

Diplomado en Innovación

Sesión 5



enlace

INNOVACIÓN QUE TRANSFORMA

Magíster en Administración de Empresas
Ingeniero Químico
Especialista en Gerencia estratégica de costos y gestión



Más de 500 empresas intervenidas....
Algunas empresa, instituciones y organismos con los
cuales se ha colaborado en Innovación,
Transformación Digital, Productividad y Finanzas :






Hamilton Martínez F.

CEO y Fundador HSGROW SAC



QUÉ VEREMOS HOY?



-  La innovación como elemento estratégico de las organizaciones
-  Estrategia empresarial y Estrategia de innovación
-  Análisis y elección de la estrategia

Google Form

Línea Base

***INNOVACIÓN* como elemento estratégico**



“

Innovar es realizar
algo nuevo y
diferente, que tenga
IMPACTO.

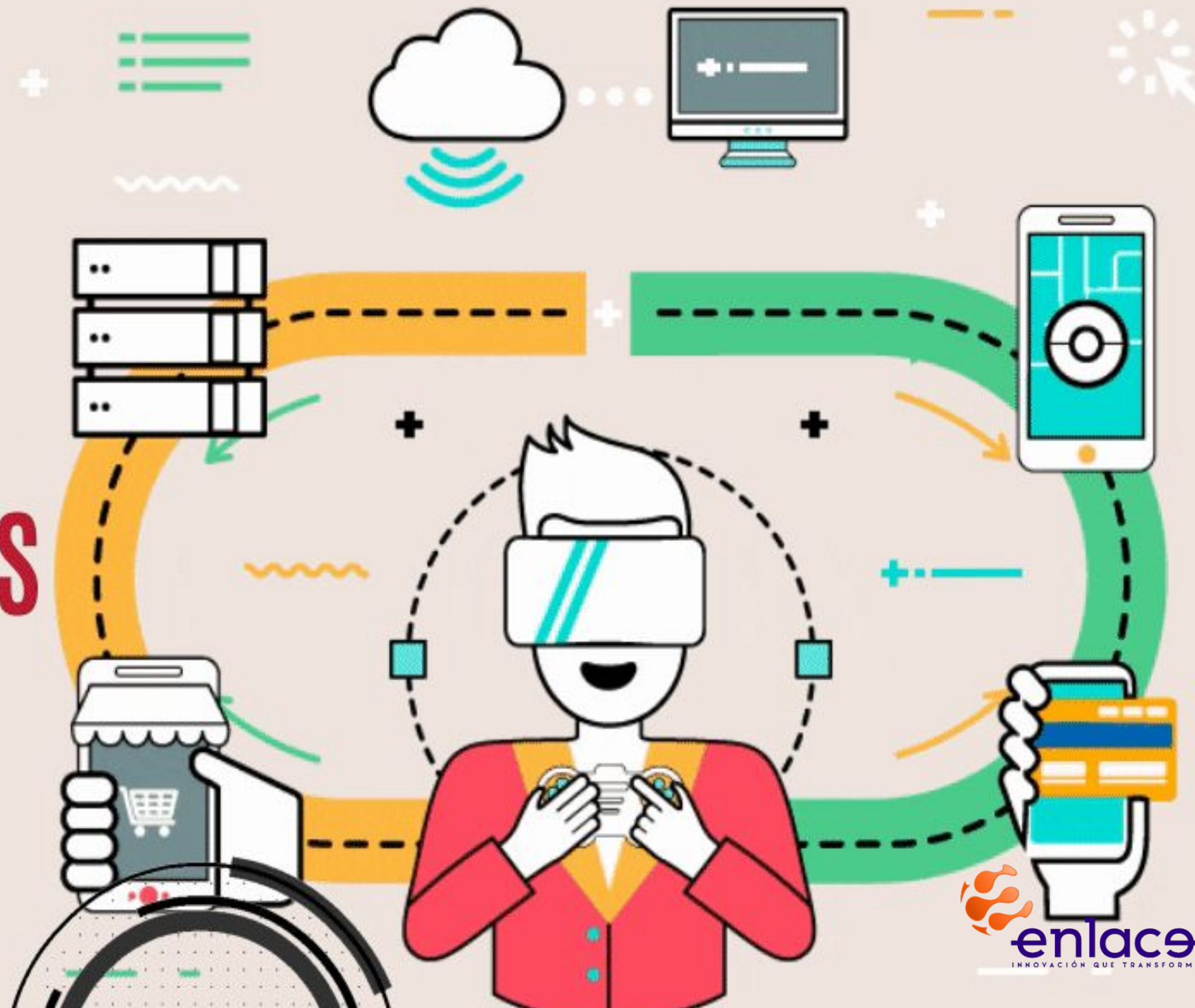
”

Scott D. Anthony

**No hay correlación directa entre
IMPACTO y CAMBIO, depende del
contexto.**



NUEVAS TECNOLOGÍAS



TRAS LA GUERRA FRÍA

TRAS LA CRISIS SANITARIA COVID-19



Más información en: blogposgrado.ucontinental.edu.pe





¿...y en el CAUCA?



