

FORO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
COLCIENCIAS –MINISTERIO DE
EDUCACION NACIONAL

**“FORTALECIMIENTO DE LA
INNOVACION EMPRESARIAL”**

Jaime Colmenares Ph.D.
Gerente General
Sucromiles SA
Bogotá Junio 2,3, de 2009

INTRODUCCION

- En el pasado, el énfasis de la política de desarrollo ha sido orientada prioritariamente hacia la Ciencia y la Tecnología pero NO hacia la Innovación, (salvo la visión 2019 , Conpes y la Nueva Ley 1286.)
- Aunque la CyT son las bases del mejoramiento de la Productividad y de la Competitividad , **la ausencia de políticas de Innovación no ha contribuido a un mayor impacto económico**
- La nueva Ley combina la CyT con la Innovación y se plantea en este documento la necesidad de separar las dos áreas y definir prioridades.
- Se presentan elementos internos y externos que podrían fortalecer la Innovación empresarial como un motor de desarrollo

RIQUEZA Y DESARROLLO

- La verdadera RIQUEZA es lo que hace que el **desarrollo sea sostenible en el largo plazo** a cualquier organización.
- EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD
- LA PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE
- LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

MODELO DE DESARROLLO SOSTENIBLE



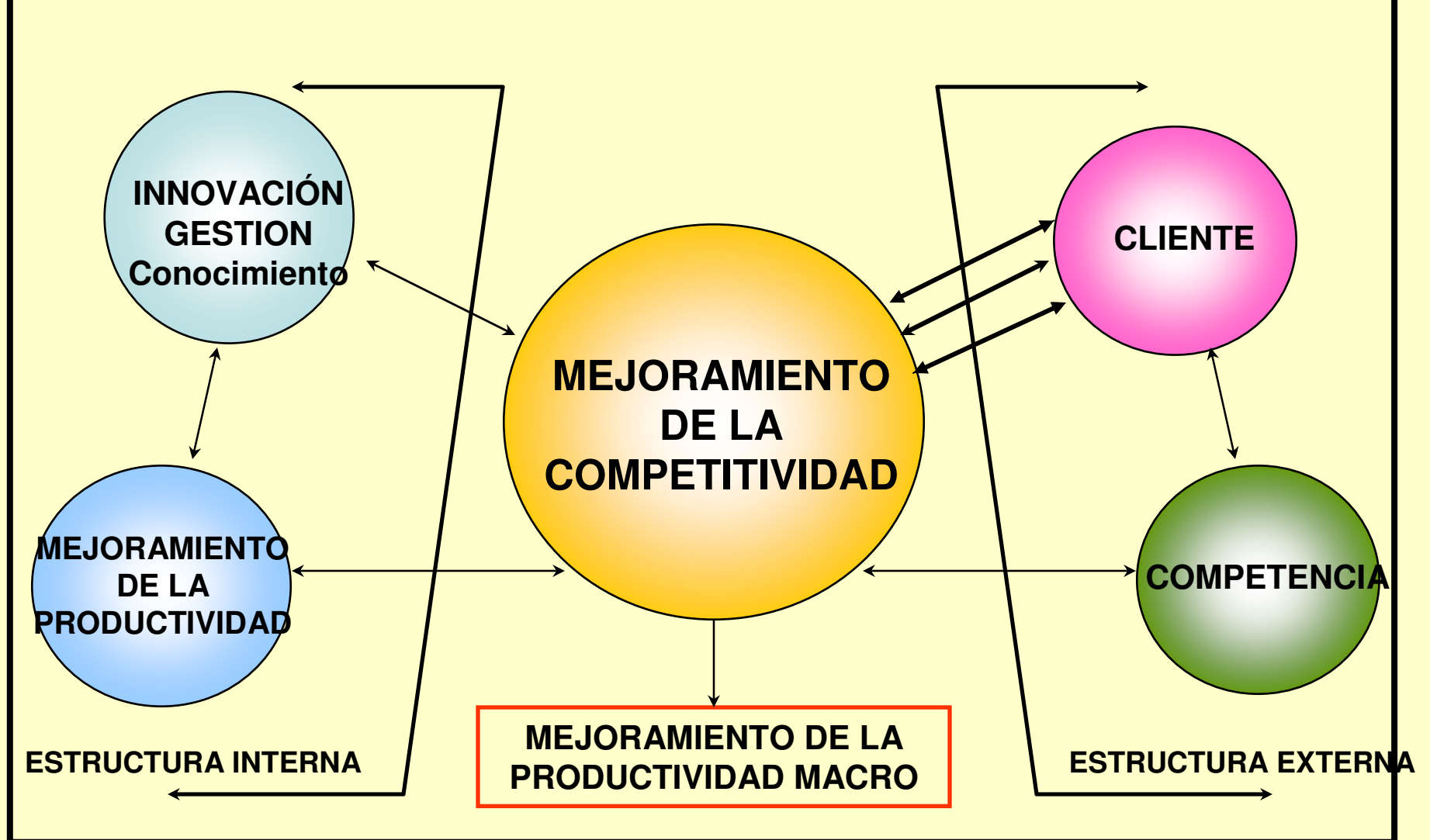
QUE ES COMPETITIVIDAD ?

