



INICIO GRABACIÓN



SANJOSÉ
FUNDACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



Creatividad/ Estrategia de Innovación

Semana 6

Mag. Sebastián Piñeros Ch.

A background image showing several hands stacked on top of each other in a huddle, symbolizing teamwork and collaboration. The image is partially covered by a large dark blue circle.

ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN

[Watch](#)[Discover](#)[Attend](#)[Participate](#)[About](#)[Log in](#)[Sign up](#)

Thulasiraj Ravilla:

How low-cost eye care can be world-class

TEDIndia 2009 · 17:27 · Filmed Nov 2009

21 subtitle languages

View interactive transcript



Watch later



Favorite



Download



Rate

https://www.ted.com/talks/thulasiraj_ravilla_how_low_cost_eye_care_can_be_world_class



«La determinación de metas básicas de largo plazo y objetivos de una empresa, la adopción de cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para alcanzar estas metas»

Alfred Chandler (1962)



Estrategia consiste en tomar decisiones, ventajas y desventajas, se trata de elegir deliberadamente a ser diferente.

—Michael Porter

CICLO PROCESO ESTRATÉGICO



Estrategia es acción.

Se actúa para aprender y se aprende para escoger y actuar.

Premisas de Estrategia Corporativa

Dos Niveles de Estrategia

La habilidad para conseguir retornos superiores sobre la inversión, y por ende garantizar un crecimiento adecuado a una corporación de negocios está críticamente ligada a contestar dos preguntas

¿En qué Industrias competir?

Y

¿Cómo ganar en ellas?



Configurar – Organizar la compañía de forma superior

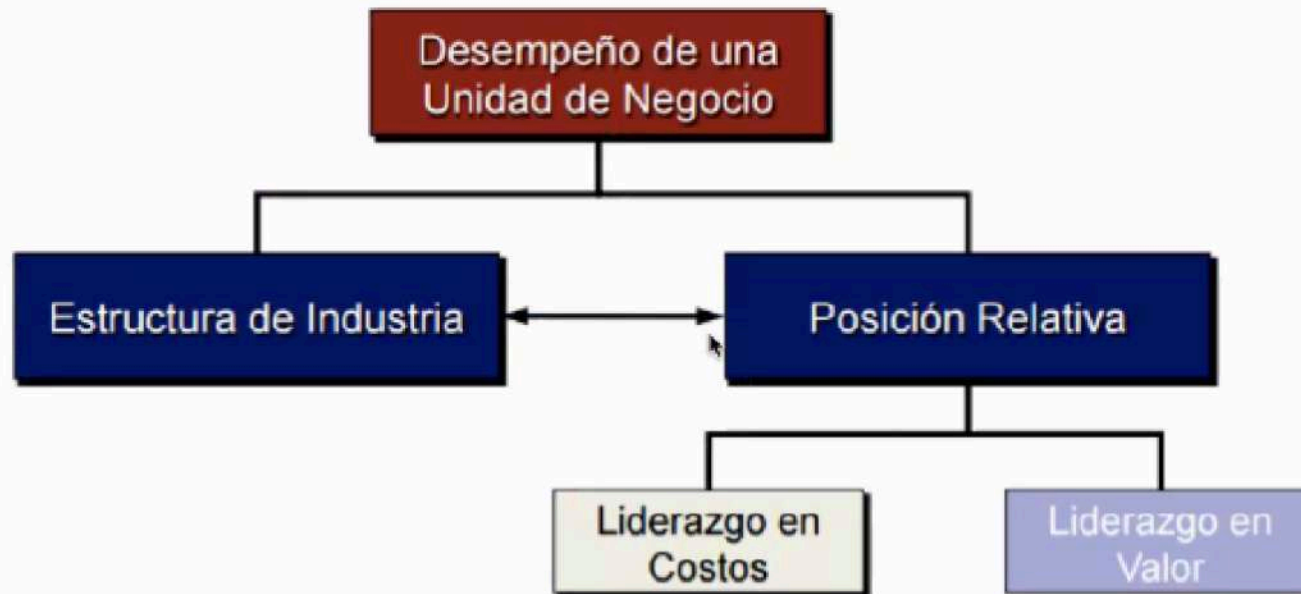


Segmentar – Encontrar espacios de mercado rentables

No existe una buena estrategia corporativa que no dialogue con las estrategias competitivas de los negocios en los que compete.

