo de innovación es Videsk, que permite realizar una asesoría por video llamada con una ejecutiva en el sitio web. Otra es Speedsize, que reduce el tamaño de los archivos multimedia, manteniendo la calidad, optimizando los tiempos.

PUBLIRREPORTAJE

Doble distinción en 2023:

Starken consolida su liderazgo en innovación en la industria

- La firma del Grupo Jedimar ha implementado un sistema de gestión de innovación, materializado en diferentes iniciativas disruptivas en un mercado cada vez más exigente, para mejorar la experiencia de los clientes, ser más eficientes y pioneros.
- Lo anterior, le permitió a la compañía recibir el primer lugar en el Ranking "Most Innovative Companies" (MIC) en la categoría logística, además de posicionarse como líder en "Innovación y Cx" en Brinca, por la solución de sucursales de autoatención 24/7, única en su modelo en Chile.

Gracias a sus procesos de adaptación a las necesidades actuales de sus clientes, Starken fue distinguida, por segundo año consecutivo, con el primer lugar en el Ranking "Most Innovative Companies" (MIC) en la categoría logística, además de posicionarse como número uno en "Innovación y Cx" de Brinca.

Esta doble distinción obtenida por la compañía se debe a la implementación de iniciativas clave, tales como la sistematización de procesos de innovación abierta e interna, lo que ha generado impactos positivos tanto en los procesos internos, de cara a los clientes, buscando permanentemente una cultura de innovación que sea transversal a toda la empresa.

En esa línea, destaca la utilización de inteligencia artificial para dimensionar encomiendas, automatización y digitalización de procesos. Asimismo, las alianzas con partners estratégicos, tales como Mall Plaza, que transforma los Click&Collect de este centro comercial en

hubs logísticos para la recepción y envío de paquetes gestionados por Starken, permitiendo ampliar la capilaridad del servicio.

"En los últimos años, en Starken hemos acelerado nuestros procesos de transformación, adoptado y diseñado rápidamente nuevas soluciones tecnológicas. La innovación es parte de nuestro ADN, por lo que constituye un pilar estratégico que cruza toda nuestra operación, desde la optimización de procesos existentes, hasta el desarrollo de nuevas y disruptivas soluciones que permitan simplificar la vida a nuestros clientes", señaló Rodrigo Prida, gerente general de Starken.

Las innovaciones de Starken se alinean con el crecimiento exponencial del comercio online, que según la consultora Kawelab, ha pasado de 6 millones de compradores en marzo de 2020 a 8,6 millones en el presente año. La Cámara de Comercio de Santiago proyecta que el comercio electrónico superará los USD 11 mil millones en 2024.

Nicolás Morelli, gerente de Innovación y Tecnología, destaca que "estos logros son el reflejo del trabajo realizado por nuestro equipo, quienes se han comprometido con una gestión innovadora para entregar nuevas y mejores soluciones a nuestros clientes, trabajo que seguiremos profundizando en el futuro".

Innovación para personas y emprendedores

En el marco del reconocimiento realizado por la consultora Brinca, una de las iniciativas destacadas fueron las sucursales híbridas de autoatención 24/7, iniciativa única en Chile, dado su modelo que combina la atención personal y la automatizada, con lo cual la empresa provee una alternativa de envíos fuera del horario laboral que ha beneficiado sobre todo a emprendedores. Así, por ejemplo, en la sucursal ubicada en la comuna de Las Condes, el 70% de los envíos realizados son efectuados fuera del horario laboral y el 40% de los



Rodrigo Prida, Gerente General; Claudia Hormazabal, Líder de Innovación y Nicolás Morelli, Gerente de Innovación y Tecnología.

clientes que optan por esta modalidad son emprendedores.

"Nuestra sucursal de autoatención 24/7, que incluye el primer servicio pick and drop robotizado del país, es un claro ejemplo de cómo hemos elevado el estándar de servicio al cliente", señaló el gerente general de Starken. Prida agregó también que "estas cifras nos muestran una realidad a la que hemos estado dando respuestas de manera innovadora. Claramente, acá hay una necesidad para los emprendedores, en cuanto a

tener alternativas de envíos sintonizada con la realidad de sus negocios. Esto solamente nos confirma el escenario que levantamos en su momento, que dio origen a esta solución".

tenpo

Una cuenta muy tú.

1ER LUGAR COMO LA FINTECH MÁS INNOVADORA DE CHILE 2023

Por segundo año consecutivo fuimos reconocidos
como la Fintech más Innovadora de Chile.

-  Tarjeta débito Prepago
-  Tarjeta de Crédito
-  Billetera en dólares
-  Servicios
-  Transferencias Bancarias
-  Transferencias al exterior
-  Inversiones
-  Finanzas
-  Beneficios
-  Y mucho más

Agradecemos este reconocimiento que nos impulsa a seguir innovando para entregar una mejor experiencia a nuestros Tenpistas y para todas y todos los que se quieran unir a esta revolución financiera.

✓ Tenpo está regulada por la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

 @tenpocl

 @tenpocl

 @tenpocl

 @tenpocl





Raimundo Monge entrega el premio a Alan Muchnik, vicepresidente de estrategia e innovación de Antofagasta Minerals, y Georgeanne Barceló, vicepresidenta de personas.

MINERÍA

ANTOFAGASTA MINERALS

WWW.AMINERALS.CL

Empresa chilena en la industria minera, enfocada principalmente en la producción de cobre, metal esencial en la construcción y electrificación. La compañía opera en Chile y en otros países, y también se involucra en la extracción de otros minerales como el molibdeno.

Es reconocida por MIC Business Consulting por su "sólido y eficiente proceso centrado en mejorar la productividad, reducir costos, aumentar la eficiencia en las operaciones actuales y habilitar opciones de crecimiento".

Como ejemplo de innovación destaca "Cuprochlor - T", que permite la lixiviación de sulfuros primarios.



Patricio Cortés entrega el premio a Gabriela Ugalde, gerenta corporativa de RR.HH., y Jime Binder, gerente de gestión del cambio e innovación de CCU.

HOLDING

CCU

WWW.CCU.CL

Holding que agrupa a empresas de producción y comercialización de bebidas alcohólicas y analcohólicas en Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Colombia y Bolivia.

En esta versión, MIC Business Consulting destaca su "sólido proceso de innovación core. Claridad sobre tendencias que reconfigurarán la industria en los próximos 10 años y en la forma de 'bajar' los objetivos de innovación hacia las filiales".

Como ejemplos de innovación están el algoritmo de recomendación CCU, que usa inteligencia artificial para hacer recomendaciones personalizadas a clientes; Smart Vending CCU: coolers transformados en máquinas expendedoras, con pagos totalmente digitales, tecnología *computer vision* y telemetría en tiempo real.



Raimundo Monge entrega el premio a Guillermo Díaz del Río, gerente general de Agrosuper, y Paula Mella, gerente de desarrollo de personas y organización.

ALIMENTOS

AGROSUPER

WWW.AGROSUPER.CL

Holding de empresas de alimentos, dedicadas a la producción, distribución y comercialización de alimentos frescos y congelados de cerdo, aves, pavo, salmón y productos cárnicos y no cárnicos procesados.

En esta oportunidad, MIC Business Consulting destaca que cuenta con un "sólido proceso de gestión de innovación interna y con la mayor participación de colaboradores en iniciativas de innovación de Chile. Muy buen proceso de *venture client*".

Un ejemplo de innovación es el uso de inteligencia artificial para el diagnóstico temprano de enfermedades respiratorias en cerdos.



Marisa Cominetti entrega el premio a Guillermo Otárola, subgerente de desarrollo e innovación, y Carlos Rodríguez, gerente de innovación corporativa de Entel.

TELECOMUNICACIONES

ENTEL

WWW.ENTEL.CL

Empresa de telecomunicaciones con operaciones en Chile y Perú, mercados en los que suma más de 18,2 millones de abonados móviles. Entrega experiencias simples y eficientes, sostenidas en una infraestructura robusta de última generación.

MIC Business Consulting valora su "proceso de innovación que busca generar experiencias simples y eficientes sobre la base de nuevas tecnologías de comunicación".

En esta línea, un ejemplo de innovación es "Entel en tu almacén", una activación de almacenes como canal masivo de venta a través de la instalación de elementos e información para la venta de planes, portabilidad y contacto con ejecutivos.





RANKING 2023

MOST INNOVATIVE COMPANIES

1º LUGAR

HR TECH

★ ★ ★

1er lugar HR Tech

Ranking Most Innovative Companies Chile 2023

•buk•

Gestión de Personas

ISA INTER VIAL



Premiada con el **Primer Lugar** como la empresa más innovadora en concesiones viales, según el ranking Most Innovative Companies, realizado por MIC Innovation y ESE Business School.

#ConexionesQueInspiran
#CuidamosLoQueMenosVes



Manuel Fernández le entrega el premio a Mariana Rojas, subgerenta de productos digitales, y Juan Luis Moreno, gerente general de ACHS.

MUTUALIDADES DE TRABAJADORES

ACHS

WWW.ACHS.CL

Corporación privada sin fines de lucro, de carácter mutual. Otorga cobertura total a los siniestros por accidentes laborales y desarrolla programas de prevención de riesgos. Cuenta con más de 2,6 millones de trabajadores afiliados y registra la menor tasa de accidentabilidad promedio.

Para MIC Business Consulting, la organización cuenta con un "sólido proceso de generación de iniciativas de gestión de innovación, de eficiencia y digitalización".

Sus innovaciones se enmarcan en la capacitación para la prevención, utilizando tecnologías como inteligencia artificial y realidad virtual para identificar necesidades de formación, crear cursos, proporcionar apoyo mediante un coach virtual, simular situaciones peligrosas y recomendar cursos adicionales. Esto permite mejorar la efectividad y seguridad en el entorno laboral.



Juan Pablo Corvalán, gerente general de Farmacias Ahumada; María Eugenia Errázuriz, gerenta de recursos humanos, y Ariel Bohórquez, gerente de proyectos, innovación y sistemas.

FARMACIAS

FARMACIAS AHUMADA

WWW.FARMACIASAHUMADA.CL

Una de las principales cadenas de farmacias en Chile, que cuenta con una red de más de 400 sucursales a lo largo del territorio nacional. Su objetivo es mejorar la calidad de vida de sus clientes, y procurar que una mayor cantidad de personas pueda acceder a medicamentos y a una buena salud.

MIC Business Consulting considera relevante su "proceso de innovación centrado en el desarrollo de una cultura de atención al cliente, adaptada a los nuevos tiempos, así como también a los procesos que la sustentan".

Un ejemplo destacado de innovación es su "Ecosistema de Telesalud Digital 1.0".



Raimundo Monge entrega el premio a Alberto Orlandi, gerente de negocio GLP en Chile, y Josefa Ayarza, gerenta de Digital Factory de Lipigas.

DISTRIBUCIÓN DE GAS

LIPIGAS

WWW.LIPIGAS.CL

Empresas Lipigas es una empresa con presencia en Chile, Colombia y Perú, dedicada a entregar soluciones energéticas integrales a sus clientes, a través de sus distintos productos: el gas licuado de petróleo, el gas natural en distintos formatos y energía eléctrica.

MIC Business Consulting destaca su "proceso de innovación muy sólido centrado en la conversión de la empresa hacia una de soluciones energéticas integrales con base tecnológica".