- Es la **preferencia** del CLIENTE respecto a la COMPETENCIA.
- El **Cliente define** si el producto (actual o nuevo) es competitivo. Es decir, si satisface **mejor** que la competencia una necesidad (problema, oportunidad o amenaza).
- Hay proyectos de CTel que se **justifican exagerando la necesidad y el impacto sobre el Cliente , sin tener en cuenta la propuesta de la Competencia**

UN CLIENTE NOS PREFIERE :

- Por precios (descuentos, crédito) ?
- Por calidad (certificaciones) ?
- Por servicio (logística, reclamos) ?
- Por evitar barreras y restricciones ?
- Por la capacidad Científica y Conocimientos ?
- Por tecnología ?
- _____
- Por Responsabilidad Social
- Por nuestro Liderazgo
- Por nuestra Capacidad de Innovación

MODELO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD



RESPONSABILIDAD SOCIAL ESTRATEGICA

- Hay que Innovar el concepto de RS convirtiéndola en una Ventaja Competitiva.
- Enfocada con los OBJETIVOS DEL MILENIO
- Referencias :
- “ LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS EN LA BASE DE LA PIRAMIDE “ (C.K. Prahalad). **Un Modelo de negocio rentable, que sirve a las comunidades más pobres.**
- “ LA ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL “ (Chan Kim, Renée Mauborgne). **Como desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene ninguna importancia.**

LIDERAZGO

- Capacidad de influir cambios en las demás personas congruente con su forma de pensar sentir y actuar.
- Donde hay éxito hay Liderazgo
- El liderazgo es único en cada empresa, es el creador de la **Cultura innovadora** empresarial y el mayor factor de Ventaja Competitiva.
- Entre mas lideres tenga una empresa, mayor será su ventaja competitiva



LA CULTURA INNOVADORA APOYA LOS CAMBIOS EN LAS ESTRATEGIAS Y LA ESTRUCTURA

CIENCIA - TECNOLOGIA INNOVACION

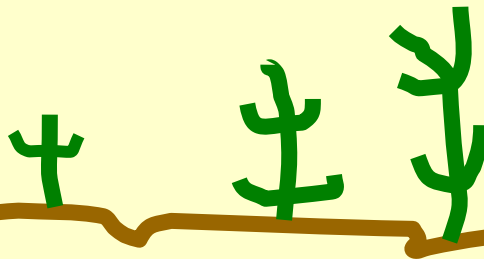
- La Ciencia es la **adquisición** de conocimientos. La Tecnología (Invención) es la **aplicación** del conocimiento. La Innovación es la **comercialización** del conocimiento.
- Una idea solo tiene valor (Innovación) cuando es introducida y aceptada en el mercado.
- La CyT y la Innovación están **separadas** por el **“VALLE DE LA MUERTE “**. El riesgo de inversión que hace que la CyT NO se conviertan en Innovación