Premisas de Estrategia Corporativa

Vínculo de lo Corporativo y lo Competitivo



Estrategia corporativa es acerca de despromediar posiciones competitivas

ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN



PORQUÉ

CUÁNTO

**Elementos
Básicos de
una
Estrategia de
Innovación**

QUÉ

DÓNDE

HACIA
DÓNDE

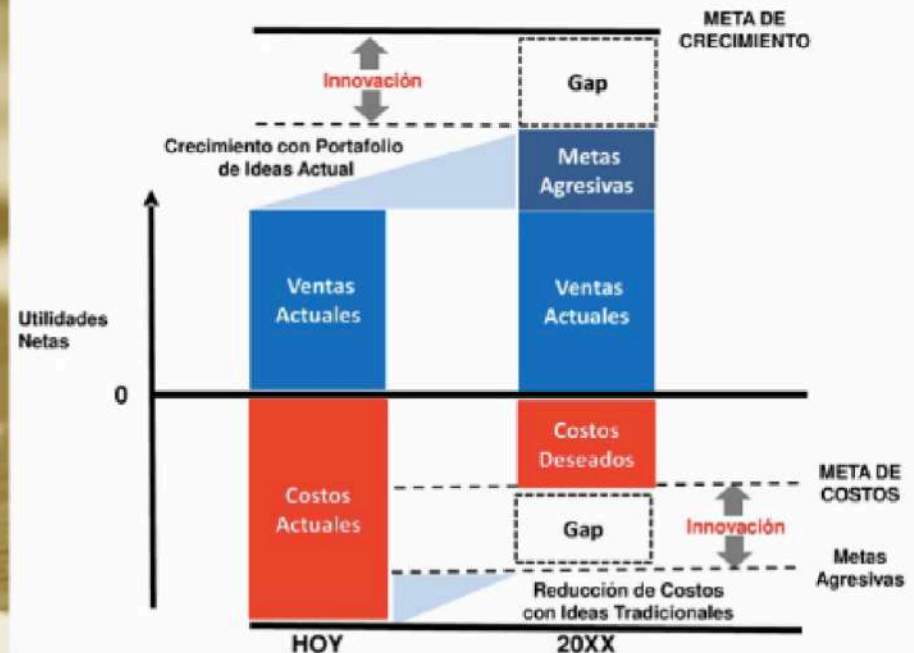
CÓMO





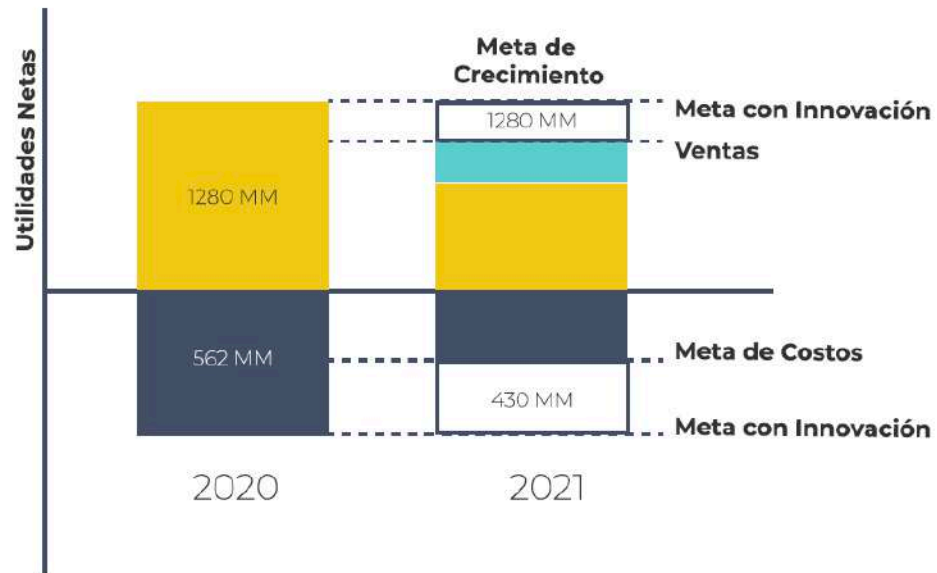
1. ELEMENTO: Declaración de la importancia de la innovación para la empresa

PORQUÉ?



IMPORTANCIA DE LA INNOVACION PARA IT270

COMO PARTE DE LOS RESULTADOS DE LA EMPRESA SE OBSERVA QUE LA APLICACIÓN DE INNOVACIÓN GENERA IMPACTOS IMPORTANTES EN SUS VENTAS Y ASÍ MISMO EN LA DISMINUCIÓN DE COSTOS.