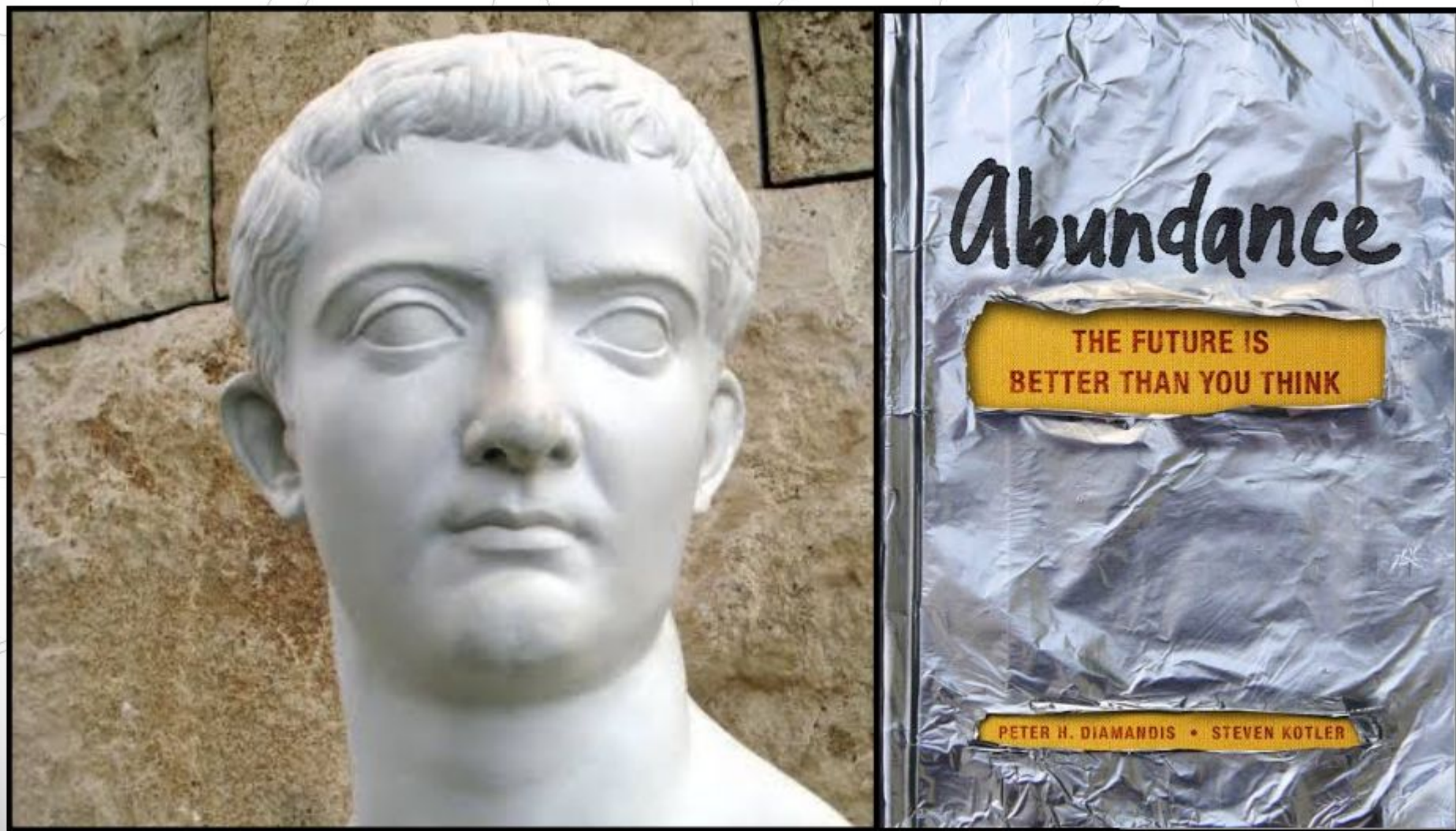
INNOVAR

NO INNOVAR



**“EL MAYOR IMPEDIMENTO
PARA EL FUTURO ÉXITO DE
UNA COMPAÑÍA ES EL
ÉXITO PASADO”**

DAN SCHULMAN
Presidente de PayPal





+
EXCESOS

- Azúcar
- Alcohol
- Sal
- Grasas

Nutrición Óptima

- Proteína
- Aminoácidos
- Vitaminas
- Carbohidratos complejos
- Minerales
- Fitonutrientes
- Fibra
- Agua

DEFICIENCIAS
-

La información **NO es suficiente
para generar cambios de
comportamiento.**

THE GLOBAL BESTSELLER

'Few books can be said to have
changed the world, but *Nudge* did.
The Final Edition is marvellous:
funny, useful, and wise'

DANIEL KAHNEMAN

FULLY
REVISED

nudge

The Final Edition

RICHARD H. THALER
& CASS R. SUNSTEIN







¿QUÉ PODEMOS PLANTEAR PARA IMPULSAR LA INNOVACIÓN EN NUESTRAS ORGANIZACIONES?



Motivos para innovar

- **Por pánico:**
Si no innovamos, la empresa podría dejar de ser relevante
- **Por propósito:**
Queremos evolucionar y definir una nueva razón de ser a través de la innovación



• **Sostenible**

Empresa



Certificada



NUESTRO PORTAFOLIO OUR PORTFOLIO



Brindamos soluciones al sector de la agroindustria, **aceite de palma**, hidrocarburos, química industrial y ciencia, tecnología e innovación, ofreciendo el diseño, fabricación, mantenimiento, reparación y montaje de:

We provide solutions to sectors such as agro-industry palm oil extraction, gas & oil, industrial chemistry and research, development and innovation, offering the design, manufacture, maintenance, and assembly of:

- Maquinaria y equipos para extracción de aceites | Machinery & equipment for oil extraction
- Repuestos y herramientas | Spare parts & tools
- Plantas extractoras | Palm oil mills
- Equipos complementarios | Complementary equipment





Nuevas PATENTES CONCEDIDAS Malasia & Perú

Nuestra tecnología innovadora de **Esterilización Dinámica** ha recibido los certificados de patente en **Malasia y Perú**.



La Tecnología Avatar: **Esterilización Dinámica** es innovadora, amigable con el medio ambiente y **sostenible**.



APPLICATION NO. : P 20142880
APPLICANT : INDUSTRIAS ACUÑA LTDA
FILED DATE : 24 SEPTEMBER 2014
AGENT'S OR APPLICANT'S FILE NO. : 001974110142880/P01E1
DATE OF MAILING : 22 OCTOBER 2014

MINISTRY SUBSTANTIVE EXAMINATION CLEAR REPORT - Section 90(1) (M)

The Examiner has reported that the above application complies with the requirements of the Patents Act 1963 and Patents Regulations 1965. The examination was carried out on the following applicant documents:

Description: Pages 1-17 Filed on 21 March 2014
Claims: Pages 18-20 Filed on 21 September 2014
Drawings: Pages A-G Filed on 23 December 2014
Abstract: Pages 21 Filed on 21 March 2014
Figure: - Filed on -

Notice of Grant will be issued once the application is granted.

