



# INICIO GRABACIÓN



**SANJOSÉ**  
FUNDACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



# Creatividad/ Estrategia de Innovación

Semana 4

Mag. Sebastián Piñeros Ch.

**A TRAVÉS DE LA  
INNOVACIÓN LAS  
ORGANIZACIONES  
PUEDEN CAMBIAR EL  
MUNDO, PERO LAS  
ORGANIZACIONES NO  
ESTÁN CONSTRUIDAS  
PARA LA INNOVACIÓN.**

Chris Trimble,  
Vijay Govindarajan

# Innovación, Integración entre el gobierno, empresa privada y academia.



**ÁNGEL CABRERA**

PRESIDENTE DEL GEORGIA INSTITUTE OF TECHNOLOGY



**e<sup>m</sup>**  
multinacionales  
por marca España

**LA INNOVACIÓN EN TIEMPOS DE COVID-19**

**#InnovaciónSocialMultinacionales**

<https://www.youtube.com/watch?v=ByO9Ev7XINA&t=1596s>



# LA CULTURA

## UNA HERRAMIENTA PARA INNOVAR

POR LINA GARCÍA

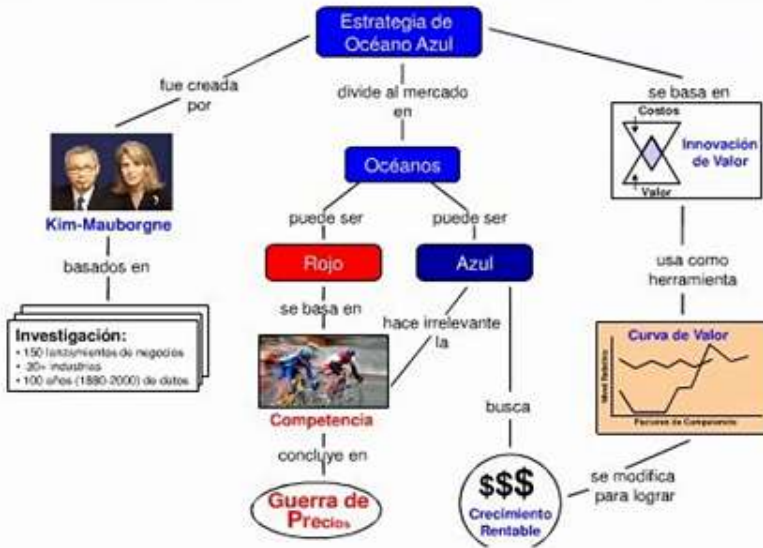
<https://www.youtube.com/watch?v=NaZthcmN4is>



# Ten types of innovation



# Océano azul



Los ahorros en costos se realizan al eliminar y reducir los factores en los que una industria compete.

El valor del comprador sube al incrementar y crear elementos que la industria nunca ha ofrecido.

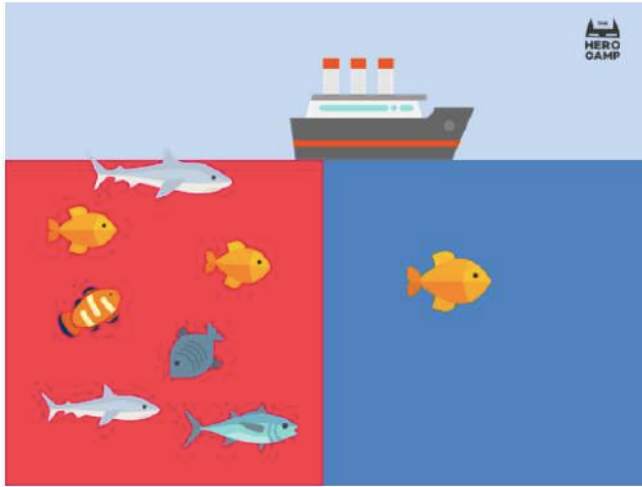


La estrategia del océano azul es un cambio de paradigma en la manera en que se hacen los negocios, ya que propone encontrar nuevos nichos de mercado en aquellos espacios que todavía no han sido explorados por el comercio; esos espacios son los llamados océanos azules.

En los océanos azules se busca la creación de mercados en áreas que signifiquen nuevas oportunidades de crecimiento rentable y sostenido a largo plazo.

Kim y Mauborgne mencionan que para llegar a esos océanos la mejor herramienta es la innovación.