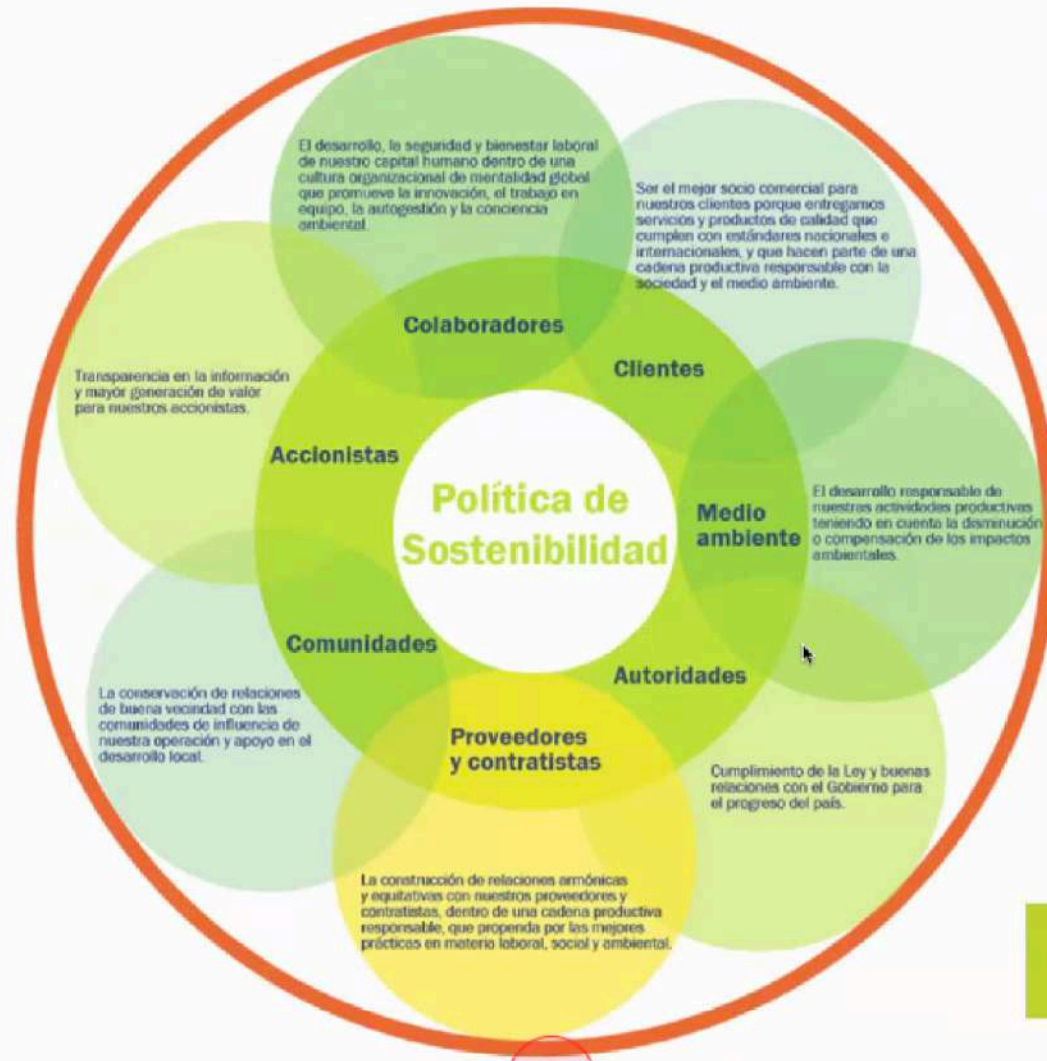


Política de Innovación

XXXXXX reconoce la importancia de la INNOVACIÓN como estrategia para generar elementos diferenciadores y para la creación permanente de ventajas competitivas, mediante la generación e implementación de ideas innovadoras.

En consecuencia, XXXXXX se compromete a permitir, facilitar, promover y potenciar la cultura de innovación. Además, de proporcionar los medios y recursos necesarios para el buen funcionamiento de nuestro sistema de gestión de innovación.







