

CONFERENCIA: COMO DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA INNOVADORA EN SU NEGOCIO. "HAGA LA DIFERENCIA Y CREZCA SIN RESISTENCIA"

INTRODUCCION

Actualmente la innovación es considerada como uno de los factores básicos de desarrollo en los países avanzados. La innovación no consiste únicamente en la incorporación de tecnología, sino que ha de ir más allá, debe ayudar a prever las necesidades de los mercados y a detectar los nuevos productos, procesos y servicios de mayor calidad, generando nuevas prestaciones con el menor costo posible.

La innovación hace necesaria la reacción ante los cambios que impone el mercado globalizado.

Para lograr una mayor productividad a través de la innovación se ha provocado un cambio radical en los modelos económicos y de gestión de las empresas, anteriormente basados en la mano de obra y el capital, que han pasado, especialmente en la segunda mitad de los años noventa, a establecer como factores críticos: el conocimiento, la formación y el capital intelectual, marcando la economía basada en el conocimiento.

Más allá, la economía basada en el conocimiento ya está pasando a ser la economía dirigida por el conocimiento, de forma que sea éste la herramienta fundamental de gestión del conjunto de los procesos de la empresa.

Ello implica gestionar de forma eficiente una cantidad de información como jamás anteriormente había conocido la sociedad. Es precisamente el hecho de tener información adecuada, en el momento adecuado y a disposición de las personas adecuadas lo que diferencia y da ventajas a las empresas.

Mas sin embargo, seguimos haciendo lo mismo, esperando obtener resultados distintos, producto de una cultura atrapada en la inercia del pasado y en la fe en las viejas recetas.

Esta cátedra está orientada a desarrollar nuevas capacidades que le permitan al estudiante formular un modelo de innovación en la empresa como enfoque de dirección estratégica en el hacer gerencial.

OBJETIVO

En esta conferencia se pretende sensibilizar al participante de las nuevas realidades del entorno de los negocios y de las grandes tendencias que están destruyendo las tradicionales ventajas competitivas.

- Cuatro posibles focos estratégicos: ¿Cuál pide ahora el mercado?

- La aceleración del mercado y la necesidad de aprender más rápido.
- La dificultad de mantener el liderazgo con fórmulas estáticas.
- La desintegración de la cadena de valor y la automatización.
- La polarización del mercado.
- En que mercados puedo crear valor y competir en forma sostenible.
- El mercado de la abundancia y la necesidad de auténtica diferenciación.
- El fin del marketing basado en la interrupción. El nuevo marketing.
- ¿Qué conocemos de los clientes? Tendencias del consumidor siglo XXI.
- La revolución de la gestión: estructuras planas, coordinación lateral y herramientas online.
- Como liberar el talento y el compromiso de los colaboradores.

TEMA 1: COMO DISEÑAR UNA ESTRATEGIA INNOVADORA

El objetivo de La estrategia de innovación es crear una nueva curva de valor que incremente la competitividad de la empresa.

En esta charla trataremos como diferenciar la oferta de valor de la empresa a través de nuevos modelos de negocios:

- Economía de la innovación. ¿Por qué las empresas líderes no suelen liderar la innovación del mercado?
- Como crear experiencias memorables.
- Los cuatro pilares de un modelo de negocios.
- Cuál es la situación de su negocio?
- Como innovar el modelo de negocios.
- Tipos de innovación. El arco iris de la innovación
- Innovación de la gestión.
- Innovación de productos y servicios
- Innovación de los procesos operativos.
- Plataformas de innovación. Nuevos modelos de colaboración para reducir los costos y riesgos de la innovación.

TEMA 2: COMO CREAR UNA VISION AUDAZ Y MOVILIZADORA

La visión marca la cancha de juego en que se va a realizar la innovación y define los retos en creación de valor, razón por la cual es muy importante definir una visión movilizadora y homologarla en la organización para lograr el compromiso de todos los colaboradores:

- Para qué estamos: qué necesidades queremos resolver al cliente.

- Para qué existimos: formular una misión breve, simple clara y memorable.
- Reformular los valores de la cultura empresarial. Y comunicarlos bien.
- Las palancas de la cultura innovadora.
- Como homologar la visión y los valores de la organización.
- Iniciativas prácticas para reformular la visión y comunicarla.

TEMA 3: TALLER PRACTICO

Los participantes en equipos de trabajo desarrollaran un caso práctico sobre cómo desarrollar una estrategia de innovación para su negocio.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS.

GARY HAMEL // BILL BREEN. EL FUTURO DE LA ADMINISTRACION. 2007, Harvard Business School Publishing //2008, Editorial NORMA S.A.

Fundación de la Innovación Bankinter, El arte de innovar y emprender. En livepaper ver link:

<http://content.yudu.com/Library/A1pz1k/Elartedeinnovaryempr/resources/index.htm?referrerUrl=http%3A%2F%2Fwww.yudu.com%2Fitem%2Fdetails%2F249711%2FEl-arte-de-innovar-y-emprender>

Ram Charan y A.G Lafley. Cambio de juego. 2009. Grupo editorial Norma.

EL PROPOSITO ES COMPRENDER COMO LIDERAR UNA VISION AUDAZ.

Jim Collins. Empresas que sobresalen. Ediciones Gestión 2000.

Capítulo 2. Liderazgo nivel 5. págs. 33 a 61.

http://books.google.com.co/books?id=U6PgN7IfhSYC&pg=PA95&dq=como+formular+una+vision+audaz&hl=es&ei=snkkTejCBcKqlAep5sGrAQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=5&ved=0CDkQ6AEwBA#v=onepage&q&f=false