# OCÉANO ROJO



- **todas las áreas de comercio existentes.**
- **Reglas de juego establecidas, y para muchos inamovibles.**
- **Son necesarios y siempre existirán.**

# OCÉANO AZUL

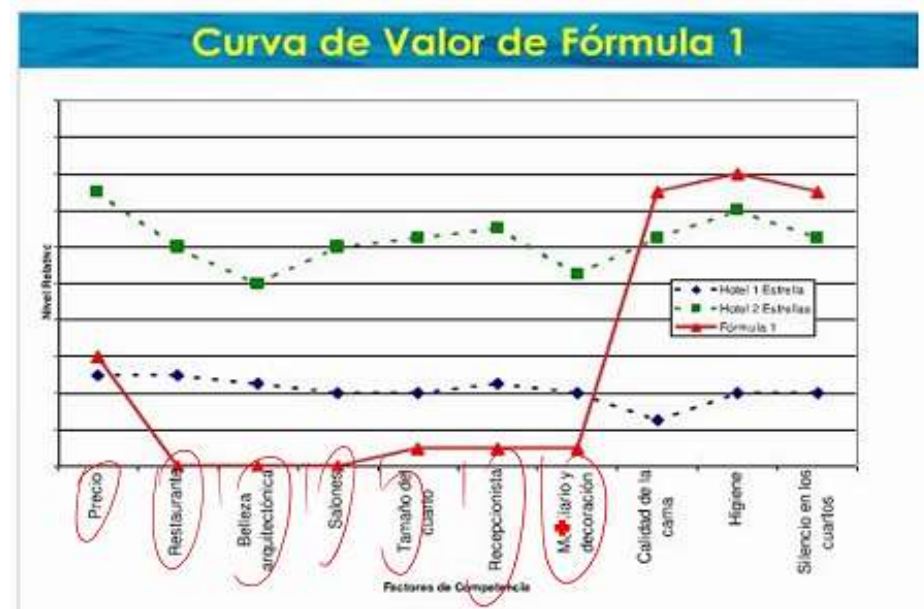


- **Ideas de negocio que aún no han sido exploradas.**
- **se busca la creación de mercados en áreas que signifiquen nuevas oportunidades de crecimiento rentable y sostenido a largo plazo.**
- **Muchos océanos azules nacen de océanos rojos.**
- **Un océano azul puede convertirse en un océano rojo**



# LA CURVA DE VALOR

La curva de valor cobra importancia a la hora de diseñar una estrategia competitiva innovadora, siendo importante para comprender el punto de partida y la dinámica del mercado actual.



**¿De dónde proviene la  
innovación y existe un  
marco universal que se  
pueda aplicar para  
ayudar a lograr  
grandes avances de  
manera consistente?**

# TEN TYPES OF INNOVATION



**las innovaciones se pueden categorizar dentro de un rango de diez dimensiones distintas, y cualquiera puede usar el marco estratégico resultante para analizar la competencia, hacer pruebas de estrés para detectar debilidades del producto o encontrar nuevas oportunidades para sus productos.**