EL VALLE DE LA MUERTE

CIENCIA Y TECNOLOGIA

INNOVACION

Riesgo

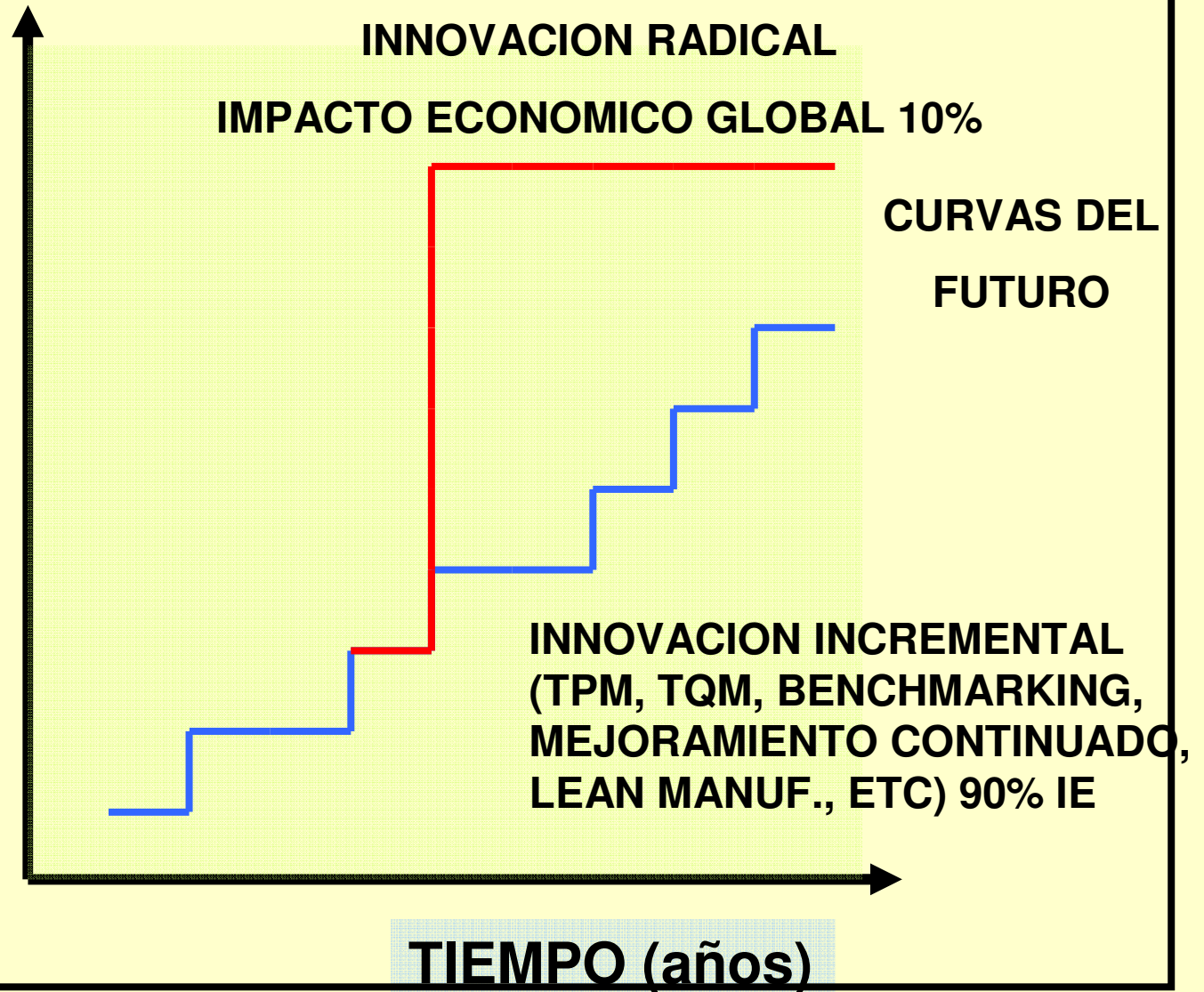


TIPOS DE INNOVACION

- **RADICAL.** (Destrucción Creativa) causa distorsiones irreversibles en el mercado, alta tecnología, base del capitalismo, alto riesgo, altas inversiones, se originan en su mayoría en centros de Investigación. Crea nuevas empresas . **Impacto económico es bajo (10%)**
- **INCREMENTAL.** Parte de situaciones existentes (productos,mercados, tecnología), baja inversión, se origina en su mayoría en las empresas, bajo riesgo. **Impacto económico es alto (90%)**

TIPOS DE INNOVACION

INDICADOR DE EFECTIVIDAD



HACIA UNA CULTURA INNOVADORA EMPRESARIAL

- “Las empresas o crean una **cultura innovadora o desaparecen**”.
- Lo que alguna vez fue una especialidad (ventaja competitiva), hoy en día, tiende a ser un “commodity”, de menor precio, de igual o mejor calidad o funcionalidad, sin diferenciación. La **innovación de la competencia** y la economía de escala son una amenaza permanente para las empresas
- En el pasado una estrategia de **integración vertical** fue justificable, sin embargo, restringía la velocidad de la innovación que se optimiza con el “**outsourcing**”
- **Las Alianzas estratégicas** son indispensables en un entorno competitivo.

