

ESTRATEGIA Y TALENTO

Estrategias Disruptivas

1. Estrategia de los océanos

INNOVACIÓN

2021



Nuevo

(¿Cuándo?)



Valioso

(¿Para quién?)



Aplicable

(¿En dónde, ¿para quién?)



Mejor

(¿En qué?, ¿para quién?)

Atributos de la innovación

Nuevo

- ❑ Tiempo.
- ❑ Es innovador mientras no salga algo más nuevo.
- ❑ Geográfico.

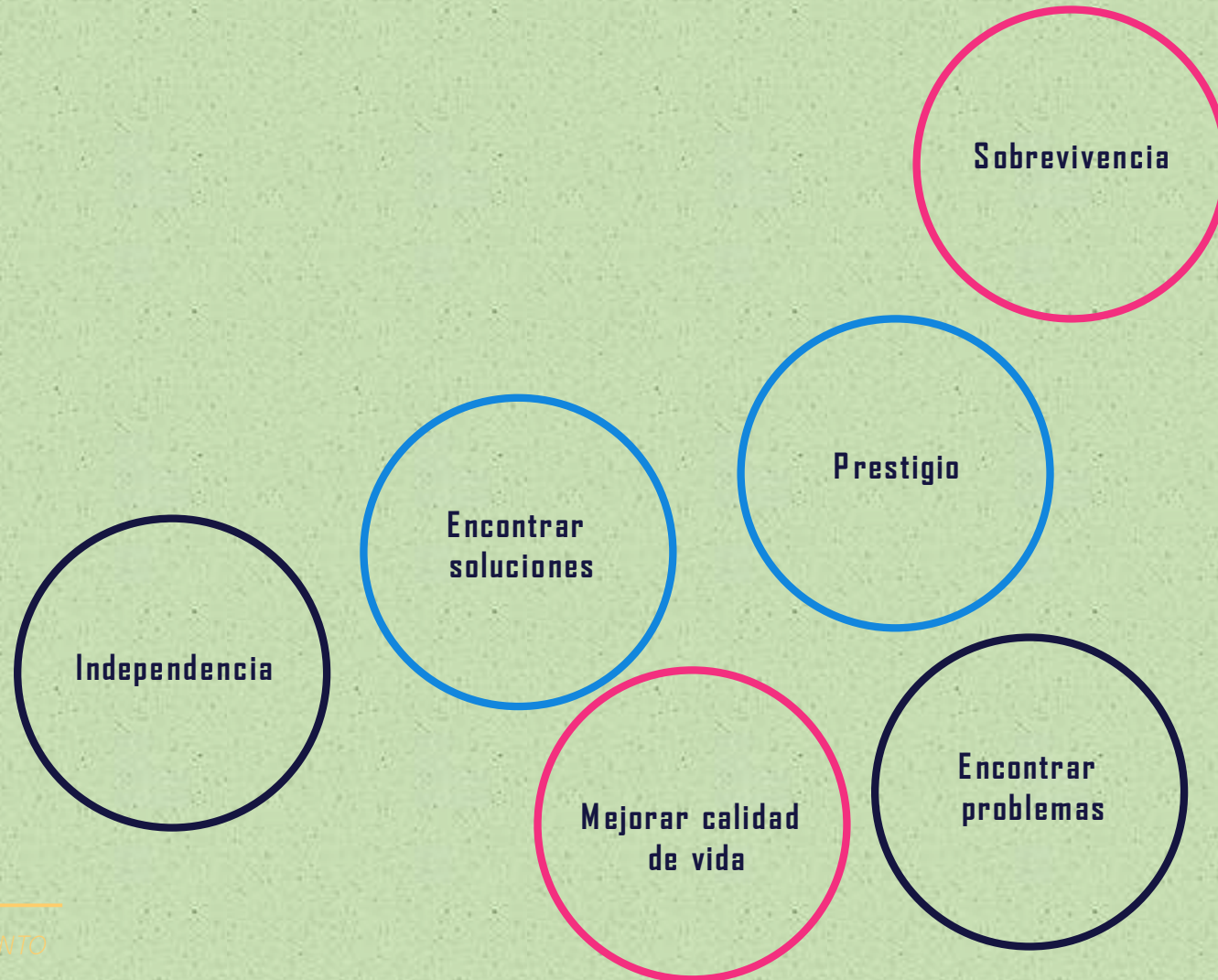
Valioso

- ❖ Genera riqueza
- ❖ Valor: Económico, social, sustentable, ambiental.
- ❖ Valioso al usuario.
- ❖ Satisface una necesidad.
- ❖ La moda es una forma de valor.
- ❖ Características para que la innovación sea difundida: Usabilidad / Facilidad