Uno de sus principales ejemplos de innovación es el primer proyecto de BioGNL para la descarbonización de transportes de larga distancia.



Manuel Fernández entrega el premio a Arsenio Fernández, gerente corporativo de innovación y nuevos negocios, y a Víctor Ide, CEO de Emasa.

AFTERMARKET

GRUPO EMASA

WWW.EMASA.CL

Grupo Emasa es una empresa de representación de productos y repuestos para el mercado automotriz.

Este año vuelve a ser una empresa destacada porque su "proceso de innovación considera tanto el intraemprendimiento como la innovación abierta, de forma de hacer eficiente, optimizar y rentabilizar el negocio y generar nuevas oportunidades".

Dos de sus innovaciones destacadas por MIC Business Consulting son el desarrollo de Mobility Hub, primer hub de Latinoamérica para el encuentro de actores en movilidad, y ser la primera empresa de la industria en implementar *corporate venture capital*.

CCU

LIDERA RANKING

MOST INNOVATIVE COMPANIES

2023

CCU y sus filiales **Pisquera de Chile** y **VSPT Wine Group** lograron el primer lugar en sus categorías.



Agradecemos a nuestros equipos por el compromiso, excelencia, liderazgo y entrega en el trabajo realizado, que hicieron posible este destacado reconocimiento.



EN AGUAS ANDINAS

NUESTRO COMPROMISO CON SANTIAGO ES SEGUIR INNOVANDO



PARA CONVERTIRLA EN UNA CIUDAD MÁS RESILIENTE FRENTE A LA EMERGENCIA CLIMÁTICA

Aguas Andinas en el primer lugar del
**Ranking Most Innovative Companies
Chile 2023**, en la categoría **Utilities**.



MIC
BUSINESS
CONSULTING



Manuel Fernández entrega el premio a Susana Bezi, vicepresidenta de *delivery*, y Rafael Rizzo, *country head* de Globant.

TECNOLOGÍA

GLOBALANT
WWW.GLOBANT.COM

Compañía nativa digital que ayuda a las organizaciones a reinventarse para crear un camino hacia el futuro y desatar su potencial. Combinan la innovación, el diseño y la ingeniería para llegar a gran escala. Tiene más de 20 mil profesionales y está presente en 18 países, trabajando para compañías como Google, Rockwell Automation, Electronic Arts y Santander, entre otras.

Se encuentra en esta categoría por su "muy sólido proceso de innovación centrado en el uso de nuevas tecnologías para generar soluciones prácticas e innovadoras para sus clientes", de acuerdo con MIC Business Consulting.

Ejemplos de sus innovaciones tecnológicas son "Walmeric", una plataforma que escala los resultados comerciales al aumentar las conversiones y reducir los costos, y "WaaSabi", una solución de *wallet as a service* que permite a las empresas ofrecer pagos y cobranzas a través de distintas plataformas como aplicaciones y sitios web.



Marisa Cominetti entrega el premio a Gabriela Ocampo, gerenta de personas, y Eduardo Pérez, gerente general de Parque Arauco.

SHOPPING CENTERS

PARQUE ARAUCO
WWW.PARQUEARAUCO.CL

Empresa que desarrolla y opera activos de distintos usos inmobiliarios, con foco en *retail*, en Chile, Perú y Colombia, que suman más de un millón de metros cuadrados de superficie arrendable.

MIC Business Consulting destaca su "proceso de desarrollo de nuevos modelos de negocios apalancados en los activos de la empresa".

Dos de sus principales innovaciones son Green Park-Electrolineras y Arauco Pick Up & Delivery.



Raimundo Monge entrega el premio a Fernando Calvo, gerente de innovación y *new venture* de Bci, y Claudia Ramos, *chief data officer*.

BANCA

BCI
WWW.BCI.CL

Bci es uno de los bancos más grandes de Chile, con más de 85 años en el mercado. Cuenta con operaciones en Chile, Estados Unidos y Perú, además de oficinas de representación en tres continentes.

La compañía es destacada por MIC Business Consulting en esta categoría por contar con un "muy sólido proceso de innovación interno, de vínculo con proveedores y startups, y transformación hacia una banca digital que sienta las bases de un open banking".

Ejemplos de las innovaciones que han implementado son Mach Credenciales, una *app* que permite a empresas conectarse con sus socios y transferirles beneficios; Cuenta Digital Pymes, una cuenta corriente para pymes con apertura 100% digital, y su apuesta de *open banking*, adelantándose a la Ley Fintech.



Patricio Cortés entrega el premio a Diana Posada, gerenta de gestión corporativa, y Ana María Bravo, gestora de innovación.

AUTOPISTAS

ISA INTERVIAL
WWW.INTERVIALCHILE.CL

Empresa operadora de concesiones de carreteras interurbanas en Chile, perteneciente al grupo empresarial colombiano de transmisión eléctrica ISA, bajo el concepto de infraestructura lineal.

Para MIC Business Consulting, la empresa lidera su rubro gracias a su "sólido proceso y estrategia de innovación y control del impacto de proyectos de innovación en los resultados de la compañía".

Dos ejemplos de innovación son desarrollos como los pavimentos sustentables (asfaltos verdes) y la carretera iluminada con fotoluminiscencia.



Marisa Cominetti entrega el premio a Daniel Tugues, gerente general de Aguas Andinas, y Sandra Gaete, directora de personas, organización, cultura y talento.

UTILITIES

AGUAS ANDINAS
WWW.AGUASANDINAS.CL

Empresa chilena de servicios sanitarios, que realiza el ciclo integral del agua en la Región Metropolitana. Es una de las mayores empresas sanitarias de Latinoamérica, prestando servicio a más de 8 millones de habitantes. Está controlada por el grupo español Agbar, que también controla Aguas Cordillera y Aguas Manquehue.

MIC Business Consulting destaca su "sólido proceso de innovación centrado en la generación de nuevas capacidades para la adaptación y mitigación al cambio climático, resiliencia operativa y desarrollo sostenible".

Una de sus innovaciones más interesantes es el uso de inteligencia artificial para el procesamiento de videoinspecciones de alcantarillado.



Iván Díaz-Molina entrega el premio a Ignacio Romás, gerente de innovación y productividad de Sodimac, y Danica Music, subgerenta de innovación y digitalización.

MEJORAMIENTO DEL HOGAR

SODIMAC
WWW.SODIMAC.CL

Empresa para el mejoramiento del hogar, enfocada en desarrollar y proveer soluciones a los proyectos de construcción, y satisfacer las necesidades de mejoramiento y decoración de los hogares, ofreciendo excelencia en el servicio, integridad en su trabajo y un fuerte compromiso con la comunidad.

Según el análisis de MIC Business Consulting, lidera su categoría por su "sólido proceso de innovación centrado en el desarrollo de nuevas capacidades, especialmente digitales, para impactar la experiencia global del cliente".

Un ejemplo de innovación es Geopush, geomarketing a través de la *app* Sodimac y su integración con *beacons* en todas las tiendas, lo que permite entender el comportamiento y permanencia en esas instalaciones y entregar asesoría por videollamada en los pasillos más complejos.



Marisa Cominetti entrega el premio a Nicolás Romero, líder de estrategia y proceso de innovación de Walmart Chile, y Mónica Rau, líder de New Business Lab y gerenta interna de innovación omnicanal.

SUPERMERCADOS

WALMART CHILE
WWW.WALMARTCHILE.CL

Empresa que opera supermercados a lo largo de todo el territorio nacional, con una estrategia multiformato para ofrecer alternativas adecuadas a distintos segmentos de clientes.

Para MIC Business Consulting, el liderazgo de su categoría es gracias a su "proceso de innovación centrado en expandir sus capacidades logísticas y de operación en línea con su promesa de "precios bajos todos los días", agregando nuevos elementos de sustentabilidad".

En relación al foco sustentable, destaca como una innovación el lanzamiento de una planta de hidrógeno verde para su uso en las operaciones de los centros de distribución de la red logística de la compañía a lo largo del país, con el objetivo de operar 100% con hidrógeno verde.



Patricio Cortés entrega el premio a Paula Oyarce, gerenta de marketing, y Karina Suárez, gerenta general de Avon.

BEAUTY CARE

AVON
WWW.AVON.CL

Empresa cosmética multinacional, fundada en Nueva York en el año 1886. Elabora cosméticos y perfumes, y además comercializa juguetes, joyería de fantasía y productos para el hogar.

De acuerdo con el análisis de MIC Business Consulting, destaca su "proceso de innovación centrado en el desarrollo de nuevos productos y formulaciones, basado en el trabajo de equipos científicos, ingenieros y especialistas en belleza en una red de laboratorios de alta tecnología".

En relación a sus productos, algunos ejemplos de innovación son la línea Anew Sensitive+, con tecnología protínol para estimular la producción de colágeno, y Powerstay Sparkes, lápiz labial con efecto mate, con brillo metálico de larga duración.



Patricio Cortés entrega el premio a Luis Vives, gerente general de AB InBev, y Lina Aguirre, directora de marketing.

CERVEZAS

AB INBEV
WWW.ABINBEV.CL

Empresa productora de cerveza cuyo propósito es "soñar en grande para crear un futuro con más motivos para brindar", considerando los principales desafíos de sustentabilidad a nivel global.

Lo que la convierte en líder de su rubro, de acuerdo a MIC Business Consulting, es su "sólido proceso para identificar tendencias y experiencias de otros mercados y traducirlas en productos más rápidos que su competencia", además de la "claridad sobre tendencias que reconfigurarán la industria en los próximos 10 años".

Algunos productos de innovación son la utilización de nanoburbujas en el proceso productivo para disminuir el consumo de agua; y nuevos productos con características saludables y de calidad como Corona Tropical (bebida a base de agua saborizada) y B-Mix (cerveza con sabor a limón), Bud Zero, Corona Cero y Stella 0.0.



Patricio Cortés entrega el premio a Cristián Piera, gerente general de Clínica Alemana de Santiago, y Loreto Bezat, gerenta de producto digital e innovación.

CLÍNICAS Y HOSPITALES
CLÍNICA ALEMANA
WWW.ALEMANA.CL

Institución con más de 100 años de historia, con el propósito de cuidar a las personas en cada etapa de su vida y contribuir al desarrollo del conocimiento médico. Perteneciente a la Corporación Chileno Alemana de Beneficencia (CCAB), entidad sin fines de lucro creada en 1905.

MIC Business Consulting valora su "proceso de innovación centrado en la creación de soluciones tecnológicas para impulsar la innovación de productos, negocios y operaciones".

Como ejemplo de innovación destaca la incorporación de telemedicina como un nuevo modelo de atención en el entorno ambulatorio y urgencia (para pacientes con enfermedades agudas de baja complejidad).

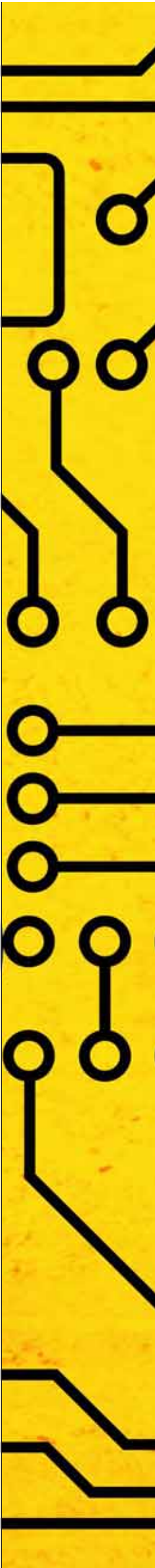


Iván Díaz-Molina entrega el premio a Alejandra Sepúlveda, *project management officer*, y Rodrigo Hübner Grass, gerente general de Salfa Montajes Industriales.