A search report is attached. You may
contact the examiner.

PROVISION DATA MALAYSIA
for Registrar of Patents
in: ipm@ipm.gov.my



1 RESOLUCIÓN DE LA DIRECCIÓN DE INVENCIÓNES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

OTORGAR patentes de invención para "SISTEMA Y PROCEDIMIENTO PARA LA EXTRACCIÓN DE ACEITE DE PALMA MEDIANTE FRACTURADO, DESGRANADO Y ESTERILIZACIÓN DINÁMICA DEL FRUTO FRESCO DONDE SE TRANSPORTA EL 100% DEL FRUTO FRACTURADO Y DESGRANADO A UNA BATERIA DE ESTERILIZADORES PARA REALIZAR EL PROCESO DE ESTERILIZACIÓN Y DIGESTIÓN AL MISMO TIEMPO", C.I.P.S. C11B 1/00, C11B 1/10, a favor de INDUSTRIAS ACUÑA LIMITADA de Colombia, por un plazo de veinte (20) años, contados desde el 24 de septiembre de 2014, fecha de presentación de la solicitud internacional PCT, aprobándose las 12 reivindicaciones que constan de folios 210 a 217 del expediente.

Regístrese y Comuníquese

INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS
MARIANEL GARCÍA CALDERÓN
Directora de Invencciones y
Nuevas Tecnologías
INCOPI





HOLA!

PRODUCTOS

Productos Wasi

HISTORIA

Por qué lo hacemos

VALORES

Cómo lo hacemos

WASI NEWS

Noticias

CONTÁCTENOS ES / EN

ORGÁNICO, SALUDABLE Y DELICIOSO!

Eso pasa cuando mezclas la maravillosa cocina y la biodiversidad peruana.

Chips de maíz morado

<https://www.wasiorganics.com/>



Innovación que trasciende.

Estrategia Empresarial y.. **Estrategia de Innovación**

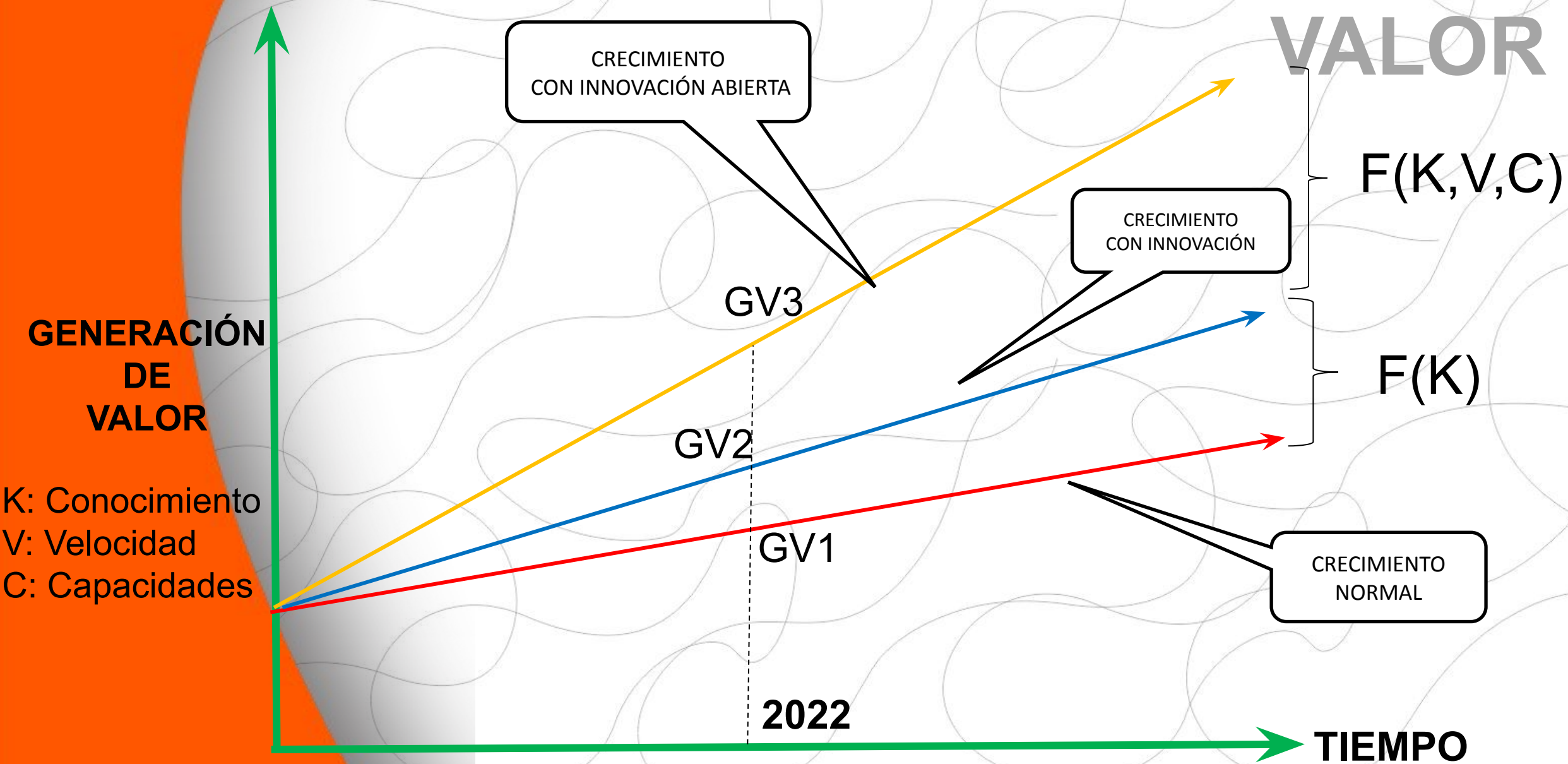
“

La estrategia es vista como un operador diseñado para llevar la empresa de la **posición actual a la posición descrita** por los objetivos, sujeto a las restricciones de capacidad y potencia