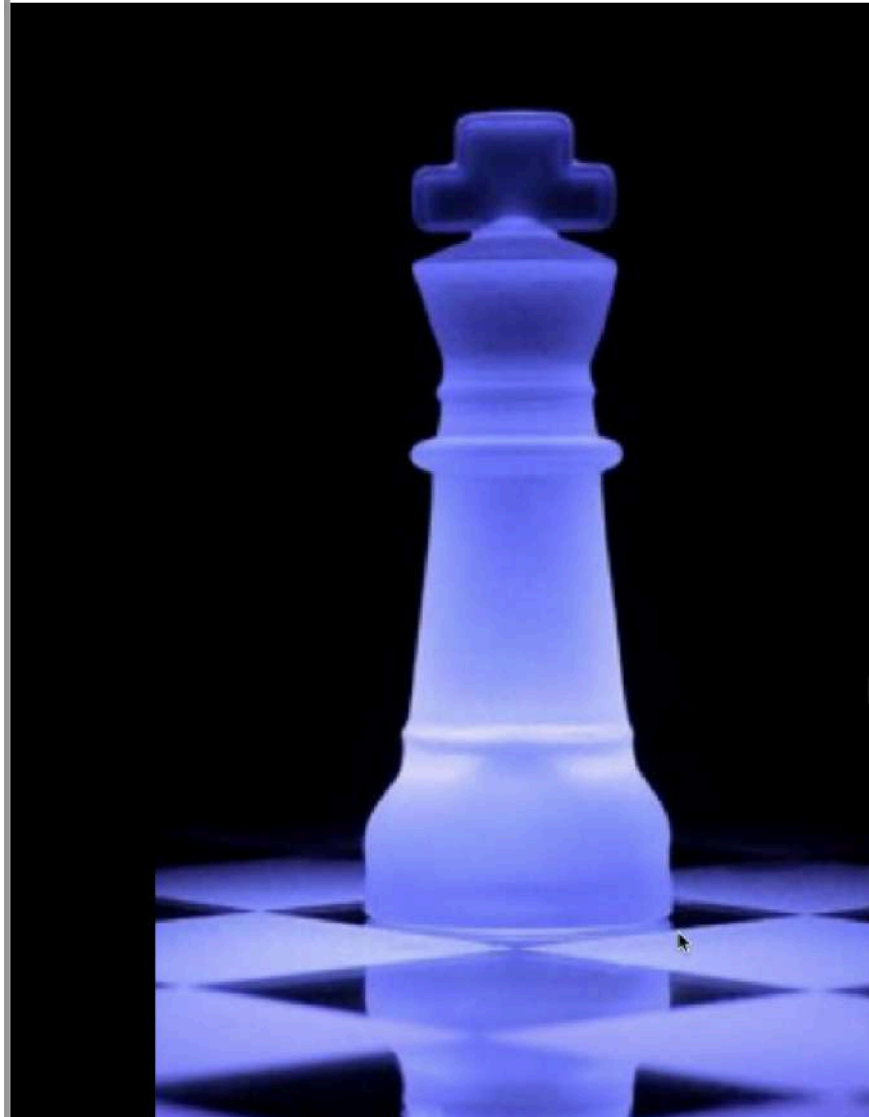
Innovación para Lograr Saltos

Mejores
Ideas

Excelencia en la
Ejecución

Mentes y Corazones
de todos Nosotros en el Juego

1. No nos conformamos, siempre buscamos más!
2. Entendemos la realidad y discutimos a profundidad, asegurando diagnósticos acertados y buscando incansablemente la mejor solución!
3. Perseguimos la excelencia en todo lo que hacemos
4. Aseguramos que cada uno pueda ser dueño de sus asignaciones
5. Respetamos a todas las personas por igual y valoramos su contribución
6. Vivimos el Espíritu QUALA



2. ELEMENTO: Definición operativa de la innovación

QUÉ?

Es la capacidad que tenga una organización de REINVENTARSE constantemente para GENERAR VALOR a través de la creación de NOVEDADES permanentes.



imagination at work

GE developed these guiding principles to define innovation:

- ▣ It takes them into new market segments.
- ▣ It will generate \$100 million in three years.
- ▣ It works to solve the world's toughest problems (renewable energy, health, water scarcity, etc.).
- ▣ It uses new technology or leverages existing technologies in new ways.

INNOVATION DEFINITION



Innovación e Investigación

Para Grupo Nutresa, la innovación es uno de los elementos claves de éxito futuro, pues impulsa los cambios y se considera un factor de diferenciación. Por esta razón mantiene la dinámica y motivación de sus programas, mejora el entendimiento de la innovación en todos los procesos de la Organización, potencia el intraemprendimiento, focaliza los esfuerzos de innovación, desarrolla una red de operaciones flexibles que permite resultados regionales y mitiga el riesgo por la concentración de los resultados en un solo tipo de negocio a través del desarrollo de nuevos modelos de negocios que representan las oportunidades más relevantes.



Innovar en McDonald's es trabajar con motivación, proactividad e imaginación para generar experiencias de valor que atraigan y encanten a nuestros clientes internos y externos

3. ELEMENTO:

**Establecimiento de una
visión de innovación (a
dónde se desea llegar)**

4. ELEMENTO:

**Definición de objetivos y
metas de la innovación**

HACIA DÓNDE?