MONTAJES INDUSTRIALES
SALFA MONTAJES INDUSTRIALES
WWW.SALFACORP.COM

Compañía que ofrece servicios y soporte técnico para el desarrollo de negocios, evaluación técnica, económica, negociación de contratos, gestión y desarrollo de proyectos de ingeniería, construcción y montaje en el mercado de la industria, minería, energía, petroquímica, telecomunicaciones, comercio y servicios.

Un ejemplo relevante de innovación, según MIC Business Consulting, es "Líder al paso" que busca acercar el supermercado a las estaciones de metro, *cowork*, estación de trenes, etcétera.





AQUACHILE



LA INNOVACIÓN ES NUESTRO MOTOR



¡En AquaChile la innovación es nuestro motor! Hemos sido reconocidos como líder en salmonicultura en el Ranking **Most Innovative Companies 2023**, ranking realizado por el ESE Business School, en alianza con el Mercurio y MIC Innovation. Agradecemos a todas las personas que forman parte de AquaChile por su compromiso y espíritu innovador.

En AquaChile la innovación hace alusión a la tecnología y a la investigación, pero sin duda alguna los mayores motores en innovación son los trabajadores. Estamos convencidos que de esa forma podemos hacer que los proyectos tengan un verdadero impacto para poder seguir alimentando mensualmente, de forma rica y saludable, a más de 150 millones de personas en todo el mundo.



Iván Díaz-Molina entrega el premio a Gina Ocquetau, directora, y Gonzalo Guerrero, presidente del directorio de SQM.

MINERÍA QUÍMICA

SQM

WWW.SQM.COM

SQM se especializa en la fabricación de productos con foco en litio, yodo, nitrato de potasio y otros compuestos químicos esenciales para la agricultura, la industria química y otras aplicaciones. El litio, en particular, es de gran importancia debido a su uso en baterías recargables y tecnología de energía renovable.

El primer lugar de su rubro lo obtiene por lo que MIC Business Consulting destaca como un "sólido proceso de innovación centrado en nuevos modelos de negocio, nuevos productos y nuevos procesos".

Sus principales ejemplos de innovación son ArmonIA, *app* de asistente virtual para la minería que utiliza inteligencia artificial y procesamiento de lenguaje natural para mejorar la productividad y seguridad; la obtención de litio metálico vía electrólisis, y la investigación de nuevos productos de litio como materiales enfocados en los requerimientos del mercado de la electromovilidad.



Manuel Fernández entrega el premio a Claudia Silva, gerenta de personas, y Matías Garcés, director ejecutivo de Garces Fruit.

AGRO

GARCES FRUIT

WWW.GARCESFRUIT.COM

Empresa agroindustrial de fuerte tradición familiar. Sus actividades abarcan la producción y exportación de frutas, especialmente cerezas, ciruelas, duraznos, nectarines y kiwis. Es reconocida como la mayor exportadora de cerezas del mundo.

Para MIC Buisiness Consulting, destaca su "fuerte innovación centrada en proyectos de investigación y desarrollo, de ingeniería y automatización".

Una innovación que refleja estas características es una línea procesadora de fruta con selección por nivel de azúcar.



Iván Díaz-Molina entrega el premio a Ximena Solís, directora de asuntos comunitarios para Aysén, y Sady Delgado, gerente general de Aquachile.

SALMONICULTURA

AQUACHILE

WWW.AQUACHILE.COM

Empresa productora de salmones más grande de Chile y la segunda a nivel mundial. Sus productos llegan mensualmente, desde la Patagonia, a más de 150 millones de personas en todo el mundo. Cuentan con un modelo productivo 100% integrado que abarca todo el ciclo productivo del salmón: desde la genética hasta su comercialización.

Son líder de su categoría, de acuerdo con lo analizado por MIC Business Consulting, por su "sólido proceso de innovación, con un programa de innovación interna que logra la participación de más de 2.000 colaboradores".

Dos de sus innovaciones destacadas son la producción de una marca *premium* de salmón, carbono neutral, y creación del Centro de Innovación y Desarrollo para la Acuicultura (ATC).

FIRMAS QUE FACTURAN MENOS DE US\$ 200 MILLONES AL AÑO

Categoría empresas: Los 17 ejemplos que prueban que las buenas ideas pueden aplicarse en todos los rubros

Desde la gestión de personas y el sector financiero hasta los chocolates y el deporte, pasando por el mundo inmobiliario, los desarrollos de ingeniería, la salud, la logística, la movilidad aérea y terrestre y el transporte de valores. Esto son los proyectos que valoró el Ranking Most Innovative Companies 2023 para que las siguientes empresas fueran consideradas las más destacadas de sus respectivos rubros. **CARLA FUENTES VICUÑA**



Raimundo Monge entrega el premio a Alexandra Badilla, subgerenta comercial y de estudios, y Enrique Loeser, gerente general de Axis.

INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN

AXIS DESARROLLOS CONSTRUCTIVOS

WWW.AXISDC.CL

Empresa constructora con más de 30 años de experiencia en los sectores de viviendas en extensión, *retail*, edificación comercial, industrial e institucional como universidades, colegios y hospitales. Cuenta con oficinas en Santiago, Puerto Varas y Punta Arenas.

De acuerdo con MIC Business Consulting, destaca por su "sólido proceso de industrialización basado en *design thinking*, unido al primer programa de innovación abierta liderado por una empresa constructora".

Sus innovaciones están relacionadas a la economía circular, con la incorporación de "jabalcones de madera plástica". Es decir, estructuras arquitectónicas para fachadas, confeccionadas con plásticos generados en obras.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Mayra Vega, *product manager* de auspicios y alianzas comerciales, y Juan Pablo Pareja, gerente general de Cruzados.

CLUBES DEPORTIVOS

CRUZADOS

WWW.CRUZADOS.CL

Sociedad anónima deportiva profesional, creada para la gestión del fútbol profesional del club Universidad Católica. Tiene como objetivo obtener logros deportivos, formar jugadores competitivos de manera integral, mantener y fortalecer la relación con los hinchas.

En esta categoría MIC Business Consulting destaca su liderazgo por su "proceso de innovación que busca generar nuevas oportunidades comerciales, especialmente en el mundo digital, el cual fue especialmente importante en los periodos de cuarentena producto de la pandemia".

Un ejemplo de innovación es "Tu lugar en la historia", un *crowdfunding* que fue parte de financiamiento del nuevo estadio del club deportivo.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a José Antonio Martínez, gerente general de la Bolsa de Santiago, y María Valentina Labra, subgerenta de implementaciones de gestión.

INFRAESTRUCTURA FINANCIERA

BOLSA DE SANTIAGO

WWW.BOLSADESANTIAGO.COM

La Bolsa de Santiago es una institución financiera cuya principal función es operar como un mercado bursátil donde se negocian valores financieros, como acciones, bonos, divisas y otros instrumentos financieros.

MIC Business Consulting valora su "sólido sistema de innovación para profundizar y solidificar sus plataformas y abrirse a nuevas tecnologías complementarias".

Una de sus innovaciones destacadas es Brain Data, plataforma de *big data & analytics*, que consolida información de los mercados y se pone a disposición del público, para gestionar y analizar datos a gran escala y descubrir información relevante del mercado chileno.



Raimundo Monge entrega el premio a Raimundo Cruzat, gerente general de Echeverría Izquierdo, y Javiera Becerra, subgerenta de innovación corporativa.

INMOBILIARIAS

INMOBILIARIA ECHEVERRÍA IZQUIERDO

WWW.EI.CL

Empresa inmobiliaria, parte del grupo Echeverría Izquierdo, con más de 43 años de trayectoria, orientada al desarrollo de proyectos inmobiliarios de alto estándar. Ofrece servicios en el ámbito de la ingeniería y la construcción, para entregar soluciones integrales e innovadoras.

Para MIC Business Consulting, destaca su "proceso de innovación que permite identificar tendencias de nuevos grupos emergentes tanto para el uso como para la inversión y la generación de productos alineados con estos intereses".

Como ejemplos de innovación están la implementación de nuevos modelos de venta de departamentos (a través de Wbuild, una plataforma de inversión inmobiliaria fraccionada) y sistemas de reutilización de aguas grises en sus desarrollos (en conjunto con la *startup* Binario Tech).



Raimundo Monge entrega el premio a Claudia Hormazábal, líder de innovación, y Rodrigo Prida, gerente general de Starken.

LOGÍSTICA

STARKEN

WWW.STARKEN.CL

Starken es una empresa que provee servicios de distribución, almacenamiento y logística a personas naturales, pequeñas empresas, grandes *retailers* y compañías de gran tamaño.

Está en el primer lugar de su categoría gracias a lo que MIC Business Consulting define como un "sólido proceso de innovación y control del impacto de proyectos de innovación en los resultados de la compañía".

Uno de sus proyectos innovadores es "Sucursales Mix 24-7", un sistema de sucursal de autoatención que funciona permanentemente.



Raimundo Monge entrega el premio a Cristián León, *senior IT manager*, y a Elizabeth Bahamondes, *senior executive account manager* de Johnson & Johnson MedTech.

MEDICAL DEVICES

JOHNSON & JOHNSON MEDTECH

WWW.JNJMEDTECH.COM

Compañía que utiliza su alcance, escala y experiencia para reinventar la manera en que se brinda la atención sanitaria y ayudar a las personas a vivir más tiempo y de manera más saludable.

Este año, MIC Business Consulting valora su "proceso de innovación que busca establecer conexiones entre la ciencia y la tecnología para desarrollar nuevas soluciones quirúrgicas, ortopédicas e intervencionistas".

Como parte de sus innovaciones está el pilotaje e implementación de las primeras soluciones digitales con inteligencia artificial para el seguimiento de pacientes, y MedTech Innovation Challenge, torneo de innovación abierta que reúne a más de 120 *startups* en el Cono Sur.



Seguimos innovando
por nuestros clientes.



Es un orgullo recibir este reconocimiento que
consolida nuestro compromiso para seguir
entregando a nuestros clientes, la mejor
experiencia en productos y servicios financieros.

CONSORCIO. Tú, dale.



Most
Innovative
Companies
CHILE



Raimundo Monge entrega el premio a Francisca Santa María, directora de marketing, y a José Manuel Aguirre, gerente general de La Fête Chocolat.

RETAIL PREMIUM

LA FÊTE CHOCOLAT

WWW.LAFETECHOCOLAT.COM

Empresa con 15 años en el mercado y 50 tiendas a lo largo de todo Chile, dedicada a la fabricación y comercialización de chocolates y confites de carácter *premium*.

Lo que se destaca para considerarla líder de su categoría es "el proceso de innovación que busca desarrollar una experiencia de compra de productos, empaque y tienda inigualable".