Aplicable

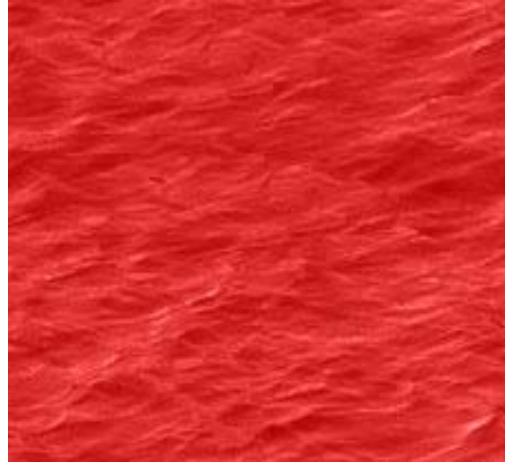
- Factible: técnicamente, económicamente, financieramente, legalmente, ético, metodológico.

¿Por qué es importante la innovación?



Si no se tiene claro el problema,
la solución puede no ser óptima
ni valiosa.

EL OCÉANO AZUL



EL OCÉANO ROJO

El nuevo reto de la innovación

ESTRATEGIA Y TALENTO

Estrategia del Océano Azul



Pioneros

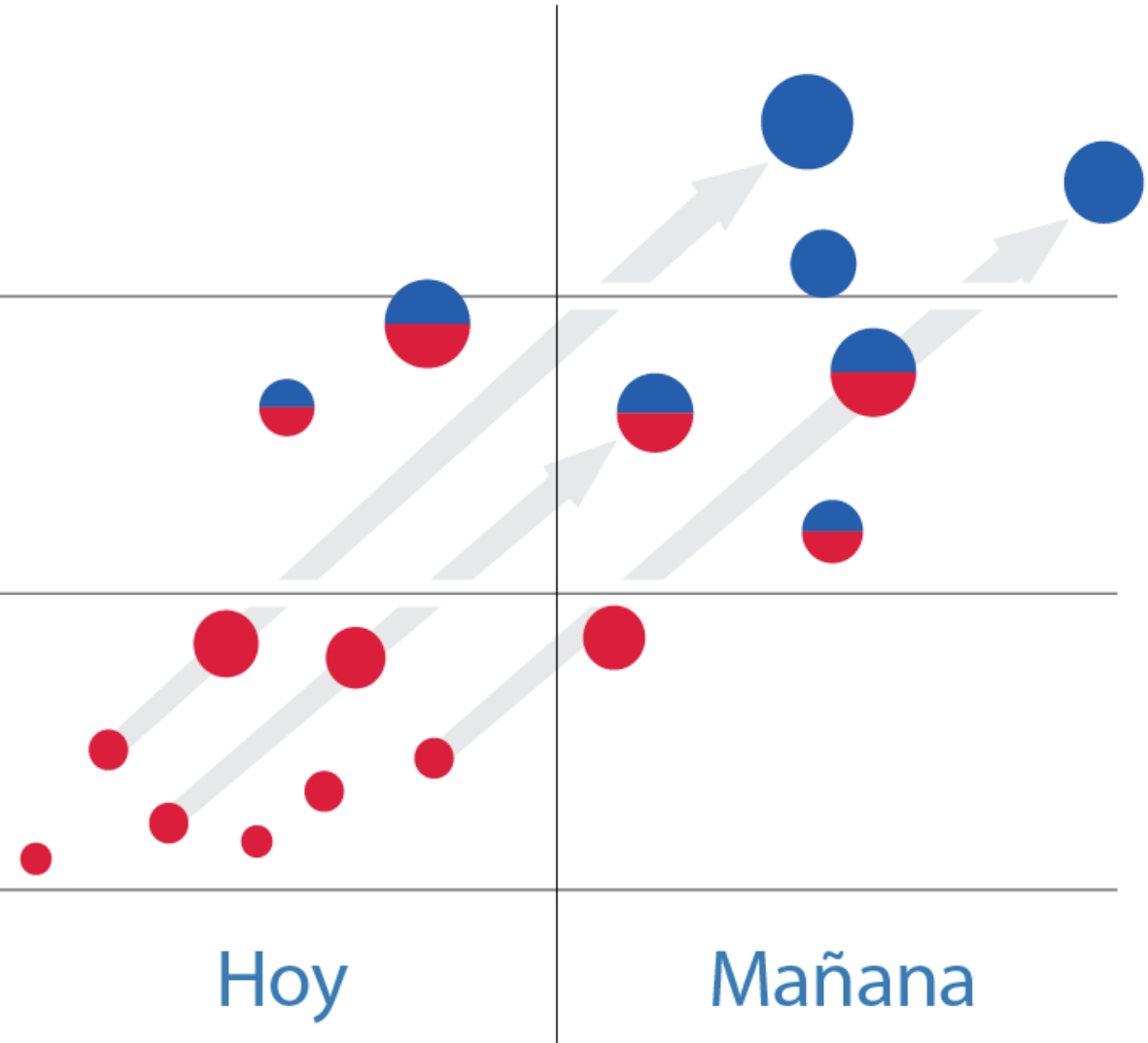
Innovación de valor

Emigrantes

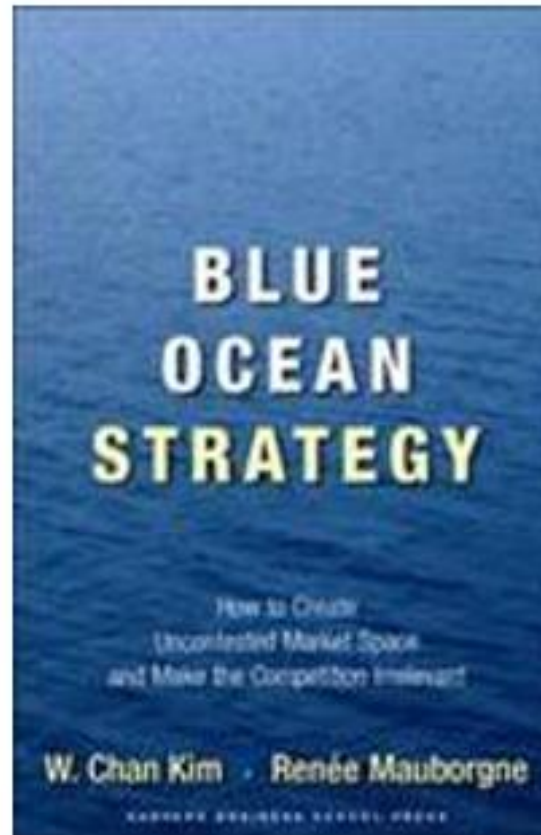
