

Introducción a la Gestión de Proyectos de Software (IGPS)

Presentación 08 – Innovación

Pablo Herrero García

Grupo

www.uneatlantico.es

cre

Principiante

Experimentado

Libertad

Disciplina

Bromear

Profesionalidad

Improvisación

Planificación



Ejemplo Innovación

Circos tradicionales

Circo tradicional

- 1/3 pistas
- Artistas estrellas
- Un Show
- Audiencia niños
- Animales
- Actuaciones, no relatos
- Música y baile no elaborados
- Sin iluminación especial
- Precio bajo
- Énfasis en diversión
- Entorno funcional
- Mudo o idioma local

A promotional poster for the Circus du Soleil production 'Alegria'. The image features two female performers in the foreground, one in a light blue tutu and the other in a dark, patterned outfit, holding hands. In the background, a male performer in a blue shirt is visible. The background is a vibrant, abstract pattern of red and purple. The text 'CIRQUE DU SOLEIL' is in the upper right, and 'ALEGRIA' is in large, stylized letters in the center right. Below it, 'IN A NEW LIGHT' is written in smaller text.

CIRQUE DU SOLEIL

ALEGRIA

IN A NEW LIGHT

Diferencias

Circo tradicional

- 1/3 pistas
- Artistas estrellas
- Un Show
- Audiencia niños
- Animales
- Actuaciones, no relatos
- Música y baile no elaborados
- Sin iluminación especial
- Precio bajo
- Énfasis en diversión
- Entorno funcional
- Mudo o idioma local

Cirque du Soleil

- Una pista
- No estrellas
- Múltiples producciones
- Audiencia adulta y empresas
- Iluminación especial
- Historia / Tema
- Música y baile Individualizado
- Precio alto
- Merchandising
- Beneficio de los tickets
- Énfasis en el aspecto "artístico"
- Entorno refinado
- Idioma inventado "Cirquish"

BRAINSTORMING



Se basa en:

Recopilación rápida y no
filtrada.

Consiste

en :

- **Cantidad antes que calidad.**
- **No se permiten las críticas.**
- **Se registra todo.**
- **Originalidad.**
- **Evaluar**

Consiste en :

- **Cantidad antes que calidad.**
- No se permiten las críticas.
- Se registra todo.
- Originalidad.
- Evaluar



Recoger tantas ideas como sea posible, aunque alguna parezca descabellada, con la esperanza de que entre ellas se encuentre la definitiva para el proyecto o la labor en cuestión.

Consiste en :

- Cantidad antes que calidad.
- **No se permiten las críticas.**
- Se registra todo.
- Originalidad.
- Evaluar



Esta regla debe ser respetada en todo momento, con el objetivo de que el flujo de ideas no se vea perturbado ni se detenga.

Consiste en :

- Cantidad antes que calidad.
- No se permiten las críticas.
- **Se registra todo.**
- Originalidad.
- Evaluar



Garantiza que la sesión de lluvia de ideas pueda pasar a la siguiente fase de evaluación sin haber sido censurada o filtrada

Consiste en :

- Cantidad antes que calidad.
- No se permiten las críticas.
- Se registra todo.
- **Originalidad.**
- Evaluar



La lluvia de ideas suele generar una multitud de ideas independientes.

Existe la posibilidad de que a partir de una idea se desarrollen otras nuevas.

Los participantes no deben tener miedo de expresar ideas que vayan en una dirección completamente diferente.

Consiste en :

- Cantidad antes que calidad.
- No se permiten las críticas.
- Se registra todo.
- Originalidad.
- **Evaluar**



Objetividad
Discusión de estilo
argumentativo y comparativo



Universidad
Europea
del Atlántico

www.uneatlantico.es

INNOVACIÓN

Proceso de negocio que crea nuevos productos, servicios, procesos, modelos de negocio y mercados que entregan valor a sus usuarios.

Objetivo

Crear **productos** con suficiente diferenciación y velocidad, de tal forma que la empresa mantenga retornos por encima del promedio y proteja su sustentabilidad en el tiempo.

Metodologías

Hoy más que nunca es importante llevar a cabo la implantación de **metodologías** que hagan que la innovación forme parte de la sistemática de la organización.

La verdadera innovación debe ser un proceso sistemático.