Algunos ejemplos de sus innovaciones son: plantación de Ticul, Yucatán, que ha rescatado el cacao criollo en México con un innovador sistema de agricultura y programa de responsabilidad con agricultores de Costa de Marfil, patrocinando villas, dando un pago justo, eficiencia en los cultivos, trazabilidad y apoyo en la educación de la comunidad.



Raimundo Monge entrega el premio a Angélica Varela, directora técnica y de innovación, y Enzo Marzullo, gerente general de Topcolor.

PROVEEDORES DE LA INDUSTRIA

TOPCOLOR

WWW.TOPCOLOR.COM

Topcolor es una empresa que desarrolla, produce y comercializa compuestos de polímeros, utilizados como materias primas en la industria del plástico.

MIC Business Consulting los considera ganadores de su categoría por su "proceso de innovación centrado en el desarrollo de procesos de vanguardia de la industria con materiales, siendo probados hoy en día en Europa y China".

Dentro de sus ejemplos de innovación están los biopolímeros compostables en base a maíz y el desarrollo de formulaciones para reología controlada en polímeros reciclados.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Santiago Caicedo, gerente general de Transvip, y Carolina Rey, gerenta de nuevos negocios Latam.

TRANSPORTE DE PASAJEROS

TRANSVIP

WWW.TRANSVIP.CL

Empresa de transporte terrestre de pasajeros, con 20 años de experiencia en la gestión, administración de flota, sistema de reservas, tráfico e implementación de tecnología en procesos operativos. Entregan servicios de transporte a personas particulares y a empresas.

Para ser líder de su categoría, MIC Business Consulting destacó su "proceso de innovación centrado en la eficiencia del uso de recursos, disminución de la huella de carbono y optimización de costos".

Ejemplos de innovación son su sistema de agrupación de pasajeros con ruta para transporte de pasajeros y ruteo inteligente para entrega de carga y la multicanalidad para la venta y administración de servicios de transporte de pasajeros.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Fernando Araya, CEO de Tenpo; Camila Véliz, subgerenta comercial, y Valery Motta, jefa de producto.

FINTECH

TENPO

WWW.TENPO.CL

Tenpo es una *fintech* chilena que comienza en 2020 con la emisión de tarjetas de prepago no bancarias. Su propósito es desarrollar un nuevo modelo de oferta financiera en Chile, basado en tecnología que permita acelerar la inclusión digital y financiera.

Su liderazgo en el rubro es, a juicio de MIC Business Consulting, por su "buen proceso de innovación que permite utilizar nueva tecnología para diseñar productos que se anticipan eficazmente a los cambios regulatorios".

Un ejemplo de innovación es la evolución de Tenpo hacia convertirse en un *neobank*, así como también el desarrollo de una aplicación financiera para adolescentes.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Teresita Morán, *country manager* de Buk, y Ricardo Saterler, *chief operating officer*.

HR TECH

BUK

WWW.BUK.CL

Empresa chilena fundada en 2015 dedicada al desarrollo de *software* de gestión de personas que centraliza todas las tareas en una sola plataforma: pago de nómina, gestión de personas y gestión de talento, entre otros.

La característica destacada por MIC Business Consulting es su "proceso de innovación basado en la investigación de las necesidades de clientes, que permite diseñar soluciones utilizando tecnología, y el trabajo de equipos autónomos".

Como un ejemplo de innovación está la integración de Chat GPT con la plataforma y publicación de BukNumbers, para transparencia en calidad de servicio de la empresa.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Armando Weinberger, gerente general de EcoCopter, y Karen Motzfeld, gerenta de finanzas.

SERVICIOS AÉREOS

ECOCOPTER

WWW.ECOCOPTER.COM

Empresa que presta diversos servicios vinculados a un helicóptero: asesoría en la planificación y reportes finales de cada misión, además de servicios para la industria aeronáutica de mantenimiento, administración de flotas de terceros, taller de motores y entrenamiento de tripulaciones aeronáuticas.

MIC Business Consulting valora su "sólido proceso de innovación *core* y de iniciativas adyacentes".

Como ejemplo de innovación está la plataforma de *e-commerce* para la venta de experiencias de vuelo en helicóptero (B2C) en Chile.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Daniela Elgueta, *social media manager*, y Yerko Halat, socio fundador de Rompecabeza.

AGENCIAS

ROMPECABEZA

WWW.ROMPECABEZA.CL

Conjunto de empresas del rubro de marketing digital y experiencia de usuario, con siete años de existencia.

Para MIC Business Consulting, encabezan la categoría por el "proceso de innovación que busca desarrollar para sus clientes capacidades digitales que permitan disrumpir en sus propios mercados".

Una innovación destacada por los expertos es la creación de RiseLab, un laboratorio de experimentación y validación rápida.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Andrew Baer, gerente de innovación, marketing y experiencia de clientes de Larrain Vial Corredores de Bolsa, y María Jesús del Pozo, subgerenta de comunicaciones y fidelización de clientes.

CORREDORAS DE BOLSA

LARRAIN VIAL

CORREDORES DE BOLSA

WWW.LARRAINVIAL.COM

Administradora de fondos no bancaria, enfocada en identificar las oportunidades y riesgos de los mercados en la gestión de diversas clases de activos a través de fondos mutuos y de fondos de inversión.

MIC Business Consulting destaca su "proceso de innovación centrado en el desarrollo de ambidiestralidad, a través de reinventar canales digitales con foco en experiencia y gestión de datos y comunicación de marca".

Cuentan con un nuevo modelo de atención híbrido, que es su principal innovación.



Raimundo Monge entrega el premio a Camila Echegaray, directora de producto, y Juan Cristóbal de Marchena, director comercial de Karün.

ÓPTICAS

KARÜN

WWW.ANTEOJOSKARUN.CL

Empresa chilena que, con 10 años de antigüedad y presencia global, crea anteojos de alta calidad utilizando material descartado de zonas rurales de la Patagonia recolectado en conjunto con comunidades. Cuenta con un innovador modelo de negocios circular y con aspiraciones regenerativas.

Líder de su categoría, MIC Business Consulting destaca su "proceso de innovación centrado en el uso de materiales sustentables, transparencia y en la colaboración con *stakeholders*".

Algunos ejemplos de innovación son sus anteojos hechos con redes de pesca recicladas desde 2015 y la medición y ecoetiquetado de CO₂ por cada producto.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Juan Ignacio Ríos, *country manager* Chile de WSP, y Gabriela Orellana, líder de desarrollo Chile.

SERVICIOS DE INGENIERÍA

WSP

WWW.WSP.COM/ES-CL

Empresa de servicios profesionales de consultoría en recursos hídricos, ingeniería, medio ambiente y sustentabilidad. Sus servicios abarcan todas las disciplinas y fases de desarrollo de la ingeniería, en la administración de proyectos y supervisión y control de obras, además de consultoría en temas ambientales, de gestión y legales, en los mercados de minería, transporte, infraestructura, energía, industrias y edificación.

Lídera en su categoría por lo que MIC Business Consulting califica como un "sólido proceso de innovación basado en su programa global de innovación Future Ready, cuyo objetivo es generar metodologías estandarizadas para guiar a sus equipos en procesos de innovación".

Un ejemplo de sus innovaciones es la implementación de geotermia de baja entalpía para calefacción de edificios de oficina.



Javiera Kowaleczko entrega el premio a Pamela Reutter, gerenta senior de retail y DRS, y Alejandro Cozzy, gerente general de Brink's Chile.

TRANSPORTE DE VALORES

BRINK'S

CL.BRINKS.COM

Empresa internacional Soluciones de gestión integral de efectivo, logística y seguridad, originaria de Estados Unidos, donde fue fundada hace más de 160 años. Hoy opera sus servicios en más de 100 países.

Según MIC Business Consulting, lidera en su categoría por su "proceso de innovación para crear nuevas propuestas de valor y optimizar las operaciones para diferenciar los servicios".

Ejemplo de ello es Digital Retail Solutions (DRS), un proceso de digitalización del efectivo en punto de venta a tiempo real, que acelera la disponibilidad de las recaudaciones en la cuenta bancaria del cliente, quien puede utilizar la plataforma digital web o una *app* para la trazabilidad de los dineros ingresados por puntos de venta.



WSP

Cuestiona el presente
Imagina el mañana
Crea para el futuro

***Somos la empresa de ingeniería más
innovadora de Chile****

¡Escanea y conócenos!



*Según Ranking MIC 2023

EN EL AÑO EN QUE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA DESAFIÓ LOS PARADIGMAS

Desde cómo crecer hasta cómo adaptarse a las mascotas de sus colaboradores: doce tendencias que miran las empresas más innovadoras de 2023

Las transiciones ambientales, demográficas, tecnológicas y energéticas que vive el mundo se viven de cerca en el mundo privado, sobre todo en aquellas compañías que lideran en materia de innovación. Lo interesante es que varias de estas grandes transformaciones se aprecian en aspectos cotidianos, incluyendo dimensiones como la gestión del talento, la interacción con los clientes y la naturaleza de los productos y servicios que se lanzan al mercado.

FRONNY DI GIAMMARINO SCHIMUNEK

El trabajo que realiza MIC Business Consulting para construir el Ranking Most Innovative Companies no solo arroja los hallazgos que se analizaron en las primeras páginas de esta publicación o a las empresas más destacadas de cada sector. También detectan cuáles son las grandes tendencias que las compañías líderes del país están mirando con atención para adoptarlas o adaptarse a ellas. En esta ocasión, el equipo de investigadores dio con 12 fenómenos relevantes, que son los que se detallan en las siguientes páginas.

De ellos, cuatro son los que más les llamaron la atención, debido a que aparecen entre las preocupaciones de casi todos lo líderes corporativos con que conversó la consultora para realizar su estudio.

Uno de los temas más masivos de preocupación es la ciberseguridad. “Les preguntamos a altos ejecutivos de compañías cuáles eran sus grandes preocupaciones para los próximos años y los compilamos. Por lejos, la más relevante fue el fraude digital y la suplantación de identidad. Estamos enfrentando casos muy sofisticados, donde se suplanta la identidad, por ejemplo, del gerente general de una compañía; es decir, implican un nivel de producción muy grande. A medida que el mercado se va

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, LA CIBERSEGURIDAD Y LAS STARTUPS SON TRES FENÓMENOS QUE SE VUELVEN CLAVES EN LA TOMA DE DECISIONES CORPORATIVAS.

abriendo y aparecen conceptos como open data u open banking, la preocupación por este tema va creciendo”, explica Patricio Cortés, socio principal y CEO de MIC Business Consulting.

Lo que más le sorprende, enfatiza, es la velocidad en que este fenómeno ha ido preocupando a los altos ejecutivos: “Antes no estaba. El año pasado era como la preocupación número 40 para los gerentes generales; ahora, en cambio, es la número uno”.

La segunda tendencia llamativa es la masiva convicción de que la inteligencia artificial realmente va a cambiar todo, partiendo por la experiencia de los clientes. “En el mundo del *retail*, donde hay marcas que todos conocemos, uno va a tener un asistente personal de voz al que le va a decir ‘oye, búscame una camisa blanca de algodón’. El asistente responderá: ‘Encontré tres; una cuesta 10 dólares, otra cuesta 15 y la otra cuesta 50... ¿cómo quieres escoger?’. Y le vas a preguntar ¿cuál llega antes? ‘La de 50’, te dirá. ‘Ok, cómprame la de 50’. La inteligencia artificial va a penetrar las marcas de las tiendas. Esto es una revolución, y que va a pasar en todas partes, desde el supermercado al mundo financiero”, detalla Cortés.