Mejoras de valor

Colonos

Imitación de valor



Estrategia del océano azul



Los océanos rojos y los océanos azules²⁰²¹

Océanos rojos

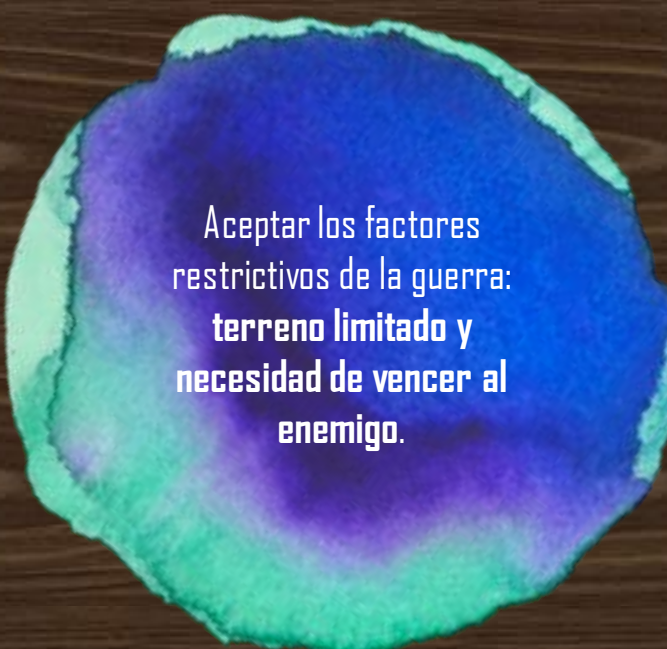
- Compiten en mercados conocidos.
- Con el fin de aumentar participación de mercado, reducen sus posibilidades de rentabilidad y crecimiento.
- Sus productos se convierten en genéricos por lo que la competencia se desplaza al precio.
- La ventaja competitiva o diferencial es inexistente.