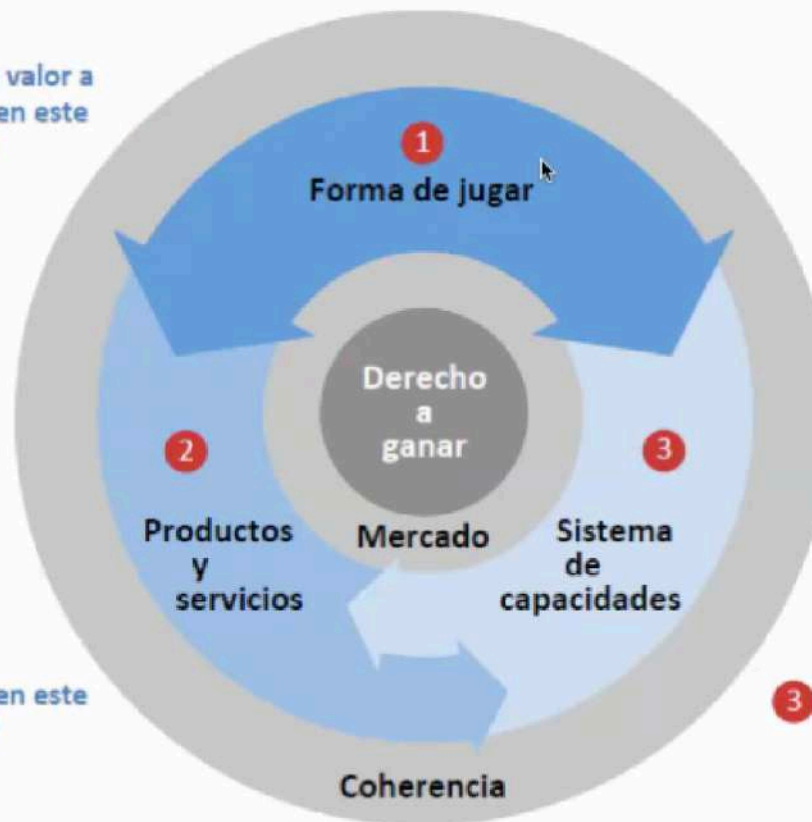
Alineamiento Estrategia de la Empresa con la Estrategia de Innovación

La estrategia de innovación debe estar alineada con la estrategia de la empresa

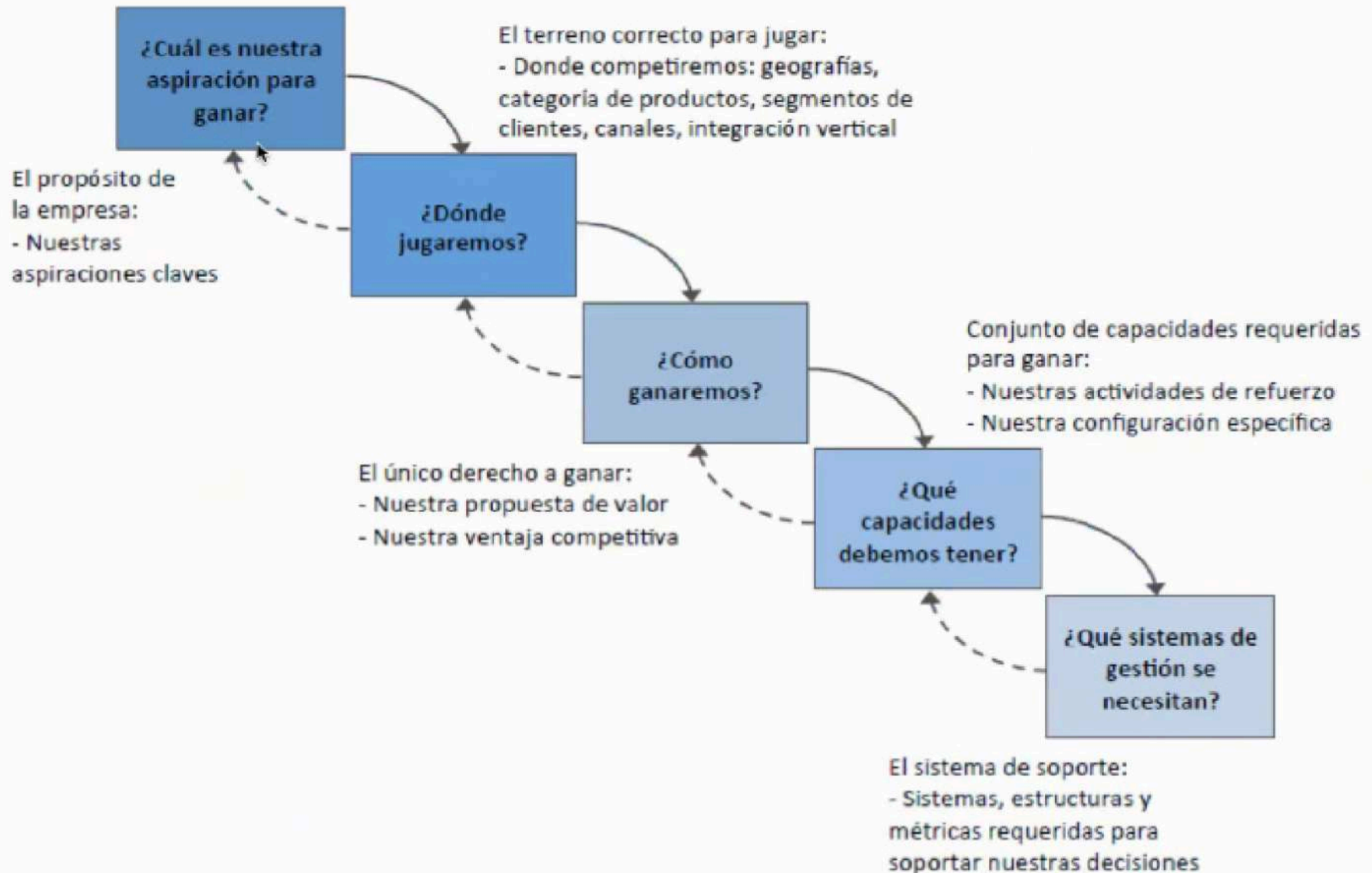
1 ¿Cómo le creamos valor a nuestros clientes en este mercado?