Un tercer cambio clave es que las *startups* se están

convirtiendo el vehículo de innovación de las compañías: “El I+D podría empezar a desaparecer dentro de las compañías. Va a empezar a instalarse afuera y consistirá en encontrar tempranamente a aquel que descubrió una solución. Algo interesante es que para algunas compañías, resulta mucho más rápido descubrir una solución que está generándose en Nueva Zelandia, Filipinas o Canadá, que encontrar eso mismo dentro de una universidad chilena. O sea, es más fácil encontrarlo en una *startup*, en cualquier parte del mundo, que en una universidad. Las compañías se están vinculando con *startups* en el mundo y eso va ir requiriendo nuevas posiciones, nuevos gerentes encargados de esta vinculación uno a uno con *startups* en el mundo en fases tempranas”.

A estas tres dimensiones de carácter más bien global, se agrega una cuarta tendencia fundamental, que se vincula con dinámicas más bien internas del mercado chileno: para las empresas grandes, está resultando muy difícil poder crecer en el país y miran con interés las oportunidades que existen afuera.

“Lamentablemente, no es porque Chile les haya quedado chico. No, en Chile todavía queda espacio. Pero empiezan a ver que, por diferentes motivos, es muy difícil operar en Chile, y este es un fenómeno que no va a cambiar en el corto plazo. Se aprecia que las compañías ya están tomando posición en otras jurisdicciones, o explorando, para resolver esto”, detalla el CEO de MIC Business Consulting.

EL TEMA ADQUIERE RELEVANCIA MÁXIMA:

El riesgo de fraude digital y suplantación de identidad se vuelve una prioridad, y las compañías trazan sus estrategias de ciberseguridad

La digitalización de las transacciones y también la nueva Ley de Delitos Económicos son dos factores que están llevando al mundo privado a innovar en esta dimensión que cada vez se torna más estratégica.

En la era digital, donde las transacciones en línea se han vuelto esenciales en la vida cotidiana, la amenaza del fraude digital y la suplantación de identidad son una constante amenaza. Cada avance tecnológico que facilita nuestras interacciones digitales también trae consigo un conjunto de riesgos que demanda una atención altamente especializada. Y las compañías están cada vez más conscientes de esos peligros. De hecho, en el análisis que hace MIC Business Consulting, para los gerentes generales esta es hoy una de sus mayores fuentes de preocupación.

En respuesta a esta creciente amenaza, las empresas se ven obligadas a adoptar estrategias integrales de manejo de datos y ciberseguridad. La protección de la información se convierte en una prioridad estratégica, y la implementación de medidas efectivas para prevenir, detectar y responder al fraude digital se vuelve esencial para la reputación de las organizaciones en el entorno digital actual.

Hugo Benedetti, director del Centro para el Desarrollo de Iniciativas Sociales (Cedis), del ESE Business School de la Universidad de los Andes, señala que “cuando hablamos de ciberseguridad, debemos tener claro que siempre va a existir un porcentaje de fraude, digital o físico, y finalmente lo importante es cómo gestionamos para que se encuentre rápido y sea el mínimo daño posible”.

Benedetti señala que “el desafío para las empresas es estar siempre al día con la tecnología, porque avanza rápido tanto para la ciberseguridad como para los ciber riesgos. Y el reto es como mantenerse en la punta y entender que ese liderazgo no es permanente en el tiempo, porque requiere una inversión permanente”.

De hecho, las amenazas se han vuelto más sofisticadas con herramientas co-



mo la inteligencia artificial generativa. Asimismo, y debido a los cambios en la Ley N° 21.595 de Delitos Económicos la ciberseguridad, que ha sido siempre un tema relevante al interior de las compañías, ahora pasa a ser un tema extremadamente importante a nivel de directorio por la responsabilidad penal que pueden tener los directores por la responsabilidad penal que podrían tener por temas de ciberseguridad.

Sobre esto, Benedetti puntualiza que los cambios regulatorios “van más allá de los fraudes económicos, sino que también sobre los datos del usuario dentro de la compañía. En este sentido, las filtraciones de datos, independientemente que no involucren una transacción fraudulenta, son igualmente penadas”.

Ante este escenario, el académico advierte que existe una “responsabilidad compartida” en la ocurrencia de estos delitos. La responsabilidad no solo recae en el banco emisor de tarjetas, sino también en los procesadores de pago, las tiendas donde se realizan compras fraudulentas y, de igual forma, en los propios usuarios.

UNA NUEVA FORMA DE TOMAR DECISIONES

La inteligencia artificial transforma la experiencia de los clientes: capturando la voz de los usuarios

La investigación de mercado está cambiando de forma acelerada de la mano de las tecnologías. Las compañías hoy tienen formas mucho más sofisticadas y precisas de conocer y entender a sus consumidores. Y también de interactuar con ellos.

“Antes, para medir la experiencia del cliente utilizábamos métodos de investigación de mercado informales, como las encuestas o los *focus groups*, que eran muy costosos, parciales y sin una certeza absoluta. Hoy, la inteligencia artificial permite capturar la voz del cliente a través de todos los canales posibles. Cualquier fuente permite procesar, entender y obtener información”, comenta Guillermo Armelini, director del Área de Marketing y Operaciones del ESE Business School, de la Universidad de los Andes.

Gracias a la implementación de esta tecnología, las empresas tienen acceso directo a los requisitos de los clientes con una capacidad de procesamiento de información sin precedentes, lo que facilita la toma de decisiones empresariales.

En esta línea, el surgimiento de los *chatbots* está revolucionando la interacción digital entre las empresas y sus clientes, al llenar un espacio clave con respuestas inmediatas y personalizadas. Su valor radica en la disponibilidad constante, operando las 24 horas del día, los siete días de la semana, y en la eficiente gestión de consultas básicas.

Para Armelini, “en Chile nos encontramos en etapas bastante tempranas de esta tecnología, por el riesgo en las relaciones con los clientes. Las empresas están desacoplando preguntas bási-

cas o temas generales que pueden constatar a través de inteligencia artificial, pero reservando las consultas más complejas para la interacción humana”.

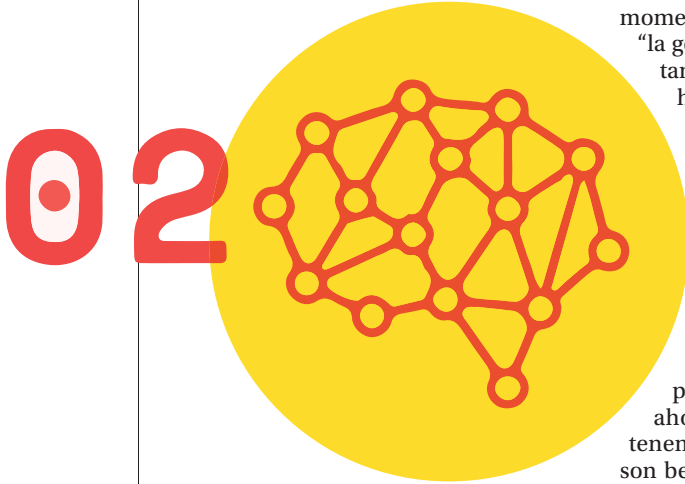
Esto, en todo caso, podría evolucionar muy rápido, de la mano de las posibilidades que ofrece la inteligencia artificial generativa.

Por su parte, Hugo Benedetti, director del Centro para el Desarrollo de Iniciativas Sociales (Cedis), del ESE Business School de la Universidad de los Andes, destaca la implementación de asistentes virtuales que acompañan a los clientes en sus procesos de compra, generando “experiencias mucho más personalizadas”. Sin embargo, advierte que “el tema es cómo nos aseguramos de que cuando estos chat pasan a recomendar productos, esas recomendaciones sean las más acordes al usuario, versus a lo que esté maximizando la rentabilidad a la empresa. Esa es la gran duda”.

Una tendencia que no solo está cambiando la experiencia de los clientes, sino que también está afectando el rol de las tiendas. Benedetti explica que “estamos viendo que las tiendas físicas están siendo más un *showroom* presencial que una necesidad de compra de producto. Es un cambio hacia la comercialización *online* y demostración presencial”.

Por su parte, Armelini reflexiona sobre las motivaciones de los clientes al momento del consumo, señalando que “la gente, cuando va a la tienda física también va a vivir una experiencia humana, una experiencia más gregaria. Esta parte todavía es muy única en la tienda física, por lo que actúa más como un complemento”.

Profundizando sobre esta tendencia y sus acelerados cambios, Benedetti puntualiza que “todo lo que es tecnología es difícil saber si nos está ayudando o dañando, porque depende de cómo se use. Pero por ahora, dadas las aplicaciones que tenemos, los usos de esta tecnología son beneficiosos y están mejorando la percepción del usuario”.



PRIMER LUGAR EN CATEGORÍA MONTAJE INDUSTRIAL EN RANKING MIC 2023:

Salfa Montajes consolida cultura de innovación que genera mayor valor a sus clientes

La principal unidad de negocios de SalfaCorp —que constituye un factor clave en la cadena de valor para los sectores de minería, energía, desalación y transporte de agua, petroquímica e industrial— ha llevado a cabo diversas iniciativas y programas destinados a impulsar la creatividad, pensamiento disruptivo e ideas innovadoras en sus procesos.

Salfa Montajes obtuvo el primer lugar en la categoría Montaje Industrial en el Ranking MIC 2023 y 14° lugar en el ranking general, entre un total de 155 empresas representantes de más de 40 industrias. Para la compañía, este reconocimiento refleja el grado de madurez en la gestión de la innovación que ha desarrollado durante los últimos años, logrando consolidar una cultura abierta a generar nuevo valor hacia los clientes, la exploración y la adopción de tecnologías de manera transversal en la organización.

Rodrigo Hübner, gerente general de Salfa Montajes, explica que en el sector de ingeniería y construcción existe una cultura muy estructurada y poco abierta al cambio, como consecuencia de la necesidad de cumplir estrictamente con los requisitos del proyecto, “lo que limita la curiosidad, miradas respecto a hacer cosas distintas, o simplemente cuestionar cómo se hacen las cosas hoy”.

“Por esto —agrega—, estar en el lugar 14° del ranking general de todas las industrias y empresas más innovadoras es un gran logro, pero el trasfondo es más importante aún: contar con evidencia concreta de una transformación que hoy nos permite generar mayor valor a los clientes, la compañía y la industria en general. Hoy somos líderes y un referente en la ejecución de grandes proyectos de construcción, montajes industriales y EPC”.

Salfa Montajes es la principal unidad de negocios de SalfaCorp, el mayor grupo constructor de Latinoamérica. Actualmente tiene presencia en Chile, Perú, Colombia y Panamá, y representa, junto con su equipo humano de excelencia, un factor clave en la cadena de valor para los sectores de minería, energía, desalación y transporte de agua, petroquímica e industrial.

COMPETENCIA TRANSVERSAL

Parte de la visión estratégica de Salfa Montajes se basa en que solo es posible ser sustentable como compañía si se cuenta con la innovación como una competencia transversal, que le permita adaptarse de manera ágil a los desafíos del contexto actual.