Océanos azules


- Son espacios desconocidos de mercado.
- Representan industrias que no existían antes de ellos.
- Son espacios de mercado no aprovechados para la creación de demanda altamente rentable.
- Algunos de ellos brotan de los océanos rojos cuando se amplían las fronteras de las industrias a las que pertenecen.
- La competencia no existe en ellos porque las reglas del juego no existen todavía.

Centrar la atención en el **océano rojo**, es:

2021



Aceptar los factores
restrictivos de la guerra:
**terreno limitado y
necesidad de vencer al
enemigo.**



Negar la fortaleza que distingue al
mundo empresarial: **la capacidad
de crear espacios de mercados
nuevos, sin competencia.**



“Quienes buscan crear “océanos azules”, es decir, **mercados totalmente nuevos**, no se comparan con sus competidores.

Esta estrategia se enfoca en **generar un salto en el valor para los consumidores**, y de esa manera, abrir un espacio de mercado nuevo.”

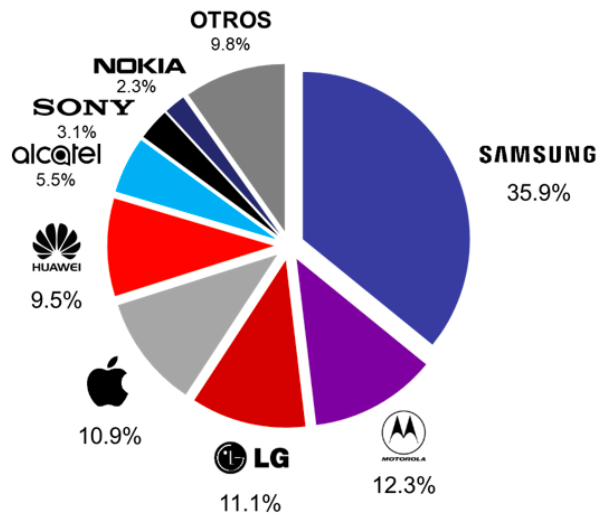


Hoy, **innovación** es mucho más que nuevos productos.

Se trata de **reinventar** el proceso de negocio y construir enteramente nuevos mercados que encontraron necesidades de los clientes aún no cubiertos.

Más importante aún, como internet y la globalización ampliaron el campo de las nuevas ideas, se trata de **seleccionar y ejecutar las ideas correctas** y llevarlas al mercado en tiempo récord.





OCÉANO ROJO

VS.

OCÉANO AZUL



Mercados ya existentes y muy explorados



Nichos no identificados



Bajo costo y diferenciación son las principales estrategias



Alto potencial de desarrollo y crecimiento



Ofrecer un valor nuevo superior a sus clientes es la principal estrategia

Llevar tu negocio al Océano Azul es ir más allá de la demanda actual y buscar un nuevo modelo de negocio, en espacios inexplorados, llenos de oportunidad e innovación.