Igor Ansoff



GENERACIÓN DE VALOR



Elementos	Objetivo
¿Qué?	
1. Declaración de la importancia de la innovación para la empresa	Definir por qué la empresa desea iniciar un programa para sistematizar la innovación.
2. Definición operativa de la innovación	Establecer la definición operativa que se utilizará para evaluar si algo es o no innovador en la empresa.
3. Establecimiento de una visión de innovación	Definir una visión de la innovación para describir adónde se desea llegar a través de la innovación.
4. Definición de objetivos y metas de la innovación	Definir los resultados específicos y medibles que se espera alcanzar con la innovación.
¿Cómo?	
5. Establecimiento de los focos de innovación	Determinar de qué manera se piensa enfocar la innovación y alinearla con la estrategia de la empresa.
¿Dónde? ¿Cuándo?	
6. Definición de las campañas masivas de ideas y equipos multidisciplinarios	Aterrizar cuáles son los esfuerzos de innovación que se van a realizar durante el año.
¿Con qué?	
7. Presupuesto de innovación	Definir los recursos que se van a invertir en la innovación

¿QUÉ MOTIVA A PLANTEAR UNA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN?



01

La empresa ha venido fortaleciendo sus procesos de innovación, para lo cual ha sido clave la **adopción de conceptos y herramientas** que la faciliten.

02

Se quiere escalar la innovación para que ésta sea una **variable estratégica de la organización** y que permee las directrices formales que puedan existir.

03

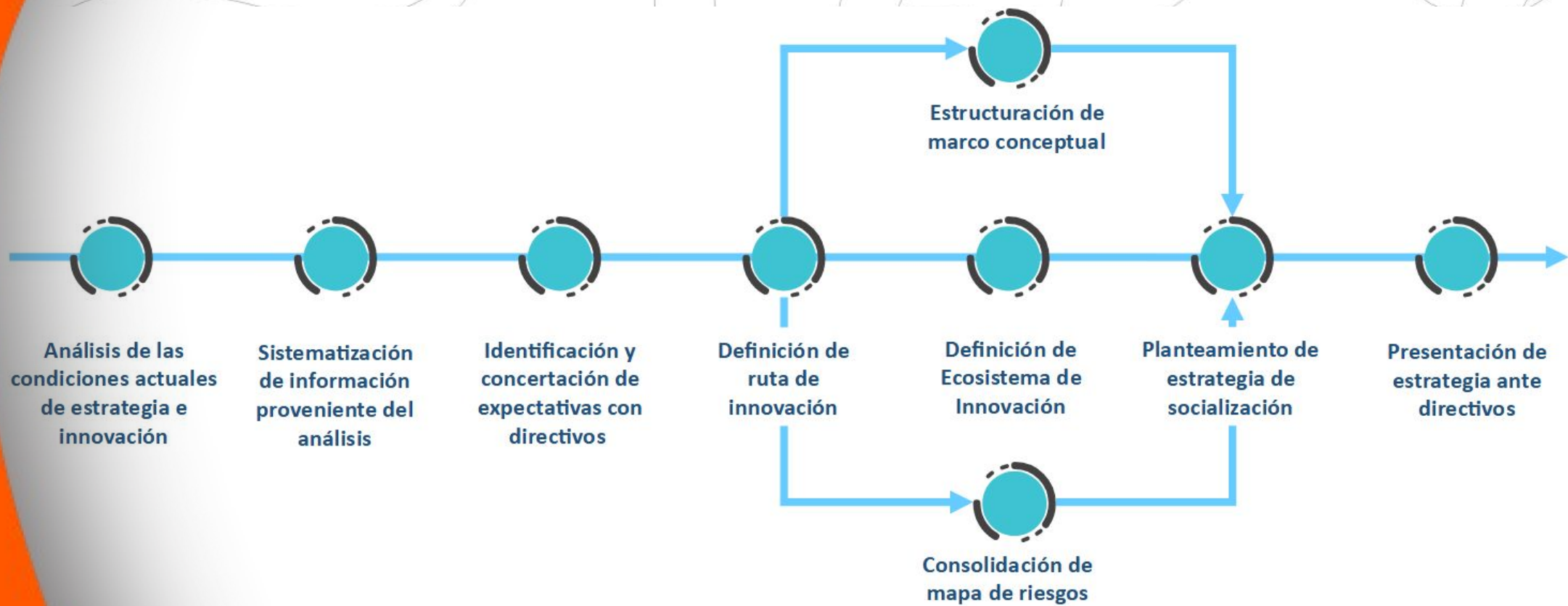
La empresa en medio de procesos de transformación y de la orientación misma, lo que indica que la **reflexión debe ser pertinente**.

04

Reflexión a nivel gerencial e involucrar las opiniones y expectativas que puedan existir al interior de la organización en cuanto al grado de pertinencia y concepción de la innovación como elemento estratégico.

Objetivo de realizar una estrategia de innovación.

Definir **lineamientos estratégicos** para la construcción concertada de una **ruta de innovación** para la empresa, buscando hacer de la innovación el proceso cotidiano que **apalanque la estrategia corporativa** de la compañía.