ESPECIALIDADES

**Tecnología, Globalización, Factores
de escala, Competencia**

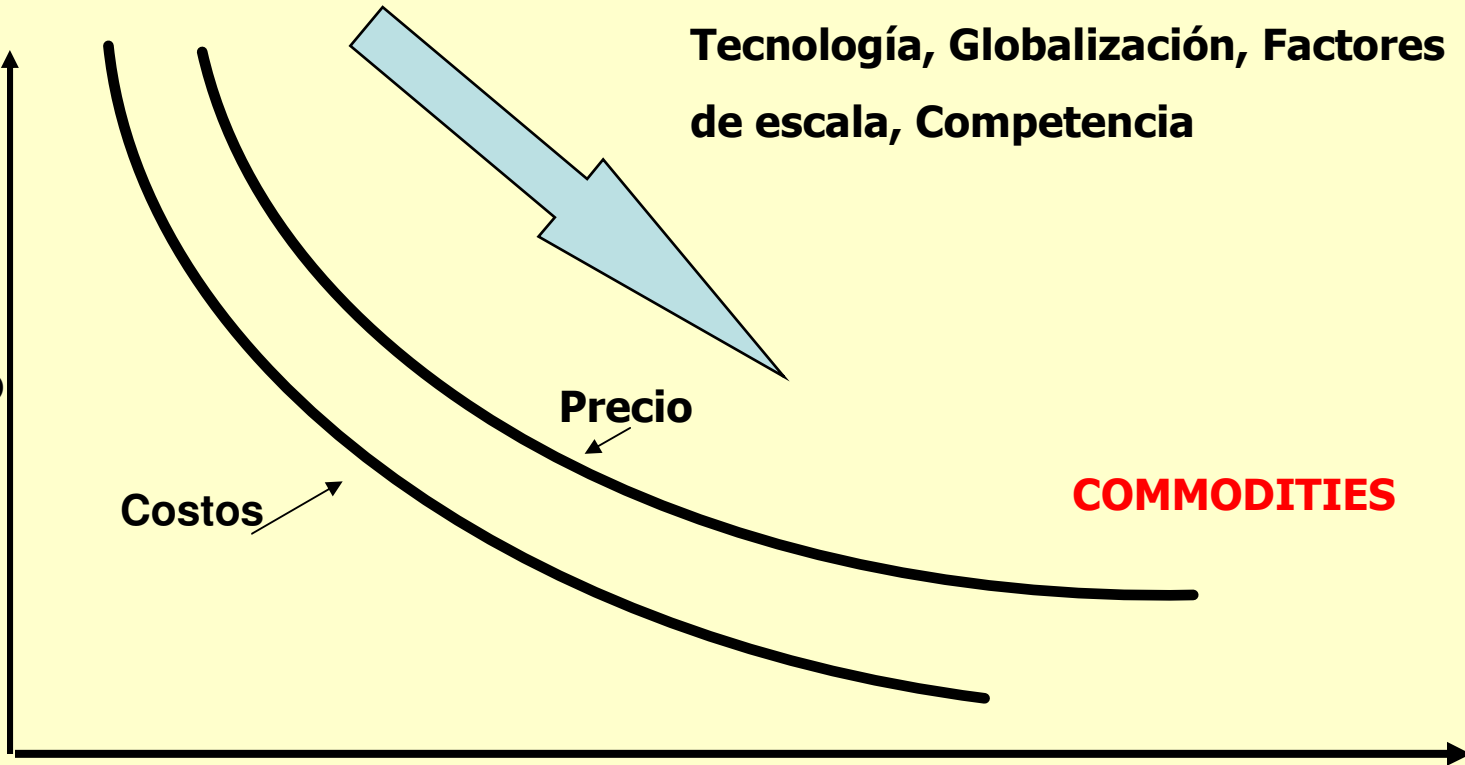
PRECIO

Costos

Precio

COMMODITIES

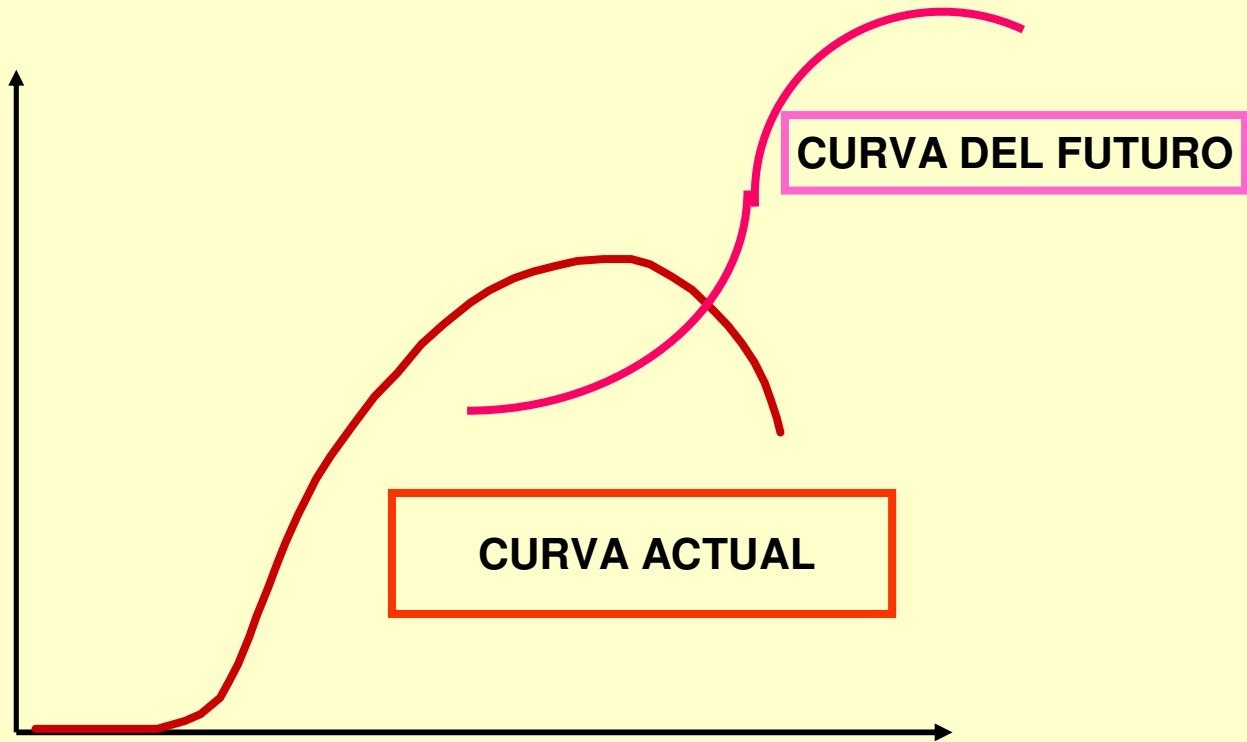
VOLUMEN



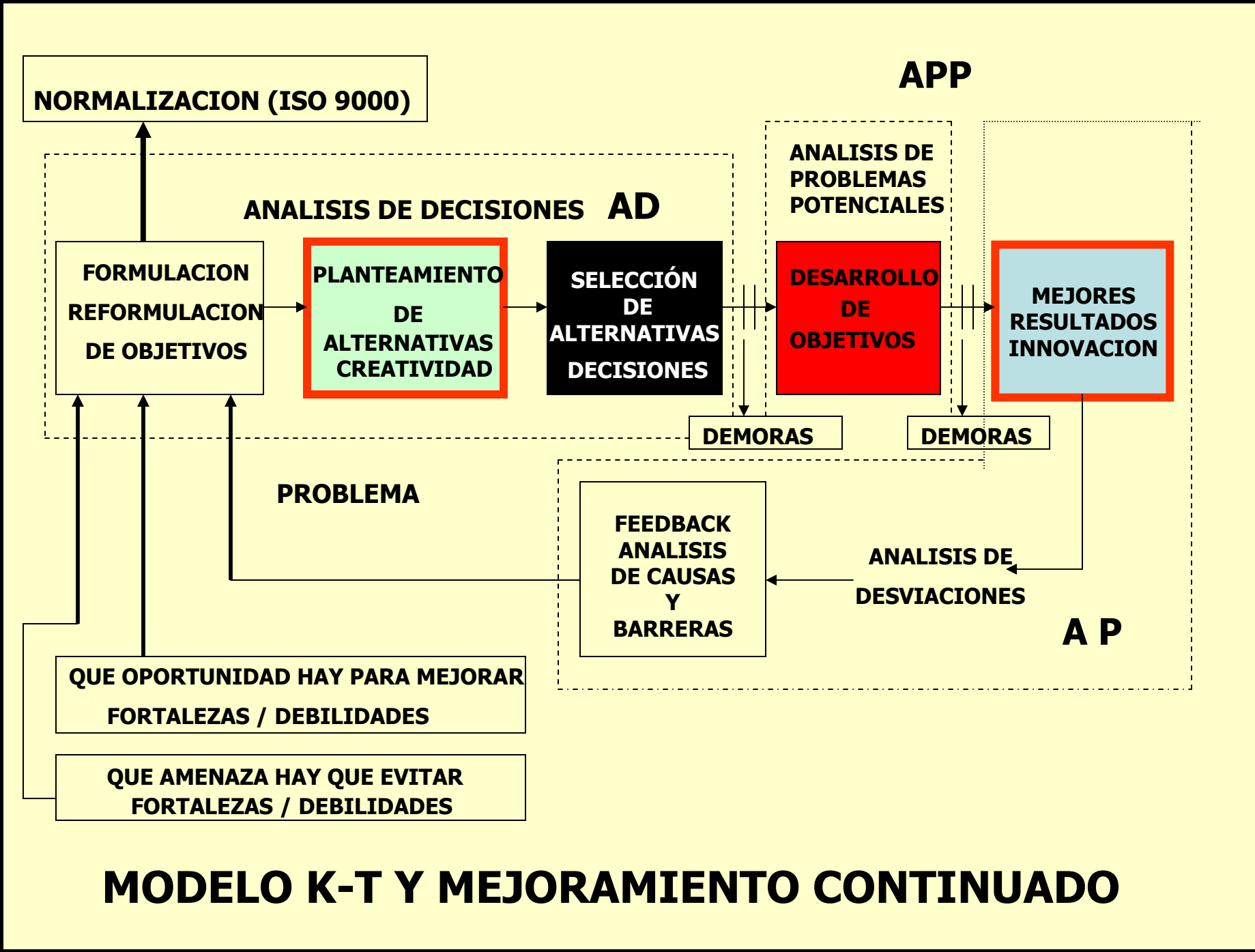
- **LA GESTION DEL CONOCIMIENTO**

- La Gestión del conocimiento en la empresa requiere de una **estructura formal** que estimule **la Creatividad y combine la Innovación con las actividades del día a día.**
- Es indispensable la contratación (Alianzas) y formación de personas dedicadas exclusivamente a identificar y desarrollar nuevas oportunidades. **Es la creación de un nuevo Ciclo de Vida.**
- Es la creación de un nuevo **Liderazgo Creativo e Innovador** en todos los niveles de la empresa
- Debe incorporarse al **Modelo de Obtención de Resultados**