2 ¿Qué vendemos en este mercado?

3 ¿Qué capacidades tenemos para entregar la propuesta de valor (Ventaja Competitiva)

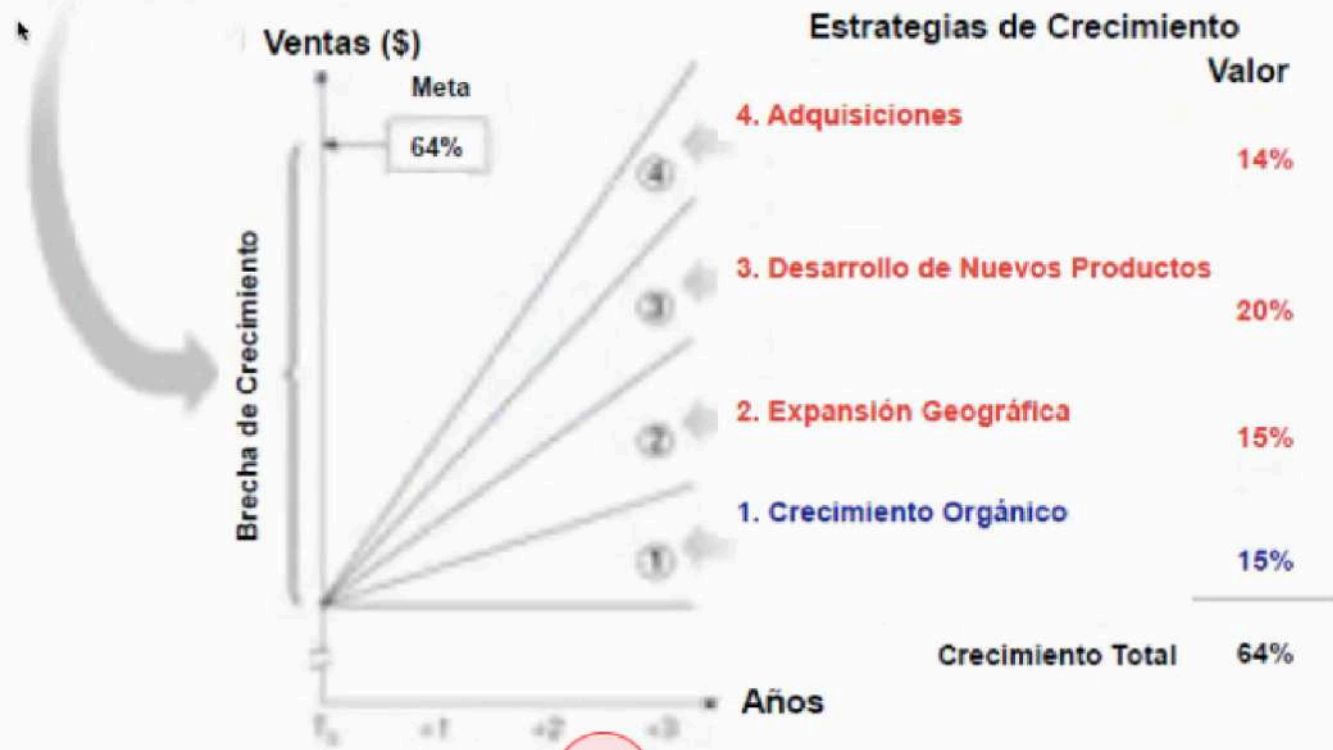


Alineamiento Estrategia de la Empresa con la Estrategia de Innovación





Brechas de Crecimiento



Innovación Incremental, Radical, Transformacional.