Análisis y Elección de la Estrategia

1.-Cuál es nuestra aspiración de éxito

Nuestra visión, empezando por las personas

2.- En dónde jugaremos

El campo donde encontraremos esa aspiración

3.- Cómo ganaremos

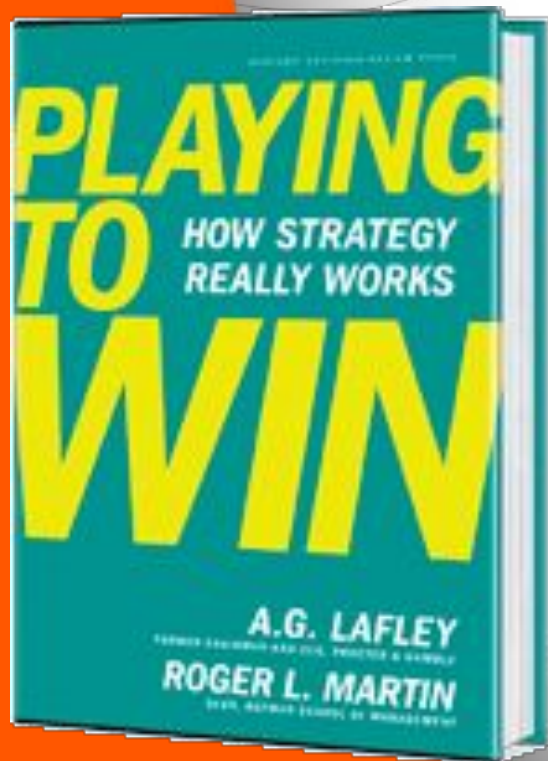
La manera en que ganaremos en el campo que escogimos; propuesta de valor, ventaja competitiva

4.- Nuestras capacidades

El conjunto de capacidades requeridas para ganar; nuestra actividades de refuerzo, nuestra configuración específica

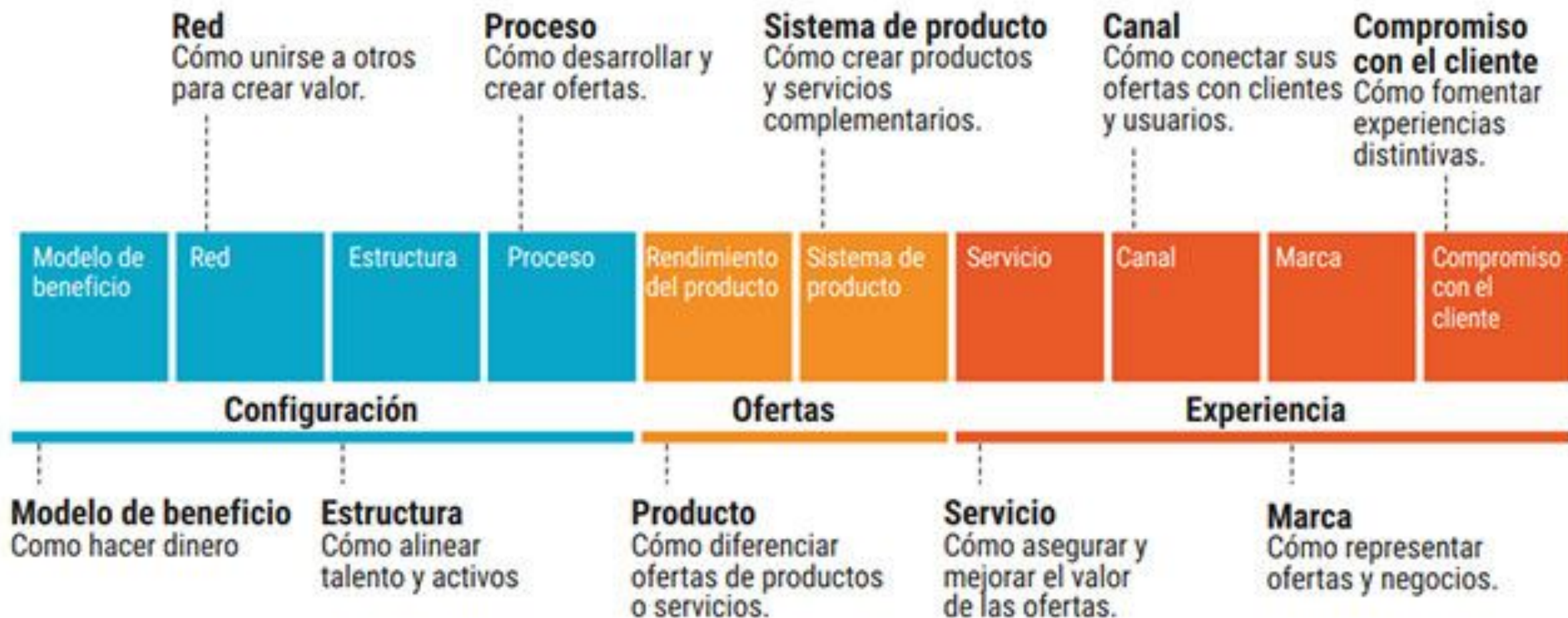
5.- Sistemas de gestión

Los sistemas gestión y medidas que permiten las capacidades y que soportan las decisiones; pueden ser procesos, sistemas, estructuras y medidas.