# **THE ART OF DISCOVERING A BREAKTHROUGH PRODUCT**

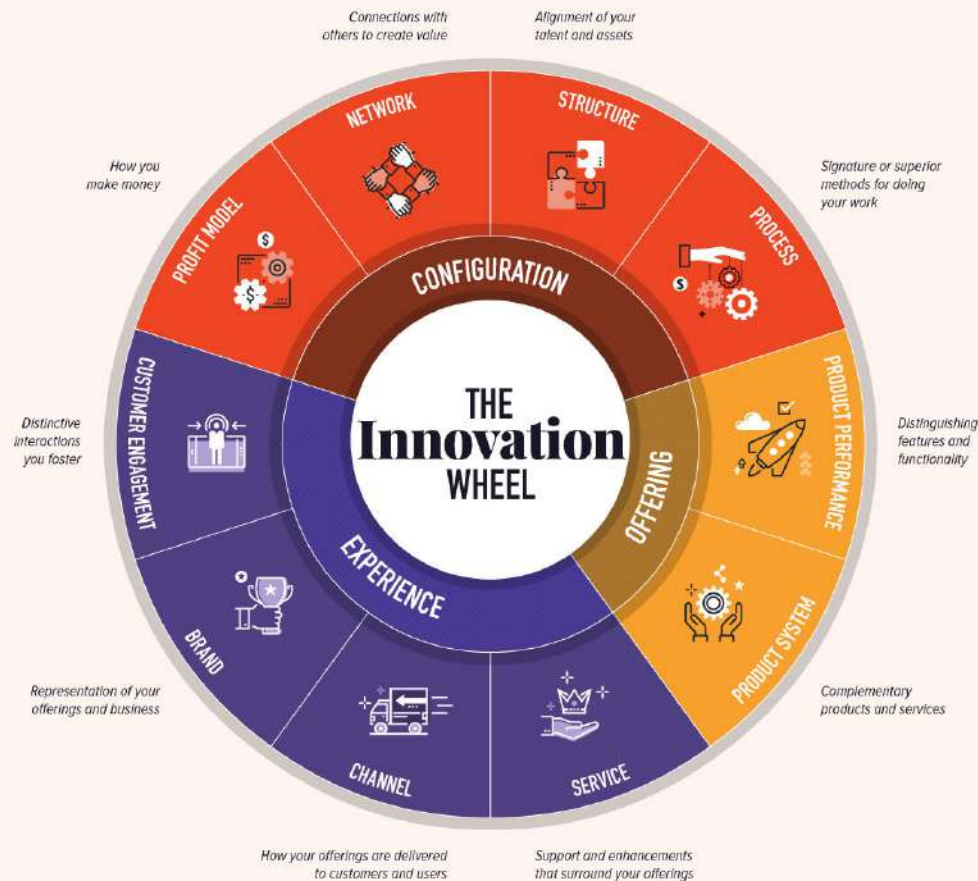
Chris Trimble,  
Vijay Govindarajan



# UNDERSTANDING THE 10 Types of Innovation

New products are invented from scratch all the time, but this is merely one way to innovate.

According to innovation firm Doblin, most big breakthroughs in history comprise some combination of the following 10 types of innovation.



By tactically examining these 10 different types of innovation, you may uncover exciting new product opportunities – or you may change the business world forever.

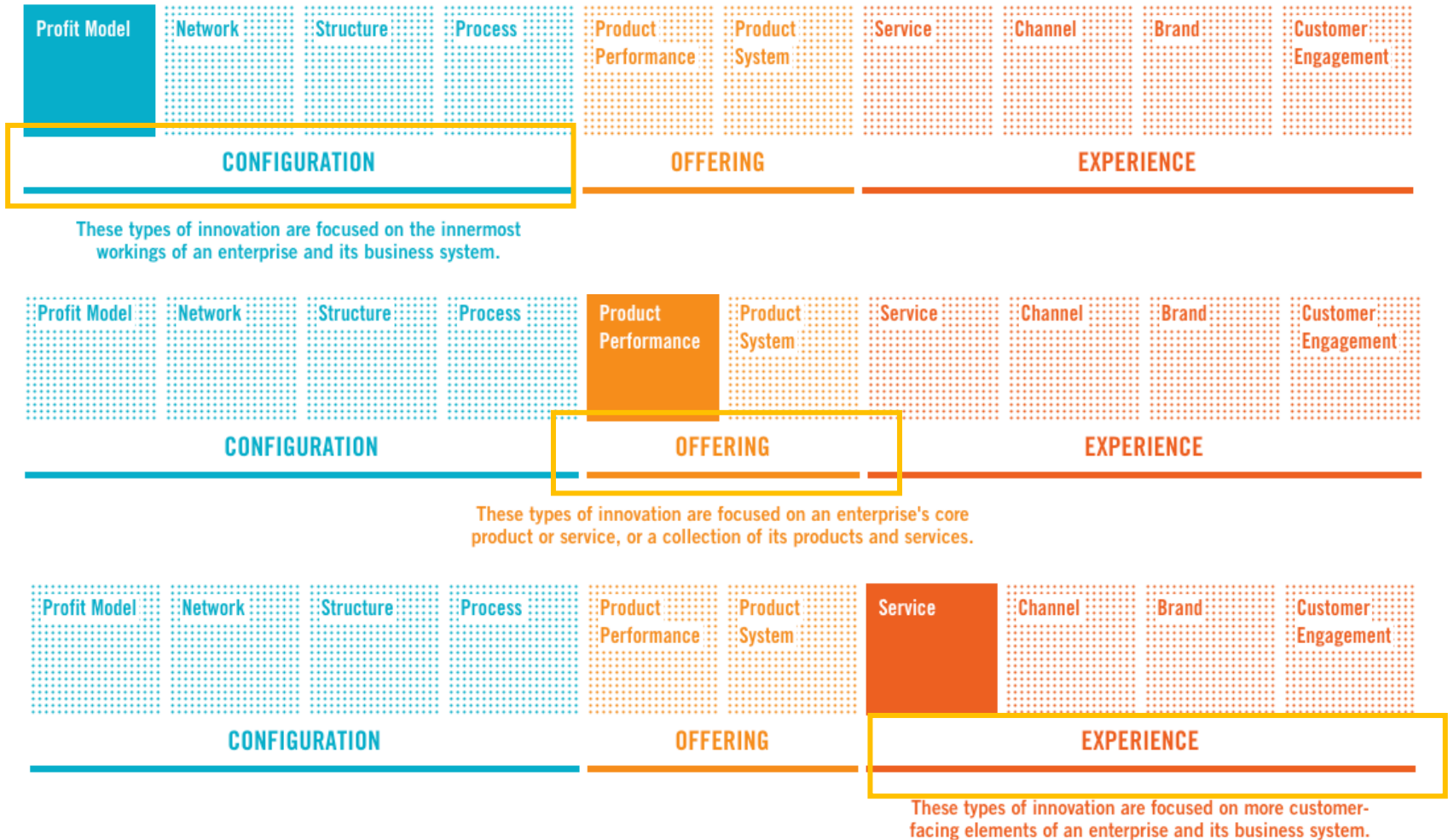
## LA RUEDA DE LA INNOVACIÓN

Después de examinar más de dos mil innovaciones comerciales a lo largo de la historia, Doblin descubrió que la mayoría de los avances no provienen necesariamente de invenciones de ingeniería o descubrimientos raros.