**VENTAS
UTILIDADES**

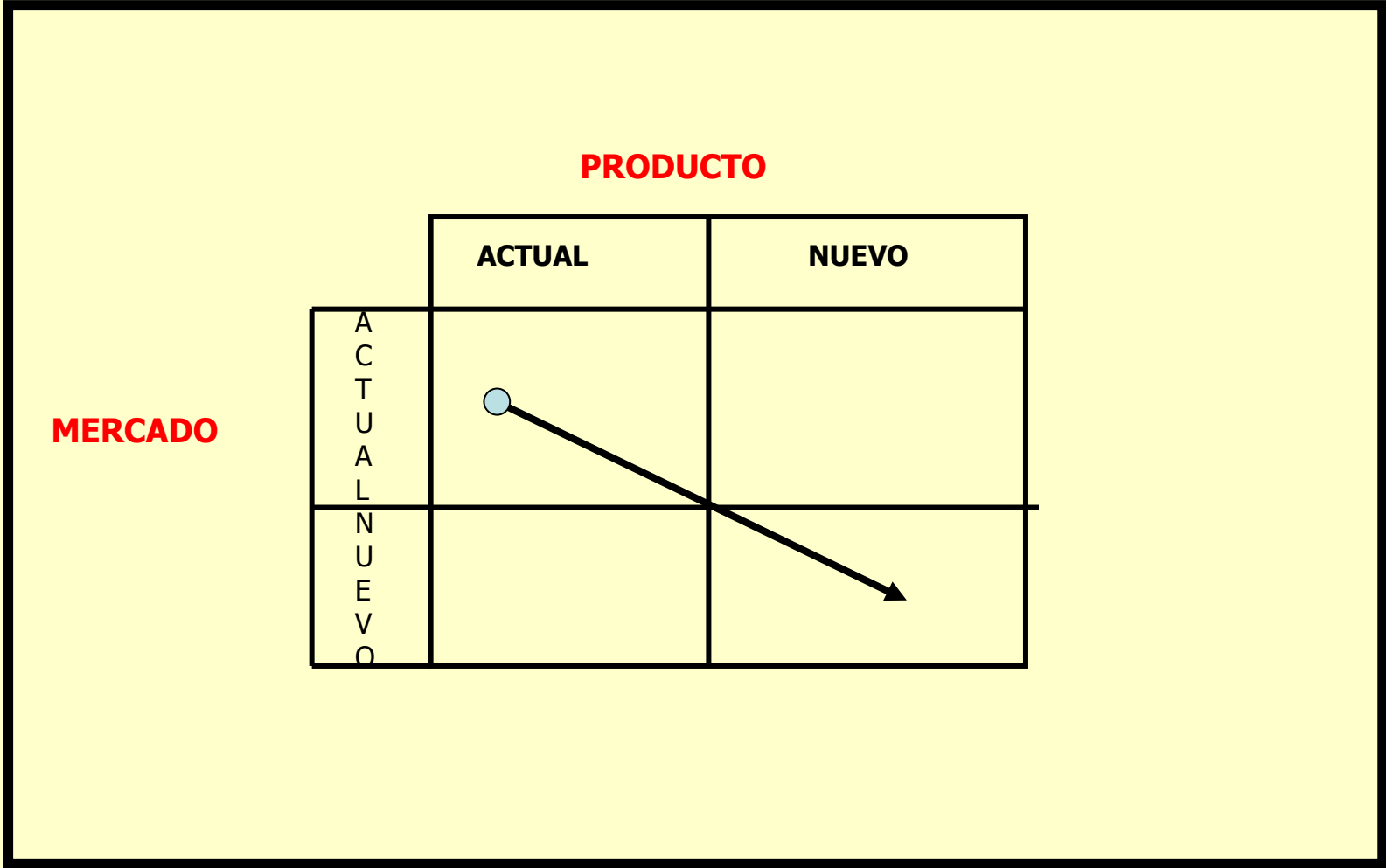


CICLO DE VIDA DE PRODUCTO (EMPRESA)