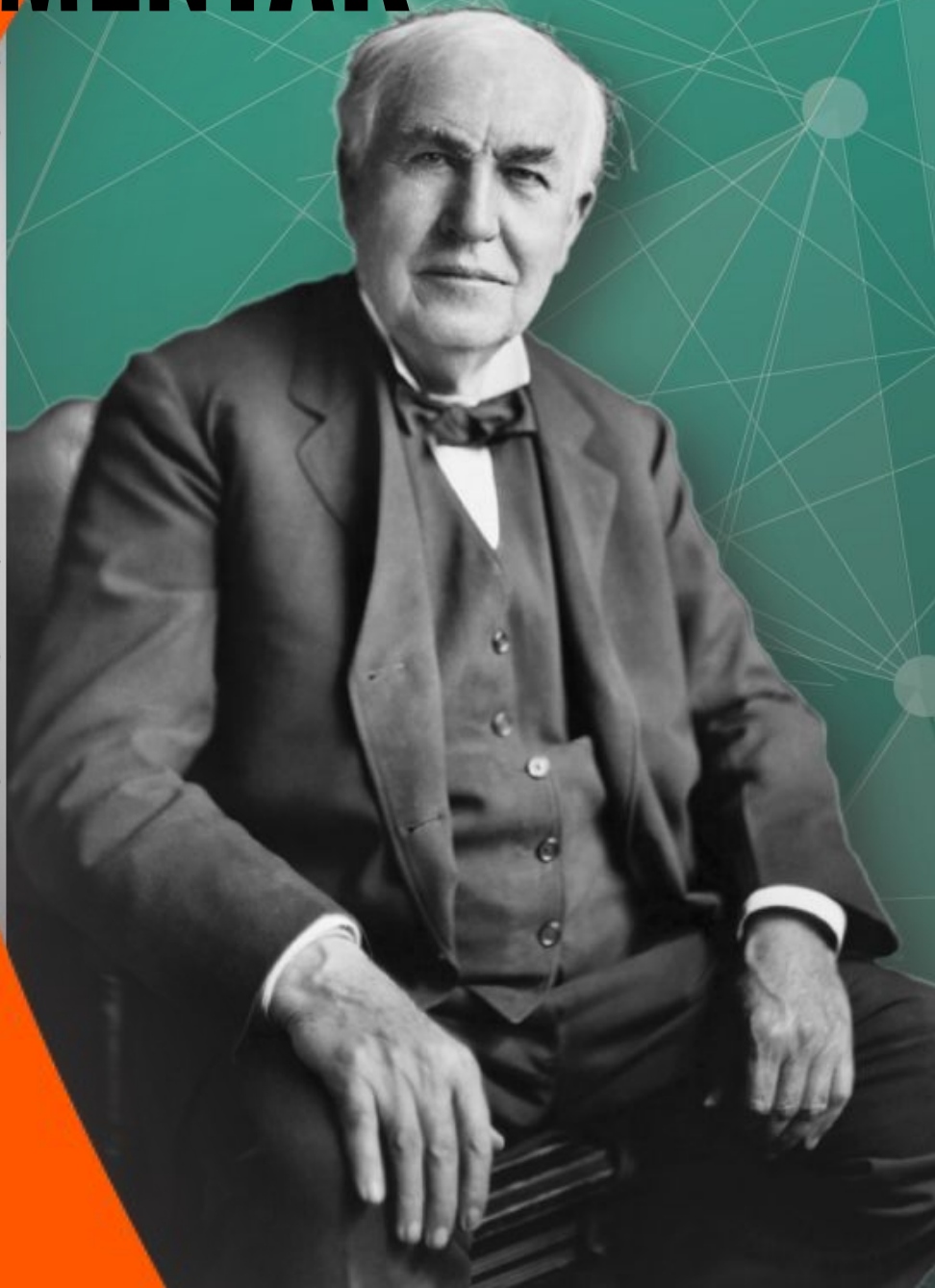
Estrategia	Detalle	¿De qué se trata?
Aumentar la participación de mercado en el segmento de usuarios residenciales	Mantener un crecimiento constante de 2 cifras porcentuales anuales en la participación en el segmento de usuarios residenciales de gas natural.	Ganar participación como proveedor de las distribuidoras y en ventas directas a usuarios (Ej: programa <u>BONOGAS</u>)
Fortalecer la oferta de servicios para clientes industriales	Proveedor número uno de servicios relacionados con gas para clientes industriales	Mejorar la oferta a clientes industriales, empaquetando servicios u ofreciendo otros nuevos (Ej: mantenimiento de redes)
Incrementar la oferta de artefactos de gas	Otorgar marcas de artefactos que lideren el sector del gas en Perú.	Aprovechar tanto el canal de la factura de servicios, como la venta directa para incrementar la oferta de artefactos de gas

Figura 1—Los Diez Tipos de Marco de Referencia de Innovación de Doblin



Fuente: Doblin.com/TenTypes © Deloitte Development LLC. Todos los derechos reservados.

EXPERIMENTAR



“No he fallado, sólo he encontrado 10.000 formas que no funcionan”.-

Thomas Edison
(Empresario e inventor estadounidense)

DATOS

“El reto es convertir la información en conocimiento, y usar ese conocimiento para darle a los clientes lo que quieren”

Francisco Gonzalez
CEO BBVA

OMNICHANALIDAD

“Somos indiferentes a si se convierte en la tienda o en línea. Solo queremos que compre con Macy's.”