Modelos

Un modelo de innovación busca proyectos:

- Deseables
- Técnicamente factibles
- Económicamente viables

Si no se llega al mercado y se obtiene valor no se está desarrollando innovación sino invención o desarrollo tecnológico.

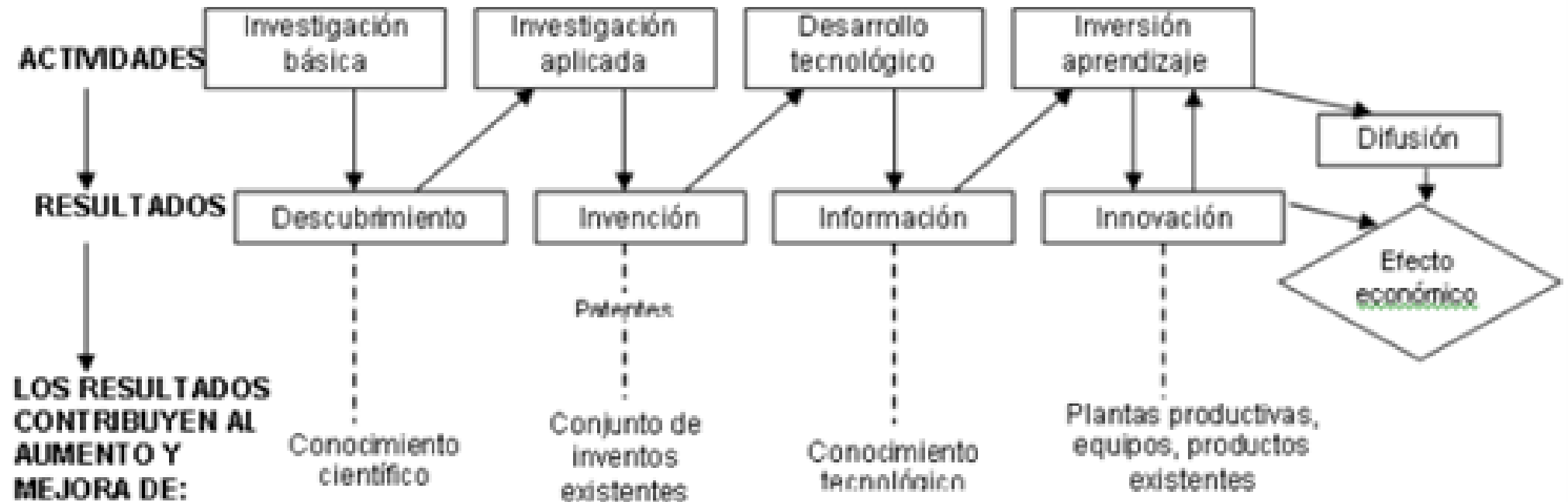
Modelos

Modelo Technology-Push

Desarrollado por **Roy Rothwell** es predominante entre los años 1950-1960. Se trata de un modelo lineal, no demasiado realista, pero tiene la ventaja de introducir una serie de conceptos útiles en su momento.

Modelos

Modelos de primera generación



Modelo Technology-Push

Modelos

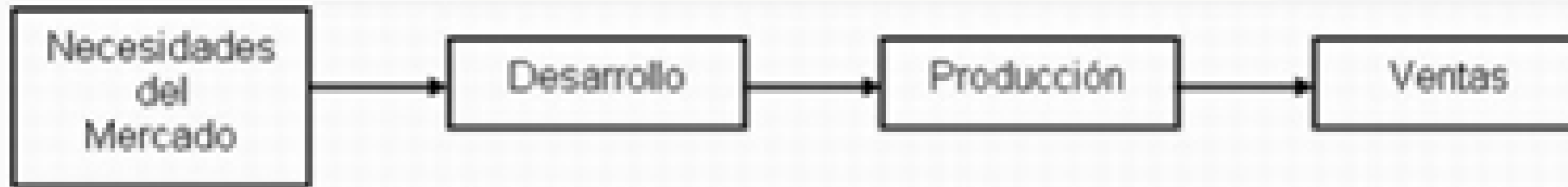
Modelo Market-Pull

Se enmarca entre los años 60 y 70 y también es **Rothwell** quien lo desarrolla. La principal ventaja de este modelo es que aunque sigue siendo lineal **toma en consideración las necesidades del cliente**, lo que permite una mejor aproximación a la realidad y compensa algo su linealidad.