Y es así que el incorporar la innovación como competencia ha obligado a la compañía a sistematizar e integrarla en el día a día de la gestión, con todas las particularidades de su organización y su cultura. “Es decir, a la manera de Salfa Montajes, innovar conlleva cambios culturales, los que se deben ver reflejados en la visión de nuestros clientes y en el servicio que día a día les ofrecemos”, señala Hübner.

El ejecutivo reconoce que el entorno desafiante de hoy los ha apalancado para tener que cambiar. “Esto no ha sido fácil para nosotros, ya que somos una compañía con más de 90 años de trayectoria y la más grande en el país en nuestro sector. ¿Por qué cambiar?, hasta hace unos años esta era nuestra lógica. Hoy nos hemos propuesto generar más

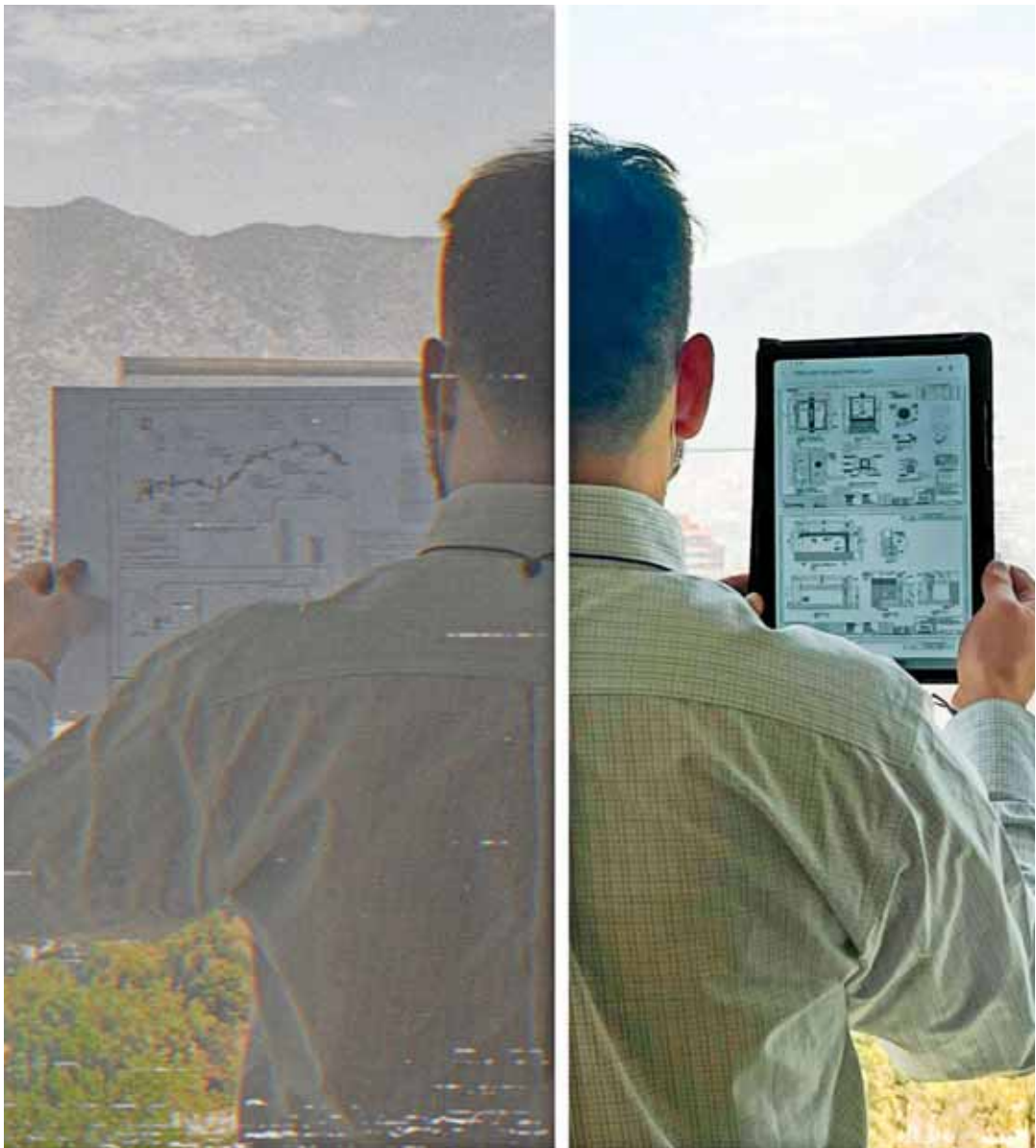


Foto ganadora de la Semana de la Innovación Salfa Montajes 2020, que captura la transformación digital de la compañía.



Transformación Tecnológica e Integración BIM. Truck Shop Codelco Andina: Un complejo único en el mundo de prefabricados de hormigón a 3.700 metros de altura.

valor, seguir siendo líderes y evolucionar con responsabilidad hacia los desafíos que hoy enfrentamos”.

En este contexto, Carlos Fernández, gerente Desarrollo e Innovación de Salfa Montajes, destaca que participar del Ranking MIC ha sido una experiencia valiosa para la compañía y principalmente para la

Gerencia de Desarrollo e Innovación. “Nuestra decisión de evaluarnos partió de la simple necesidad de contar con una referencia del posicionamiento de nuestra empresa en cuanto a la gestión de innovación. Sin embargo, ganamos bastante más en el camino; la metodología del MIC y la profundidad de análisis nos permitió identificar brechas

para mejorar nuestros procesos, incorporar mejores prácticas en toda la organización y validar con una herramienta confiable todas aquellas cosas que estamos haciendo bien”.

PROPUESTA DE VALOR

La innovación en Salfa Montajes ha sido una herramienta



Primer lugar en Ranking Most Innovative Companies 2023, Categoría Montajes Industriales, y 14° lugar en ranking general de todas las industrias. En la foto, de izq. a der.: Carlos Fernández Novoa, gerente Desarrollo e Innovación; Alejandra Sepúlveda Ferrada, gerente PMO, y Rodrigo Hübner Grasso, gerente general.



Primer lugar en Kaizen Award 2022/21. Categoría Excelencia Operacional Sector Construcción.

fundamental para su adaptación al entorno competitivo e incierto, apoyada en las capacidades y cultura de la organización. A través de la Gerencia de Desarrollo e Innovación, sistematiza, estandariza y mejora los procesos que permiten capturar oportunidades, desarrollarlas, implementarlas y escalarlas en toda la organización.

En concreto, la compañía realiza este trabajo de manera transversal y con alcance potencial a toda la organización, logrando que se considere a la innovación como un proceso integrado de soporte de todas sus actividades y parte de la operación.

“A partir de los últimos cuatro años, hemos logrado concientizar entre nuestros colaboradores que innovar es responsabilidad de todos y que es un aspecto cotidiano, importante y diferenciador que nos permite crear valor a nuestros clientes de manera sistemática en todas las etapas de un proyecto”, indica el gerente general.

Por ejemplo, integra a los clientes en el levantamiento de desafíos de forma colaborativa, para lo cual utiliza su *know-how* en el desarrollo de iniciativas de innovación con valor compartido, lo que se traduce en la incorporación de propuestas de valor que benefician a sus clientes, tanto en el desarrollo de iniciativas más competitivas, al ejecutar sus operaciones y al resolver los desafíos que se

presentan en los temas críticos y particulares de cada proyecto. “El esfuerzo por innovar está integrado sinérgicamente con la naturaleza de nuestro negocio”, enfatiza Hübner.

Salfa Montajes tiene varios desafíos en materia de innovación. Carlos Fernández sostiene que el primero de ellos es aumentar, dentro de los próximos cinco años, el impacto de la innovación de forma considerable sobre el Ebitda, “a niveles similares o superiores de las empresas líderes de innovación, considerando el aporte de la innovación en los nuevos proyectos y la mejora de los procesos en los proyectos en ejecución”.

Por su parte, la capacidad de adaptación, las nuevas tecnologías y la sostenibilidad figuran entre los desafíos secundarios de la compañía. “La organización debe ser capaz de adoptar las tecnologías emergentes o disruptivas, convirtiéndolas en parte de los procesos de operación dentro de la empresa”, acota el ejecutivo.

“Además, nuestra empresa debe tener la capacidad de prospectar, definir y adoptar nuevas tecnologías, o tendencias del mercado nacional e internacional. También mediante la innovación, la sostenibilidad debe estar alineada y tener las capacidades suficientes para acompañar a los clientes en sus compromisos sostenibles”, concluye Fernández.

Diversas iniciativas y alianzas estratégicas

Salfa Montajes ha llevado a cabo diversas iniciativas y programas destinados a impulsar la creatividad, pensamiento disruptivo e ideas innovadoras en sus procesos. Entre estas actividades está la implementación de un programa de innovación interna que fomenta la participación de toda la organización en la generación de ideas y soluciones innovadoras.

Otras son el desarrollo de un sistema de seguimiento y evaluación para medir el impacto de dichas iniciativas, asegurando

su cumplimiento con sus objetivos de innovación y manteniendo una cultura organizativa orientada hacia el futuro, así como la creación de una red interna de líderes y promotores de innovación que fomenten la cultura y desarrollo de iniciativas, y la participación en actividades para conectar con el entorno y otras industrias a través de misiones tecnológicas y redes de innovación.

“Hemos establecido, además, alianzas estratégicas con centros de investigación y empresas especializadas en tecnologías

emergentes para estar a la vanguardia de las últimas tendencias en la industria”, resalta Rodrigo Hübner, gerente general de Salfa Montajes.

Salfa Montajes cuenta con una Política de Desarrollo e Innovación que está alineada con la visión estratégica de SalfaCorp y que orienta el desarrollo de innovaciones que agregan valor efectivo en sus actividades. “Para ello, hemos realizado un esfuerzo importante en capacitar a nuestra gente en herramientas prácticas de innovación e implementar un proceso de desarrollo de

iniciativas, que se basa en una cultura abierta a la tecnología, con enfoque práctico y constante medición de impacto”, dice. Lo anterior, asegura, se ha traducido en una mayor motivación, compromiso y empuje de sus colaboradores, quienes se involucran en el proceso de innovación desde el levantamiento de desafíos, desarrollo de iniciativas, colaboración con empresas o la academia, implementación, evaluación de resultados a través de indicadores de impacto, hasta llegar a la estandarización de cada solución.

RESPUESTA A LA CRISIS CLIMÁTICA

Las empresas ya no usarán agua fresca: hacia la sostenibilidad hídrica

La reutilización de aguas tratadas se vuelve un compromiso de varias de las firmas líderes en innovación.