Jennifer Kasper,
Group VP Macy's



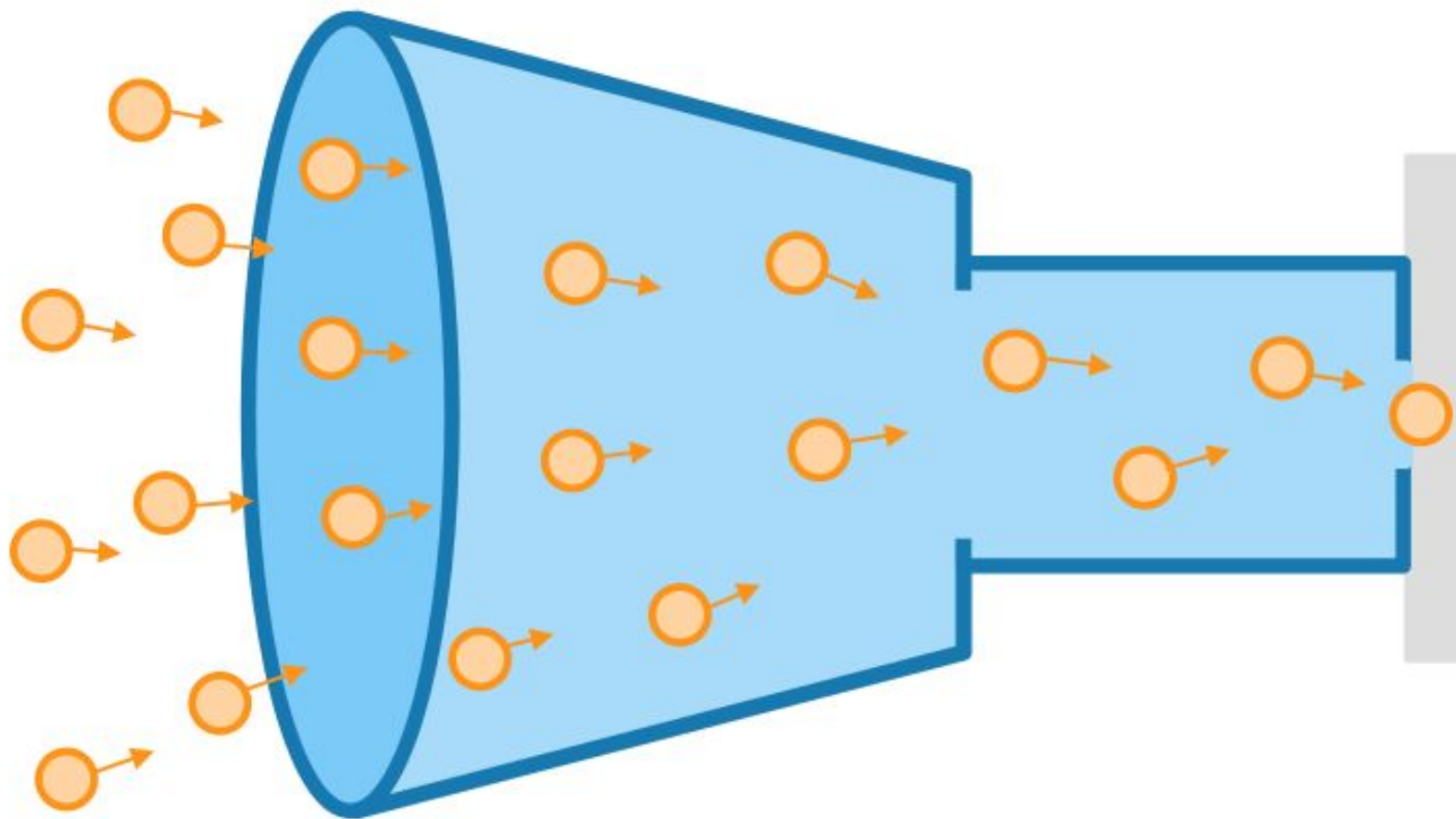
INNOVACION ABIERTA

“La innovación abierta es un paradigma que asume que las empresas pueden y deben usar ideas externas, así como ideas internas, y caminos internos y externos al mercado, a medida que las empresas buscan avanzar en su tecnología.”

Henry Chesbrough

CERRADA

ABIERTA



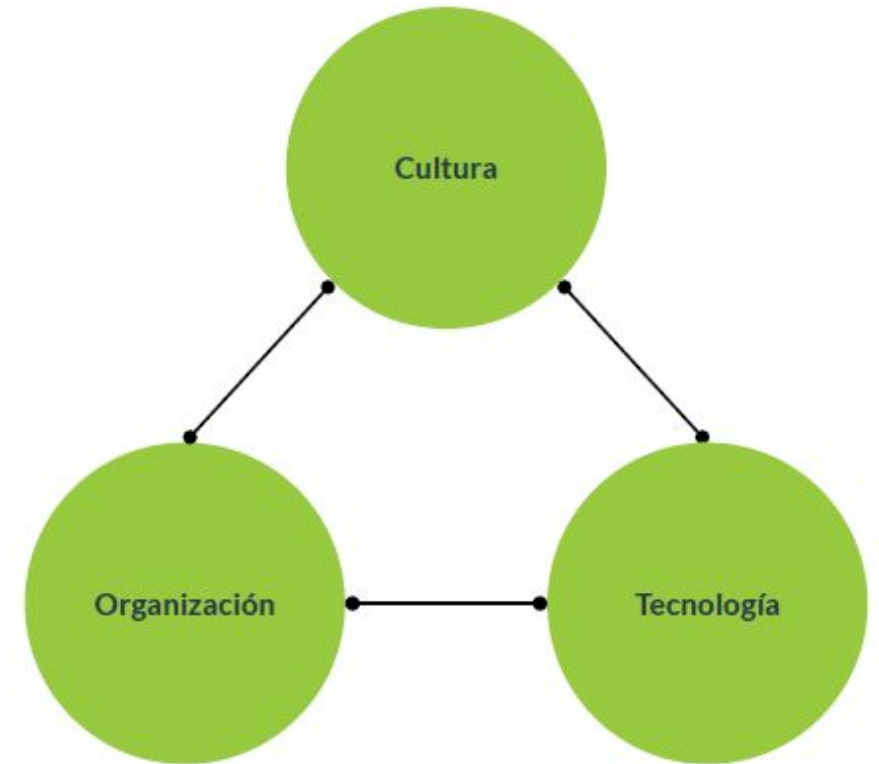
El modelo anterior no resuelve satisfactoriamente nuestras preguntas:

- ¿Hay un uso eficiente de los recursos?
- ¿Estoy respondiendo con rapidez a los requerimientos del entorno?
- ¿Tengo todos los recursos necesarios (conocimiento)?
- ¿ Puedo correr solo con todos los riesgos de la innovación?