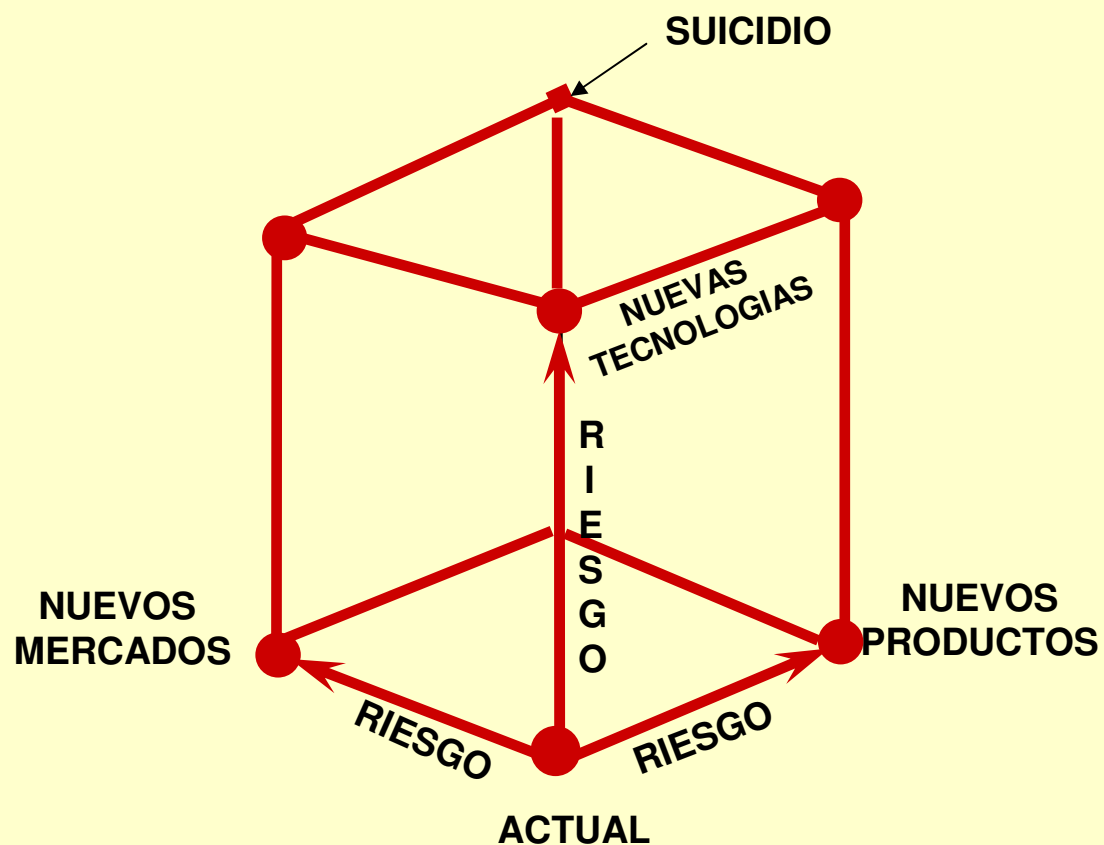


- **EL RIESGO**

- Un **exceso de optimismo innovador** puede llevar a una empresa a asumir riesgos que pueden ser mortales
- Cada vez que se inicia una NUEVA operación, existe un riesgo que se multiplica exponencialmente con **NUEVAS situaciones simultaneas. (Suicidio)**
- Antes de embarcarse con NUEVOS PRODUCTOS, NUEVOS MERCADOS O NUEVAS TECNOLOGIAS, es conveniente desarrollar situaciones intermedias

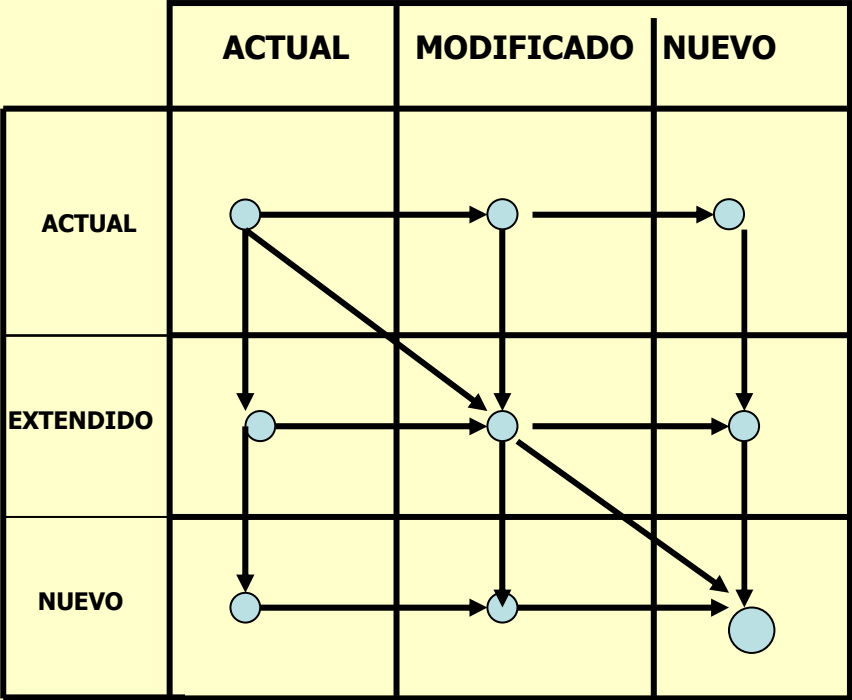


ANALISIS DEL PRODUCTO / MERCADO / TECNOLOGIA



PRODUCTO

MERCADO



HACIA UNA CULTURA INNOVADORA REGIONAL

- Las empresas en cada región del país deben desarrollar una Cultura Innovadora que integre las Políticas del Estado (Nueva Ley CTel) con los Centros de Investigación y el Sector Privado.
- **Dicha integración requiere de un Organismo sin animo de lucro que optimice los recursos de los 3 segmentos.**
- **La empresa necesita** el capital humano y la Infraestructura de los Centros de Investigación.
- **Las Universidades necesitan** del conocimiento empresarial de las necesidades de los Clientes y el estado de la Competencia..
- **El Gobierno necesita** el compromiso social y sus resultados en el bienestar de la población.

FINANCIACION DE LA INNOVACION EMPRESARIAL

- Creación de INNOVALLE
- Capital Semilla empresarial
- Angeles Inversionistas
- Venture Capital
- Fondo Francisco José de Caldas