# TEN TYPES OF INNOVATION

#	Innovation Type	Description
1.	Profit Model	How you make money
2.	Network	Connections with others to create value
3.	Structure	Alignment of your talent and assets
4.	Process	Signature of superior methods for doing your work
5.	Product Performance	Distinguishing features and functionality
6.	Product System	Complementary products and services
7.	Service	Support and enhancements that surround your offerings
8.	Channel	How your offerings are delivered to customers and users
9.	Brand	Representation of your offerings and business
10.	Customer Engagement	Distinctive interactions you foster

# TEN TYPES OF INNOVATION



# CONFIGURACIÓN



These types of innovation are focused on the innermost workings of an enterprise and its business system.

Aunque los tipos de innovación en esta categoría no están directamente orientados al cliente, aún pueden tener un impacto importante en la experiencia del cliente. La forma en que se organizan su empresa y sus productos puede tener un efecto posterior crucial, incluso permitiendo innovaciones en otras categorías.



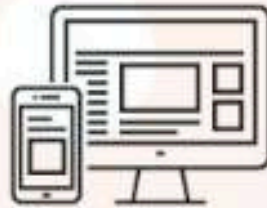
# CONFIGURATION



## PROFIT MODEL

The **New York Times** pivoted from its traditional ad-driven media model to digital user subscriptions.

**The  
New York  
Times**



## STRUCTURE

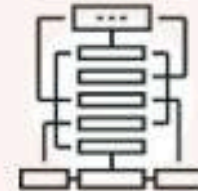
**Google's** "20% rule", which allowed employees to work on side projects, led to the creation of Gmail and Google News.

**Google**



## NETWORK

**Henry Ford** was one of the first industrialists to control his entire supply chain, a strategy later called vertical integration.



## PROCESS

**McDonald's** franchisees were encouraged to develop and launch their own new food items, leading to wins such as the Egg McMuffin.



the Egg McMuffin spearheaded the company's entire breakfast offering, which now accounts for [25% of revenues](#). Breakfast is also now the company's most profitable segment.



# OFERTA



**Hacer mejoras en el rendimiento del producto es un tipo de innovación obvio pero difícil y, a menos que vaya acompañado de una cultura empresarial profundamente arraigada hacia la innovación técnica, dichos avances solo pueden crear una ventaja temporal frente a la competencia.**

# OFFERING



## PRODUCT PERFORMANCE

**Spotify** created a seamless music streaming product that lapped competitors in terms of speed, responsiveness, and user experience.



## PRODUCT SYSTEM

**Apple** has built an extensive ecosystem of products that work together, creating additional value for users.



# EXPERIENCIA



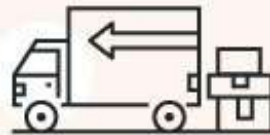
**Hacer mejoras en el rendimiento del producto es un tipo de innovación obvio pero difícil y, a menos que vaya acompañado de una cultura empresarial profundamente arraigada hacia la innovación técnica, dichos avances solo pueden crear una ventaja temporal frente a la competencia.**

# EXPERIENCE



## SERVICE

**Amazon Prime** comes with free expedited shipping, which can have products come as fast as within 2 hours in some metro areas.



## BRAND

**Patagonia's** brand activism and links to environmental causes gives it a unique position in the outdoor apparel market.



## CHANNEL

**Nespresso** locks in customers with its Nespresso Club, as well as through ongoing sales of single-use coffee pods.



## CUSTOMER ENGAGEMENT

**Mercedes** has launched an augmented reality owner's manual that replaces its bulky predecessor while also highlighting driver and car data.



Mercedes-Benz





# INICIO GRABACIÓN



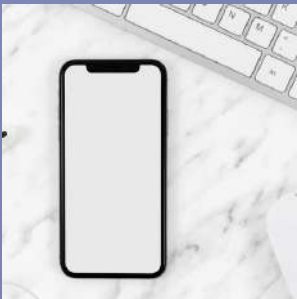
**SANJOSÉ**  
FUNDACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



# Innovación



- **Incremental**
- La innovación incremental resulta en pequeños cambios que se realizan en el modelo de negocio, sin embargo no alcanzan para revolucionar la industria.



- **Radical**
- La innovación radical resulta en cambios disruptivos que generan puntos de inflexión en las industrias