Estrategias para ganar

1. Adoptar la experimentación
- 2. Innovación abierta**
3. Diseño basado en data
4. Integración entre canales



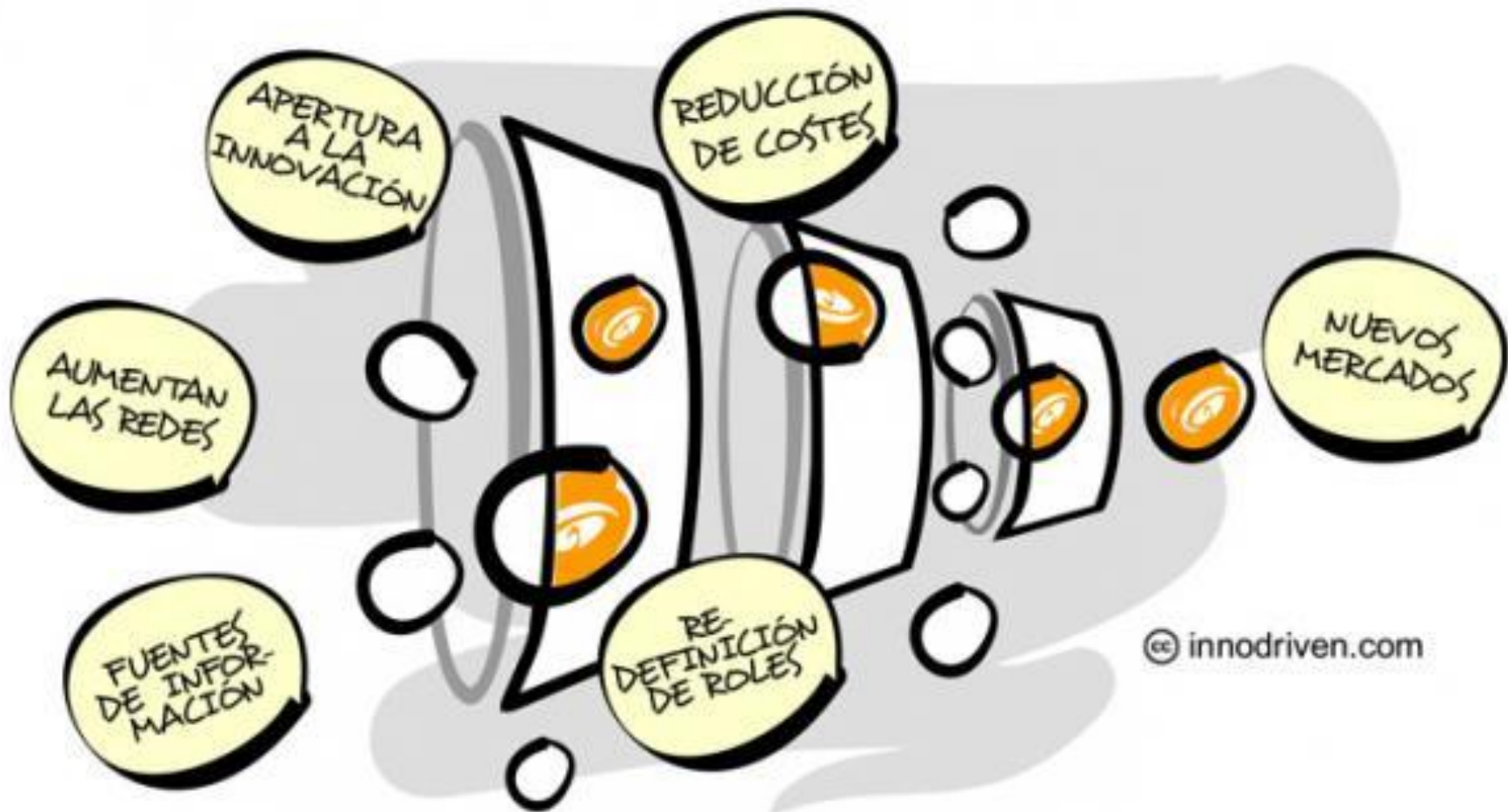
	Si la tienen	No la tienen
Cultura	Cultura abierta, con foco en colaboración entre divisiones y con externos	Énfasis en investigación y desarrollo y protección de la propiedad intelectual
Organización	Cercanía con la comunidad de emprendimiento local e internacional y con la academia	No hay contacto con el ecosistema de emprendimiento
Tecnología	Plataforma abierta que permite a terceros interactuar con las bases de datos y sistemas internos	Inviabilidad para intercambio de información con terceros

La innovación colaborativa es un **proceso organizado**, que busca identificar **retos o desafíos** de alto impacto en las organizaciones, que estén **alineados con la estrategia** corporativa y que conduzca al desarrollo de **proyectos colaborativos** con aliados que le **generan valor** a la propuesta de la **organización**

Tres principios rectores:

- Se comparten riesgos y beneficios.
- «Dar y recibir» es la consigna general.
- Innovación abierta más allá de lo procedimental, es un esfuerzo actitudinal

6 IMPACTOS DE LA
**INNOVACIÓN
ABIERTA**
EN LA EMPRESA



© innodrive.com

La visión original [de ventaja competitiva] era: yo lo tengo y tú no.

Después viene la visión de yo lo tengo, tú lo tienes, pero yo lo tengo más barato.

Más tarde tenemos el yo lo tengo, tú lo tienes, pero yo lo he tenido primero.

Tras ello viene el yo lo tengo y te lo he proporcionado, así que gano dinero cuando yo lo vendo y cuando tú lo vendes.

Jeff Weedman de P&G



enlace
INNOVACIÓN QUE TRANSFORMA

Elementos de la Estrategia



enlace
INNOVACIÓN QUE TRANSFORMA

I. Pensamiento Estratégico

¿Por qué debería tener una Estrategia?

II. Diagnóstico Empresarial

¿Qué se hace mejor que otros? ¿Qué hacen los otros mejor que yo?

III. Análisis del Entorno

¿Qué factores externos pueden potenciar o poner en riesgo mi Organización?

IV. Filosofía Organizacional

¿Quién soy como organización y para dónde voy?

V. Modelo de Negocio

¿Cómo hace dinero mi Organización?

VI. Estrategia Competitiva

¿Cómo pienso crecer y competir?

VII. Iniciativas Estratégicas

¿Cómo operativizar mi Estrategia?

VIII. Medición y Control de la Estrategia

¿Qué tan eficaz es mi Estrategia?

Google Form

Línea Expost

Gracias