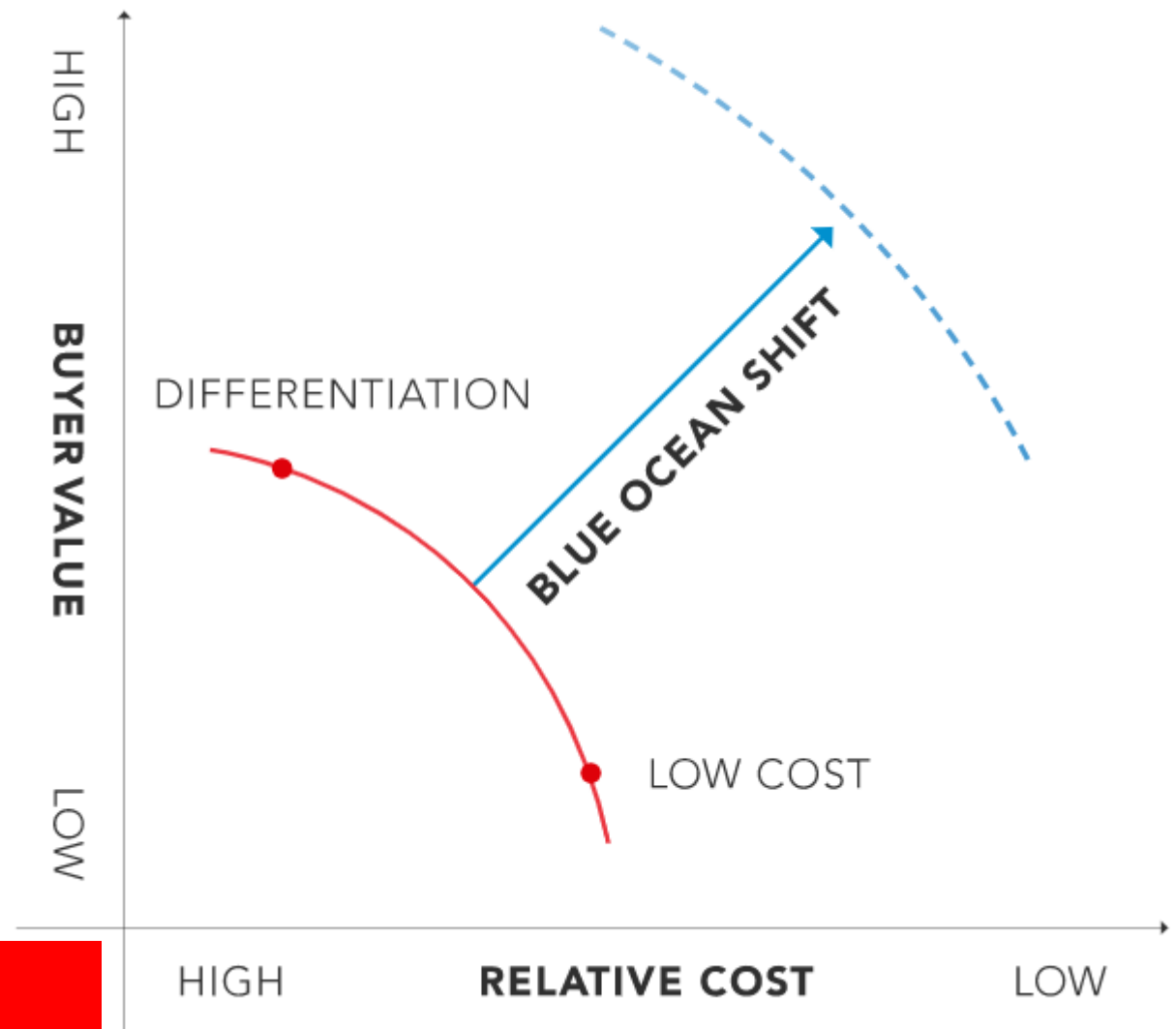


El valor de la
Innovación



Diferenciación o
Liderazgo en costos

Diferenciación Y
Liderazgo en costos





Red Ocean vs. Blue Ocean Strategy



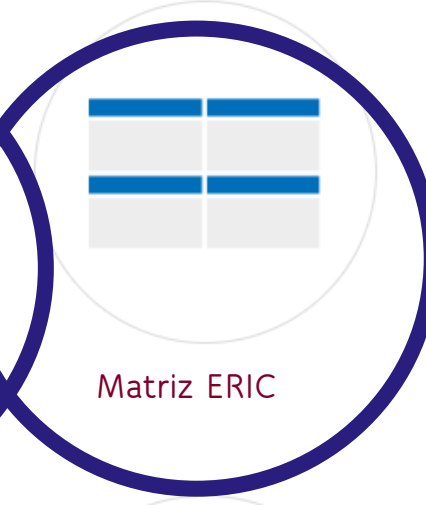
Value Innovation



Lienzo Estratégico



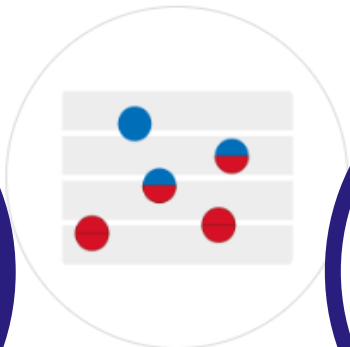
Esquema de las 4 Acciones



Matriz ERIC



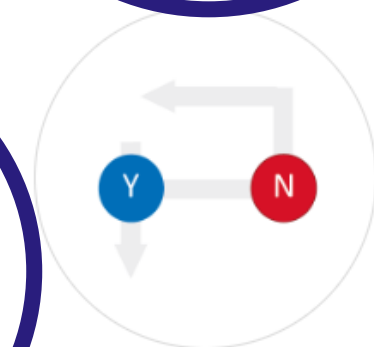
Las 6 Vías de
Exploración



Pioneer Migrator Settler Map



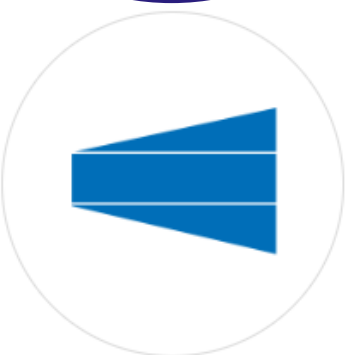
Tres tipos de
No Clientes



Sequence of Creating a
Blue Ocean



Buyer Utility Map



Price Corridor of the Mass



Four Hurdles to Strategy



Tipping Point Leadership



Fair Process

Herramientas

El océano azul del Cirque Du Soleil

- Reinventó el circo (entretenimiento sin precedentes).
- Se dirigió a un mercado meta distinto (adultos y clientes corporativos) dispuesto a pagar precios altos.
- Reconoció que, para tener éxito en el futuro, las compañías deberían de dejar de competir entre sí (la única manera de vencer a la competencia es dejar de tratar de vencerla).



La estrategia del Océano Azul

Océanos azules denota a todas las industrias que no existen actualmente, es decir, el espacio de mercado desconocido, inexplorado y no tocado por la competencia.

Al igual que el océano 'azul', este espacio es vasto, profundo y poderoso en términos de oportunidades y crecimiento rentable.

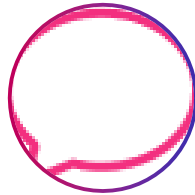


¿Por qué crear océanos azules?

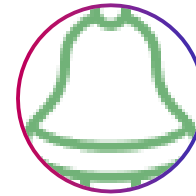
2021



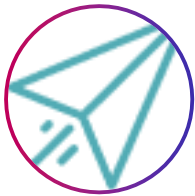