Modelos

Modelos de primera generación

Modelo Market-Pull



Modelos

Modelo Marquis

Es un modelo que nace en 1969 de manos del psicólogo estadounidense y expresidente de la Asociación Americana de Psicología (APA) **Donald Marquis**.

Modelos

Modelos de primera generación

Modelo Marquis

El proceso de la innovación tecnológica según Marquis



Modelos

Modelo por etapas

También es lineal como los anteriores, si bien incluye elementos tanto del empuje de la tecnología (Technology Push) como del tirón de la demanda (Market Pull).

Modelos

Modelo por etapas



Modelos

www.uneatlantico.es

Modelo por etapas

Cobra vigencia entre la segunda mitad de los años setenta y los primeros de la década del ochenta.

Modelos

Modelos de tercera generación

www.uneatlantico.es

Modelo mixto



Modelos

Modelo integrado de procesos

Surge porque a partir de la segunda mitad de la década de los 80 se comienza a considerar que las fases de la innovación, sobre todo desde el punto de vista operativo o de gestión, deben ser consideradas mediante procesos no secuenciales, es decir de procesos solapados o incluso simultáneos o concurrentes como consecuencia de la **necesidad de acortar el tiempo de desarrollo del producto para introducirlo al mercado.**

Modelos

Modelos de cuarta generación

www.uneatlantico.es

Modelo integrado de procesos



Modelos

Modelo en Sistemas y en Red

En la segunda mitad de la década de los 80 se incrementa de forma importante el número de alianzas estratégicas de carácter horizontal, basadas en la colaboración interempresarial para el desarrollo de la innovación.

La calidad es una actividad dominada: las empresas que no alcanzan este nivel, desaparecen.

El consumidor se empieza a acostumbrar a la buena calidad: empieza a exigir algo nuevo.

La calidad ya no es una estrategia para la competitividad industrial.

La innovación comienza a ser necesaria para sobrevivir e indispensable para sobresalir.

Modelos

Modelos de quinta generación

Modelo en Sistemas y en Red



Modelos

Modelo en Sistemas y en Red

Exige

- Total apoyo por parte de la alta dirección.
- Adoptar estilos de dirección horizontal delegando mayor nivel de decisión y de control de los trabajadores.
- Una alta preparación del capital humano.
- Creación de grupos multidisciplinarios.
- Sistemas que permitan compartir una eficiente información interna y externa.
- Involucración de clientes especializados en el proceso.

Esquemas de innovación

- Individual
- Incremental
- Disruptiva

Esquemas de innovación

- Individual
- Incremental
- Disruptiva

Los propios trabajadores

Esquemas de innovación

- Individual
- **Incremental**
- Disruptiva

Mejora continua de las formas de producción.

Mejora de Procesos / Innovación continua

Esquemas de innovación

- Individual
- Incremental
- **Disruptiva**

Algo nuevo para el mundo y un progreso sustancial con respecto a una tecnología o metodología ya existentes.

Esquemas de innovación

Sector	Incremental	Disruptiva	Tipo
Automóvil	Porsche Corsa	Tesla X Tata (1.300 €)	Producto / Modelo Negocio
Telefonía móvil	Samsung Note 3 Iphone X	Iphone Smartwatch 2.0	Producto / Tecnológica
Web	Windows 10	Dropbox / Moovit / Fit	Producto / Tecnológica
Mobiliario de casa	MerKamueble	Ikea	Servicio / Modelo Negocio
Transporte	Taxis, Autobuses	Uber, Cabify, Blabla car	Modelo de Negocio Proceso
Venta minorista	Comercios tradicionales	Amazon Go / Gearbest / Joom / Wallapop	Proceso / Relación con cliente
Banca	Bankinter, BS	ING, Paypal, Adyen	Modelo Negocio / Relación cliente
Videoconferencia Telecomunicaciones	Polycom	Telepresencia CISCO Presentación / Chambers	Producto / Tecnológica
Acomodación	HotelesAC	Airbnb	Transformación Digital



Universidad
Europea
del Atlántico

www.uneatlantico.es