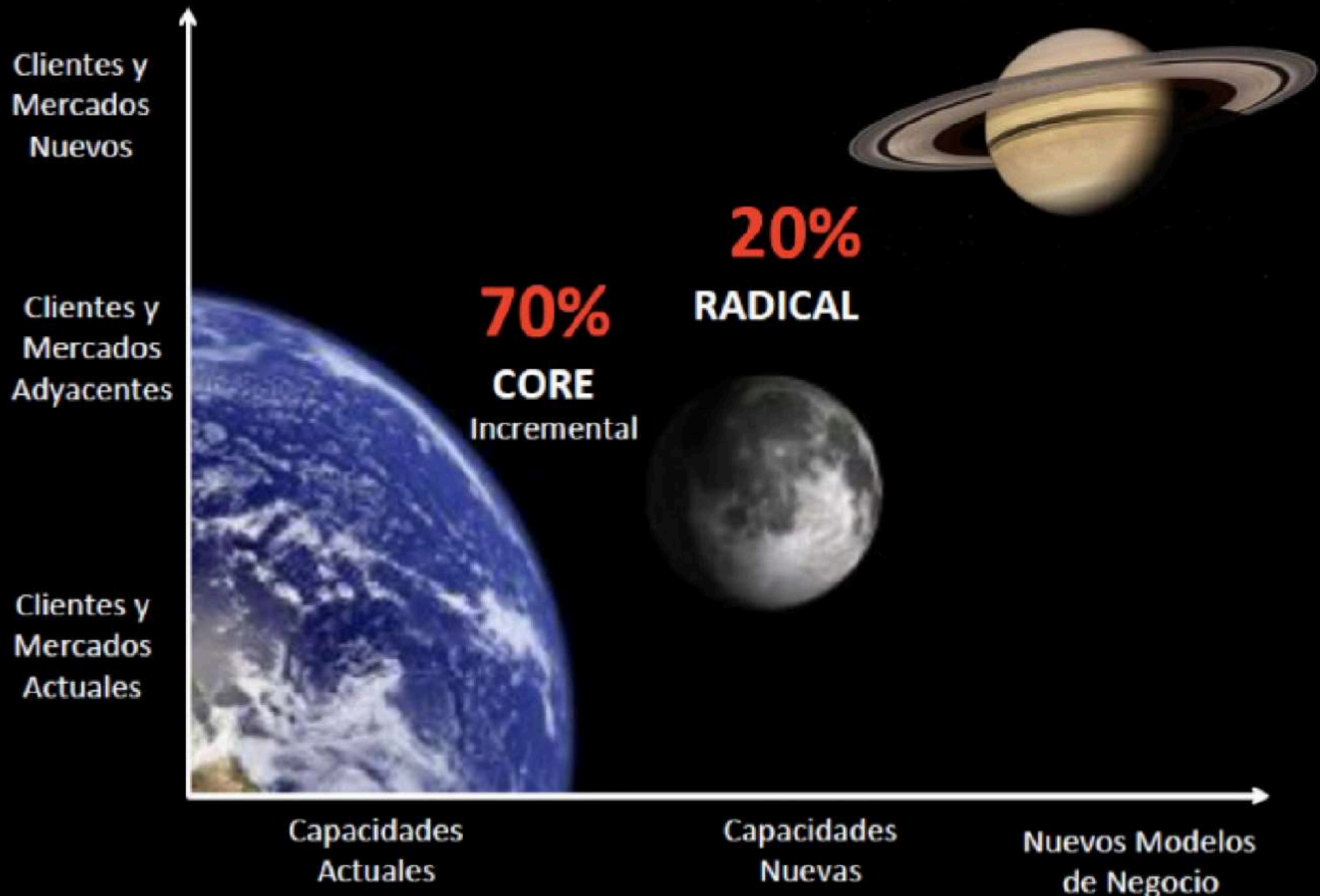
Innovación Incremental: Se considera innovación incremental cuando se crea un valor sobre un producto que ya existe, añadiéndole nuevas mejoras. Este tipo de innovación parte de una base conceptual ya existente, e introduce ciertos cambios, por norma general se trata de pequeñas modificaciones, que mejoran el producto en algún aspecto: puede ser una mejora de su imagen o apariencia, un incremento de sus funcionalidades o prestaciones que ofrece, o la modificación de algún aspecto a fin de [mejorar su eficiencia](#).

Innovación Radical: se produce cuando se incorpora al mercado un producto o servicio que en sí mismo es capaz de generar una categoría que no se conocía antes, provocando cambios revolucionarios en la tecnología. Representa un punto de inflexión para las prácticas existentes, ya que se enfoca en la base de un concepto absolutamente nuevo. Las innovaciones radicales crean un alto grado de incertidumbre, modifican severamente la estructura de los sectores en que surgen, alteran las posiciones competitivas de las empresas establecidas y en muchos casos, provocan la aparición de nuevas industrias.