En respuesta a la crisis climática, las empresas están redirigiendo sus enfoques hacia ciclos cerrados en sus procesos, y se observa una expansión significativa en la utilización de aguas servidas y tratadas. Este cambio de perspectiva se refleja incluso en la planificación de nuevas construcciones, donde cada vez más se incorporan microplantas que se encargan de la recolección, tratamiento y aprovechamiento de aguas grises para el riego de jardines. Una tendencia que refuerza el compromiso empresarial hacia

prácticas más sostenibles y una gestión más consciente de los recursos hídricos. “Hay una clara consciencia de las empresas que la sostenibilidad de largo plazo de sus negocios requiere que ellas se preocupen del medio ambiente y en particular de la crisis hídrica. Esto hace evidente que deben reducir su consumo de agua fresca y luego reemplazarla por reciclada en ciclos cerrados que no requieran nuevas fuentes de agua”, comenta Patricio Cortés, CEO y socio principal de MIC Business Consulting. Una transición que, si bien puede tener efectos acotados sobre la magnitud de la crisis climática, es un compromiso visible y concreto de las corporaciones para mitigarla. “Y ayuda a sostener la ‘licencia social’ para operar, que va mucho más allá de los permisos regulatorios formales”, puntualiza Cortés. Menciona ejemplos concretos, como la constructora Echeverría Izquierdo y sus construcciones con un sistema de alcantarillado que busca reciclar hasta un 100% de aguas grises para regar espacios verdes urbanos en Antofagasta. De igual manera, CCU tiene un programa de reducción del uso de agua, que ya ha logrado más del 50% del uso y sigue avanzando.

ANTE DIFICULTADES PARA HACERLO EN EL PAÍS

El extranjero gana atractivo como opción para crecer: a la caza de rumbos más seguros

Trabas burocráticas, permisología e incertidumbre están llevando a las grandes empresas a posicionarse fuera de Chile.

La obtención de permisos y el inicio de operaciones, con todas las autorizaciones necesarias, han resultado ser desafíos significativos en el entorno empresarial local. Esta dificultad genera complicaciones para la expansión de las grandes empresas, que se enfrentan a barreras regulatorias y procesos burocráticos que las obligan a buscar oportunidades de crecimiento más allá de Chile. Según Hugo Benedetti, director del Centro para el Desarrollo de Iniciativas Sociales (CEDIS) en el ESE Business School de la Universidad de los Andes, las grandes empresas tienen una “ventaja relativa, ya que pueden gestionar la obtención de permisos, mientras que, para las empresas más pequeñas, el creciente número de formularios representa una barrera significativa para la expansión”. Los trámites engorrosos y la falta de agilidad en la obtención de permisos amenazan la ejecución de proyectos, impactando la competitividad y la agilidad operativa. Por este motivo, las empresas imple-

mentan estrategias en respuesta a obstáculos considerables para el desarrollo local. Al mismo tiempo, Benedetti destaca que este desafío burocrático se ve agravado por la incertidumbre sobre el futuro de Chile, ya sea en términos políticos, económicos o sociales. Según su opinión, esta incertidumbre se convierte en el elemento decisivo que influye en que las grandes empresas opten por explorar oportunidades internacionales. Finalmente, el académico subraya que la incertidumbre crea un entorno de riesgo que impacta tanto en la inversión como en la expansión empresarial, afectando diferentes aspectos de la economía y, principalmente, las oportunidades de trabajo. En este sentido, anticipa que “estamos proyectando una inversión más baja, lo que implica que se avecinan años más desafiantes”.

DIAGNOSTICANDO CON SENSORES

Una salud cada vez más telemática abre oportunidades y riesgos

La atención geriátrica y psicológica, y también la medicina preventiva podrían ser algunos de los ámbitos en que la tecnología genere mayores disrupciones.

Antes de la pandemia, la idea de tener una consulta médica virtual en Chile era prácticamente impensable. Sin embargo, la necesidad impulsó la flexibilización de las regulaciones y cambió las costumbres, permitiendo el desarrollo de la telemedicina. Y la implementación reveló que hay especialidades muy propicias para este formato, como la salud mental o pacientes crónicos. Aunque este éxito aún no se ha extrapolado a áreas que requieren exámenes físicos, los cuales no han sido reemplazados con éxito en una teleconsulta. Guillermo Armelini, director del Área de Marketing y Operaciones del ESE Business School de la Universidad de los Andes, destaca que “la telemedicina ha

democratizado los temas de salud en Chile. Gracias a la tecnología, la calidad médica de Santiago se está expandiendo a regiones y ha posibilitado el acceso a personas que antes no lo tenían”. De igual manera, destaca el aumento de la medicina a domicilio, que posibilita llevar personal especializado, como enfermeras, directamente al lugar donde se encuentran los pacientes, desacopla los servicios y permite que, a través de muestras y el uso de aparatos electrónicos, como sensores, el médico pueda tomar decisiones de manera remota. Esta innovación ha beneficiado especialmente a los pacientes geriátricos. En relación a esto, Armelini plantea que lo que viene es el “mundo de los sensores asociados a la salud, donde se pueda monitorear de manera permanente, generando información. Pero la duda es ¿quién va a monitorear todo eso?”. La disponibilidad de profesionales de la salud para gestionar alertas generadas por sistemas de inteligencia artificial será un desafío. Finalmente, el experto reflexiona sobre el impacto en las especialidades basadas en la observación visual, como la radiología, que podrían enfrentar desafíos debido a la capacidad de la inteligencia artificial para procesar grandes cantidades de datos de manera más eficiente. “La inteligencia artificial puede aprender a través de mucha información y llegar a conclusiones probablemente muy similares o mejores que los especialistas”, concluye.

ESOS “NUEVOS HIJOS”

La familia suma integrantes e impulsa la necesidad de espacios *pet friendly*

El trato que se da a las mascotas en las organizaciones es un factor que gana relevancia al escoger dónde trabajar.

Cada vez más hogares consideran a las mascotas como miembros activos de la familia, incorporándolas en diversas actividades y rutinas, incluso en el entorno laboral. “Esto es un fenómeno nuevo y cada vez más extendido, donde jóvenes profesionales que viven solos o en pareja tienen una mascota que integran a sus planes”, comenta Javiera Kowaleczko, gerente de proyectos de MIC Business Consulting. “Esta conducta está siendo cada vez más importante para los jóvenes al escoger una empresa para trabajar o rechazar una oferta laboral por no poder llevar a sus mascotas a las oficinas. Así, hay un número pequeño, pero creciente, de empresas que se destacan por tener espacios *pet friendly* donde pueden llevar o estar con su mascota”, detalla la ejecutiva. Esta innovadora propuesta está en sintonía con las preferencias de los jóvenes profesionales que buscan empresas con una misión clara y valores alineados con sus creencias. En este sentido, Kowaleczko advierte que este tipo de organizaciones resulta más atractivo para los talentos porque “refleja tolerancia, incluso cuando no todos los colaboradores llevan a sus mascotas”.

De esta manera, la incorporación de mascotas en el entorno laboral puede ofrecer como beneficio directo la posibilidad de atraer y retener talento. Sin embargo, esta tendencia presenta desafíos importantes dentro de las organizaciones, como la necesidad de establecer normas de convivencia que consideren los sentimientos de aquellos a quienes les puede incomodar la presencia de mascotas en los espacios laborales. También es crucial definir normas de participación en las actividades organizadas por las empresas. Para Javiera Kowaleczko, esta innovación en el mundo laboral “es posible que sea una tendencia que se mantenga en el tiempo”, principalmente debido a la creciente tenencia de mascotas. Sin embargo, advierte que hasta el momento “no hay evidencia concluyente de mejoras en la productividad. Pero, sin duda, hay una mejora en el bienestar de los trabajadores, lo cual se puede observar en encuestas de clima laboral”.

LA TRANSFORMACIÓN DE LA HORA DE COLACIÓN

Alimentación local y saludable: nuevas preferencias se suman a la carta

En tiempos de *home office* y de diversidad de segmentos de alimentación, los casinos corporativos se ven desafiados.

La tendencia hacia productos alimenticios y bebestibles cada vez más personalizados y específicos para cada experiencia y ocasión de consumo está ganando relevancia como parte de un estilo de vida saludable. Este fenómeno está desafiando la gestión empresarial y emergiendo como un nuevo foco de atención en el bienestar de los colaboradores. Para Leonardo Molina, director del Ranking Most Innovative Companies Chile, la preferencia por lo local y un estilo de vida más saludable “son preocupaciones que están muy presente en las generaciones de menos de 35 años y, consecuentemente, están afectando las decisiones corporativas”. Esta tendencia se ve amplificada por la realidad del trabajo híbrido, lo que desafía a las organizaciones a contar con soluciones formales compatibles con el teletrabajo. Molina comenta que los CEO de las empresas nacionales líderes en buenas prácticas están observando de cerca la situación y reconocen que “no es un tema resuelto, pero debe resolverse durante 2024, ya que el trabajo híbrido es una realidad que llegó para quedarse, y muchos ya han adaptado sus espacios físicos”. Por esta razón, ya se observa una evolución en los espacios de alimentación donde “se mantienen los casinos y convenios; sin embargo, se están añadiendo opciones cercanas a los lugares de residencia de los trabajadores en *home office*. Además, algunas cadenas de supermercados permiten canjear beneficios e incorporan alternativas más saludables. Esto es novedoso, ya que los convenios anteriores estaban centrados en la cercanía de las oficinas corporativas”, detalla Leonardo Molina. Asimismo, los nuevos segmentos de alimentación están cobrando protagonismo, y actualmente, las organizaciones han tenido que incorporar opciones vegetarianas, veganas, pescetarianas, keto, entre otras. En muchas empresas, esto se acompaña de campañas para promover una vida más sana, fomentar la preocupación por la salud y advertir sobre las conductas sedentarias. Desde la industria alimenticia, Molina destaca los casos de Nestlé y Iansa, que han ajustado su oferta en respuesta a la necesidad de los consumidores por una alimentación más saludable. De igual manera, comenta que Aramark ha logrado una transformación de los espacios de alimentación tradicionales debido a la consolidación del *home office*.

HACIA UN CAMBIO DE ENFOQUE

Cosméticos más simples y naturales: la nueva belleza de “ser como uno es”

La demanda de los consumidores está apuntando a atributos que rompen con la mirada convencional de esta industria. Tanto en sus productos como en la forma de presentarlos al público.

La industria de la belleza está experimentando un cambio significativo en su enfoque. En la actualidad, el uso de cosméticos no se orienta hacia la cobertura de defectos, sino que se centra en resaltar los atributos personales. Un concepto que Patricio Cortés, CEO y socio principal de MIC Business Consulting, sitúa en el centro del “ser como uno es, donde la belleza no es un patrón único, sino que contiene todas las diversidades posibles y, especialmente, la aceptación del cuerpo en vez de esconderlo”.

A esta búsqueda por desarrollar cosméticos que resalten características personales, se une una segunda demanda de los consumidores, que es la búsqueda de lo natural. Una tendencia que Cortés advierte no solo se ve en la industria de la belleza, sino que se expresa en diversos ámbitos como “la vida al aire libre, la comida saludable, la ropa orgánica, los personajes de las películas y también en los cosméticos”.

Las nuevas formulaciones desarrolladas por la industria muestran menores efectos secundarios; sin embargo, el punto central es la experiencia del usuario al sentirse bien consigo mismo. “Hoy, la belleza es ser uno mismo y se debe respetar a cada persona por ser como es. Dejarse explorar con el uso de variados colores y diseños no tradicionales de maquillaje”, plantea el investigador.

Actualmente, las marcas de cosméticos también abordan el desafío de lograr productos con bajo impacto ambiental, principalmente innovando en empaques y procesos de fabricación. Sobre esto, Cortés comenta que “la industria está atenta a nuevos desarrollos tecnológicos que pueden ser interesantes de probar o adoptar. Además, busca integrar el interés de sus clientes a la hora de seleccionar este tipo de productos por sobre otros, junto con la cultura de reciclaje que ya se integra en los adultos y jóvenes”.