Los avances tecnológicos son cada día más acelerado



Los proveedores ofrecen cada vez una gama más amplia de productos y servicios



La demanda por industrias nuevas es cada vez mayor.



La globalización ha provocado que muchos productos y servicios hayan pasado a ser genéricos, con lo que ha aumentado la guerra de precios y se han reducido los márgenes de utilidad.



La fidelidad a la marca se sacrifica en aras del precio, pues las características de los productos son cada vez más similares

Esquema de las cuatro acciones



CREAR

¿Cuáles variables se deben crear porque la industria nunca las ha ofrecido?

INCREMENTAR

¿Cuáles variables se deben incrementar, y por encima de la norma de la industria?

Una nueva
curva de valor

ELIMINAR

¿Cuáles variables que la industria da por sentadas se deben eliminar?

REDUCIR

¿Cuáles variables se deben reducir por debajo de la norma de la industria?



ELIMINAR	INCREMENTAR
REDUCIR	CREAR

Matriz: Eliminar – incrementar – reducir – crear

Matriz: Eliminar - incrementar - reducir - crear

Caso Cirque Du Soleil

ELIMINAR	INCREMENTAR
<ul style="list-style-type: none"> Las estrellas Los espectáculos con animales Las pistas múltiples 	<ul style="list-style-type: none"> Un solo escenario
REDUCIR	CREAR
<ul style="list-style-type: none"> El suspenso y el peligro 	<ul style="list-style-type: none"> Un tema Un ambiente refinado Múltiples producciones Música y danza artística



Ejemplos de empresas que representan el océano azul

- LEGO
- Microsoft
 - Spotify
 - Tesla
- Nintendo
 - Apple

CADENA DE VALOR

2021





Dr. Roberto Silva

2021