Innovación Incremental, Radical, Transformacional.



Portafolio de Innovación





Nuestro rol

INNOVACIÓN ESTRATÉGICA

La expansión del negocio

COMPETITIVIDAD

Diferenciación

PRODUCTIVIDAD

De la intermediación a la innovación

¿Dónde innovar?

Nuevos
mercados
y clientes.

Mercados
y clientes
adyacentes.

Clientes
y mercados
actuales.

Utilizar activos
y el portafolio actual.

Mejoras al
portafolio actual.

Nuevas soluciones.

Dispersión inicial:

70%

20%

10%

Dispersión futura:

10%

20%

70%

¿Cómo innovar?

INNOVACIÓN



Progreso en las estrategias a 2014



Las ventas de innovación alcanzaron una participación del 17,7% de las ventas totales.



Se logró la meta de alcanzar 1.795 productos bajo el perfil nutricional de Grupo Nutresa.



Se lograron 0,17 Éxitos Innovadores por empleado.



Se fortaleció el sistema de innovación mediante:

- La redefinición de la estrategia de innovación y definición del modelo de gobernabilidad.
- El lanzamiento del proceso de vigilancia tecnológica.
- La realización de tres ejercicios de prospectiva.



Grupo Nutresa se consolidó como el líder del sector en innovación de acuerdo con el DJSI.

Compromisos al 2020

Indicador	Meta 2020	Resultados 2014
Ventas por innovación	15%	17,7%
Éxitos innovadores/ empleado	0,3	0,17



Grupo
nutresa



5. ELEMENTO:
**Establecimiento de los focos
de innovación**

CÓMO?

El Arcoiris de la Innovación®

Nuevos Productos

Nuevos Servicios

Nuevos Procesos o Tecnologías

Nuevas Experiencias

Nuevas Estrategias (Modelo de Negocio)

Nuevos Mercados

Nuevos Canales de Distribución-Comunicación

Nuevas Alianzas Estratégicas

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





Descripción de los Tipos de Innovación

	Tipos de Innovación	Definición
Producción	Procesos/ Estructuras	Una nueva forma de hacer un proceso que lo hace más rápido, más fácil, más barato o más efectivo. Incluye procesos administrativos y financieros.
	Tecnologías / Equipos	Una nueva tecnología o equipos que permitan mejorar los procesos o productos de la empresa. Incluye las tecnologías de la información.
	Materias primas	Nuevos insumos / ingredientes que permitan incrementar rentabilidad y/o mejora en percepción del cliente.
Oferta	Productos	Un nuevo producto que se lanza al mercado, preferiblemente con una propuesta de valor única y diferente.
	Servicios	Un nuevo servicio que se lanza al mercado, preferiblemente con una propuesta de valor única y diferente.
	Marca	Una nueva forma de agregarle o expandir el valor de las marcas de la empresa.
	Modelos de negocios	Una nueva forma de definir precios, de cobrar o de hacer dinero.
Entrega	Canales venta y distribución	Una nueva forma de hacer llegar nuestros productos o servicios a los clientes.
	Medios comunicación	Una nueva forma de comunicarnos con nuestros clientes, aliados o empleados.
	Logística	Una nueva forma de entregar el producto ya sea en forma eficiente o con menor costo. Forma diferente de abastecernos o distribuir logrando eficiencias.
	Ocasiones consumo	Crear un nuevo momento o lugar en que se consume el producto o servicio. Por ejemplo, para un alimento, venderlo al desayuno cuando antes solo se vendía para el almuerzo.
Mercado	Segmentos / Geografías	Alcanzar a un nuevos consumidores, mercados, geografías y/o clientes con los productos o servicios actuales.
	Experiencias	Una nueva forma de hacerle ver, probar y sentir nuestro producto o servicio a nuestros clientes
	Alianzas estratégicas	Una alianza estratégica con otra empresa que nos permite ofrecer al mercado algo nuevo que ninguna empresa podría hacer por sí misma.

Matriz de la Estrategia de Innovación

	Típos de Innovación	Incremental	Radical	Transformacional
Producción	Procesos/ Estructuras			
	Tecnologías / Equipos			
	Materias primas			
Oferta	Productos			
	Servicios			
	Marca			
	Modelos de negocios			
Entrega	Canales venta y distribución			
	Medios comunicación			
	Logística			
	Ocasiones consumo			
Mercado	Segmentos / Geografías			
	Experiencias			
	Alianzas estratégicas			

**ADN
EMPRENDEDOR**



FUNDACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR
SAN JOSÉ
INSTITUCIÓN TECNOLÓGICA

FIN DE
GRABACIÓN