Dentro de las marcas que promueven la sostenibilidad dentro de la industria, Cortés destaca el compromiso de Avon, que colabora con proveedores para reciclar y desarrollar sus productos con empaques sustentables.

EN LOS SERVICIOS:

La calidad es el gran factor diferenciador, y conduce a mejora continua y exigencias crecientes

Responder a las expectativas de forma ágil es el reto clave de las organizaciones.

En el competitivo mundo empresarial actual, la diferenciación se presenta como un desafío crucial para las organizaciones. En este contexto, la calidad del servicio emerge como un factor diferenciador supremo, redefiniendo la atención al cliente a través de la ultra personalización, la experiencia del usuario y la agilidad en las respuestas. Según Guillermo Armelini, director del Área de Marketing y Operaciones del ESE Business School de la U. de los Andes, este enfoque responde no solo a las cambiantes expectativas de los consumidores, sino también a una adaptación estratégica a las transformaciones generacionales que influyen en sus preferencias y demandas.

Armelini destaca que este fenómeno se basa en la comparación entre las expectativas previas respecto de un servicio, y los resultados obtenidos: “Esta ecuación, marcada por la diferencia entre las anticipaciones y la realidad experimentada, es el indicador que determina el nivel de satisfacción, felicidad u otro adjetivo vinculado a emociones”. En este sentido, enfatiza que el proceso resulta altamente emocional, reflejando el resultado entre las percepciones individuales de los consumidores y las experiencias vividas.

Además de los factores emocionales, la rapidez se posiciona como un pilar fundamental para la satisfacción del cliente. La búsqueda de respuestas inmediatas se ha convertido en una expectativa global y un elemento clave en las interacciones entre los usuarios y los proveedores de servicios.

“El gran desafío es encontrar el balance importante entre la rapidez y la asertividad. Puedo responder a tu correo en un segundo, pero una respuesta oportuna, poco útil, no satisface las necesidades de la gente. Lo que la gente necesita es que esta información sea útil”, puntualiza.

Armelini agrega que, para que la experiencia del cliente sea positiva, es esencial que la oferta de valor sea percibida como útil, la experiencia sea lo más sencilla posible, minimizando el esfuerzo asociado, y que el cliente sienta una conexión emocional con la marca. En este sentido, comenta que la experiencia del cliente en Chile muestra una mejora significativa en la experiencia del cliente en Chile, aunque reconoce que, a pesar del aumento en la calidad del servicio, las expectativas son cada vez más exigentes y eso puede afectar la percepción de satisfacción: “Las expectativas van a seguir subiendo porque la inteligencia artificial nos va a hacer la vida cada vez más fácil. Eso va a aumentar muchísimo los niveles de exigencia”. Además, anticipa que otro aspecto relevante es “la creciente conciencia sobre el impacto social y ambiental, que impulsará la demanda de experiencias más sostenibles”.

GANANDO TIEMPO:

Las startups son aliadas para canalizar las nuevas tecnologías

Trabajar con compañías emergentes permite a las empresas probar innovaciones con una aplicación real en el mercado.

“Las *startups* son nuevas empresas que aplican nuevas tecnologías para resolver nuevos o antiguos problemas, por lo que sus soluciones están en etapa de aplicación o piloto temprano. Esto permite tener acceso a la nueva tecnología, que ya viene con una forma concreta de aplicarlo a problema real de la industria”, reflexiona Patricio Cortés, CEO y socio principal de MIC Business Consulting.

Gracias a esta colaboración virtuosa entre las grandes empresas y las *startups*, la industria logra ahorrar años de investigación y dinero, involucrándose cuando la solución que busca ya está desarrollada. El objetivo es obtener “una solución viable con aplicación o testeo inmediato, lo que ahorra tiempo en diseño y desarrollo. Además, se puede conocer concretamente si funciona, y en qué condiciones se puede aplicar”, detalla Cortés.

Aunque esta tendencia tiene beneficios claros, también plantea nuevos desafíos para las grandes empresas. Desde su experiencia, Patricio Cortés advierte que existen implicancias evidentes, como el resguardo de la información confidencial de ambas partes. No obstante, comenta que hay otros desafíos menos explícitos, pero igualmente necesarios de abordar.

“El tema de los documentos, como contratos y NDA, deben ser cortos y simples, y las respuestas deben ser rápidas. Además, el mercado chileno, siendo pequeño, puede no ser atractivo para una *startup*, pero puede ser un interesante mercado de prueba que valida tecnologías”, apunta.

Y complementa: “El acceso temprano a tecnologías emergentes permite conocer y comprender disrupciones que podrían cambiar la industria y evita que la corporación llegue tarde a un mercado que puede ter-

minar resolviéndose sin ellos. Todos tenemos presentes los casos de Kodak y la fotografía digital, de BlackBerry e iPhone, de Blockbuster y el *streaming*, y así muchas otras más”.

Cortés opina que esta tendencia está “revitalizando el mundo emprendedor, poniendo énfasis en empresas de base tecnológica e invitando especialmente a las universidades para que el conocimiento científico salga de las casas de estudio en forma de *startups* y no solo como *papers*”.

Al destacar casos de éxito de estas colaboraciones, el CEO menciona la experiencia de Agrosuper con Scout, un robot autónomo que utiliza inteligencia artificial para procesar información de las granjas de crianza de pollos, y el caso de Antofagasta Minerals con Minesense, de Canadá, para desarrollar minería inteligente.

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL YA ESTÁ AQUÍ

Cambio de responsabilidades y puestos: el nuevo mercado laboral

Ver a la tecnología como una herramienta para optimizar y reducir costos es un error. En realidad, es un aliado estratégico del trabajo humano.

Los avances tecnológicos han desencadenado una transformación significativa en el ámbito laboral a escala global. En este proceso, las empresas juegan un papel fundamental al brindar apoyo activo a sus colaboradores, facilitando la transición hacia una nueva manera de desempeñar funciones laborales. Este fenómeno no solo implica la obsolescencia de roles tradicionales, sino que también fomenta el surgimiento de nuevas ocupaciones y el desarrollo de competencias hasta ahora inexploradas, como la capacidad para formular preguntas efectivas a los asistentes de inteligencia artificial.

Álvaro Espejo, profesor del área de Liderazgo y Ética en el ESE Business School de la U. de los Andes, señala que “el desafío radica en lograr que la tecnología oriente los rediseños en los puestos de trabajo para extraer lo mejor y potenciar el valor que las personas pueden aportar, evitando que sea simplemente un reemplazo o que se utilice la tecnología para seguir haciendo lo mismo.

Aquí se presenta una tremenda oportunidad para que la tecnología sea un acompañamiento para aprovechar el valor humano en el trabajo, encargándose de aquello que la tecnología no puede realizar por sí sola porque necesita un ser humano”.

La nueva realidad exige un esfuerzo tanto de las organizaciones para redefinir los puestos de trabajo en función de las nuevas tecnologías, como de las perso-

nas para adaptarse a nuevas formas de realizar sus funciones. En este sentido, el académico destaca que la capacitación cumple un rol fundamental porque “hoy tenemos que estar preparando a nuestros trabajadores no para el trabajo de hoy, sino para lo que van a tener que hacer mañana y eso además cambia todos los días”.

Espejo subraya que algunas compañías ven la tecnología como un aliado estratégico alineado con un propósito claro, lo que permite a los trabajadores asumir con menor riesgo el cambio tecnológico al reconocerlo como una ayuda que potencia sus competencias. Sin embargo, otras empresas se centran exclusivamente en la producción y eficiencia, generando riesgos de enfrentamientos con los trabajadores al percibir la tecnología como una amenaza para sus empleos.

Al reflexionar sobre la adaptación de esta tendencia en Chile, explica que nuestro país “se encuentra en una etapa embrionaria del cambio que viene. Aunque algunas empresas pioneras están logrando ciertos cambios e implementaciones, todavía no es algo masivo; las empresas grandes y, sobre todo las que tienen contacto con matrices internacionales, son las que están impulsando esto”.

Al visualizar los desafíos a futuro, Espejo advierte que “yo soy siempre optimista y creo que, al mirar todas las revoluciones industriales y cambios tecnológicos que ha habido en la historia, siempre el trabajo ha podido adaptarse más a la persona”. Sin embargo, reconoce que todas las transiciones son complejas y conllevan un período de adaptación difícil, pero asegura que “el trabajo debería lograr sacar lo mejor de las personas a futuro”.

UNA CARRERA CONTRA EL TIEMPO:

El viaje eléctrico desafía a las estaciones de servicio

La transición energética tiene un efecto directo en estos tradicionales puntos de carga de combustible.

La era en la que las estaciones de servicio eran una parada obligatoria en cualquier viaje podría llegar a su fin. Los vehículos eléctricos se pueden cargar en hogares, oficinas y centros comerciales. Este nuevo paradigma representa un desafío significativo para la industria, impulsando el rápido desarrollo de una infraestructura de carga que pueda satisfacer la creciente demanda de los clientes.

Para Javier Kowaleczko, gerente de Proyectos de MIC Business Consulting, esta es una carrera contra el tiempo: “Hay una gran cantidad de empresas compitiendo en el mercado de la carga, desde empresas de generación, distribución eléctrica, distribución de gas y, por supuesto, de combustibles. Y también hay *startups* que buscan competir por el espacio en los hogares. En los próximos años veremos aún más actores y una lucha por tener acceso a los mejores lugares”.

Además de reconvertirse en puntos de recarga eléctrica, las estaciones de servicio se han visto obligadas a adaptarse a los nuevos hábitos de sus clientes, especialmente debido a la lentitud del proceso de carga. Kowaleczko detalla: “Los servicentros han tenido que ajustarse para disponer de espacios de espera para los conductores. Mejor comida, mejores lugares de espera, espacios para recoger compras y redes de wifi para realizar teletrabajo mientras se espera”.

Este cambio también impacta a los usuarios, ya que ahora deben planificar sus viajes de manera más estratégica, para localizar lugares de recarga a intervalos más frecuentes en comparación con los autos a gasoli-

na. A diferencia de los combustibles derivados del petróleo, este nuevo escenario requiere considerar no solo la distancia entre estaciones de servicio, sino también el tiempo necesario para llevar a cabo la recarga.

Una nueva realidad que, como destaca Javier Kowaleczko, ha motivado a empresas como Copec y Enx a idear estrategias innovadoras con el fin de enriquecer su oferta y mejorar la experiencia del cliente. En este contexto, la fidelización desempeña un papel crucial. Es por ello que algunas estaciones de servicio están adoptando sistemas de puntos vinculados a las compras, con la intención de fomentar la lealtad de los clientes y motivarlos para una próxima visita.



Principal reconocido como la empresa **más innovadora** en Inversiones 2023

Como **Expertos Globales en Inversiones**, por más de 140 años, hemos evolucionado de la mano de la innovación y transformándola en un pilar **fundamental de nuestro ADN**.

Este reconocimiento es el reflejo de **nuestra cultura innovadora**, donde entregamos experiencias integradas a nuestros clientes y asesores, otorgándoles las mejores oportunidades de inversión.



Conoce más en **Principal.cl**