

D2.0

+ EFICIENCIA
+ PRODUCTIVIDAD
+ CONOCIMIENTO

DESARROLLO 2.0



INNOVACIÓN: COMPETENCIA TRANSVERSAL DE LAS ORGANIZACIONES

Gestionar la innovación, es el reto que día a día tienen las grandes empresas para mantenerse en el mercado, es por ello que las corporaciones optan por incluir en sus plantillas creativos para desarrollar nuevos productos y servicios sin que se incluya una cultura innovadora en la empresa.



LECTURAS

El ADN del Innovador y Los siete Movimientos de la Innovación, dos excelentes libros que te brindarán los tips necesarios para aventurarse a innovar en las empresas
Pág 3

PARA VER

JOY: Una excelente alternativa para trabajar la competencia de innovación y la perseverancia hasta la concertación de la idea inicial
Pág 7

FEEDBACK

Echevarría: Las conversaciones tienen poder transformador dentro de las organizaciones, generando resultados exitosos en el mundo empresarial
Pág 8

LA FRASE: "El mayor riesgo es no correr ningún riesgo. En un mundo que cambia muy rápidamente, la única estrategia que garantiza fallar es no correr riesgos",
Mark Zuckerberg creador de Facebook



LA INNOVACIÓN LA HACE LA GENTE

No es un software, ni protocolos sofisticados lo que se deben realizar para hacer innovación, la innovación es una forma de pensar que busca cambiar, mejorar y adaptarnos a los mercados, consumidores y nuevos retos del entorno.

Es en esa medida, que el reto de la Gerencia de Capital Humano, no es solo para innovar en nuestras actividades cotidianas, como: reclutamiento y selección, compensación, capacitación y desarrollo, cultura y clima organizacional, planes de carrera, entre otros; más bien busca ser un promotor, un facilitador de la competencia de innovación en las empresas.

La pregunta que debemos hacernos es *¿qué innovación puedo incorporar en mi ámbito laboral?*

Es decir, tenemos que aplicarlas en nuestro trabajo cotidiano y adicionalmente promover esa competencia tan importante en toda la organización.

Es por la importancia de esta temática que hemos tomado el tema de innovación como tema central de este dossier, esperando sea de utilidad y sirva de guía para aplicarlo en nuestras empresas. Recordemos que la innovación son ideas creativas, que unidas a ejecución, generan valor al cliente interno y externo.

Que la disfruten.

Odalís Rojas
Editora



Índice Global de Innovación

Suiza 1 pts.
Reino Unido 0,99 pts.
Suecia 0,99 pts.
Estados Unidos 0,97 pts.
Finlandia 0,96 pts.
Alemania 0,92 pts.
Francia 0,86 pts.
España 0,81 pts.
China 0,80 pts.
Italia 0,79 pts.
Chile 0,71 pts.
Costa Rica 0,64 pts.
México 0,60 pts.
Panamá 0,56 pts.
Colombia 0,53 pts.
Uruguay 0,52 pts.
Argentina 0,49 pts.
República Dominicana 0,37 pts.
El Salvador 0,30 pts.
Honduras 0,20 pts.
Ecuador 0,16 pts.
Nicaragua 0,08 pts.
Venezuela 0,06 pts.

Fuente: The Global Innovation Index 2015

<https://goo.gl/aZuuvZ>

D2.0 DESARROLLO 2.0

Directora: Mary Flor Domínguez | **Editora:** Odalís Rojas. **Diseño Gráfico y Producción gráfica:** TYPOPIXEL

Redacción: Jeimy Chiquín
Desarrollo 2.0 es una publicación de **Link Gerencial**, mensual y gratuita, dirigida a clientes y relacionados interesados en las tendencias del mundo de la capacitación empresarial y sus impactos.

Link
gerencial
consultores

”

LA FRASE: “La gente piensa que si no inventa la cura del cáncer o algo tan revolucionario como el bombillo, significa que no es creativa”. Mario Morales autor del libro *Adiós a los Mitos de la Innovación*

Lecturas

EL ADN DEL INNOVADOR



El ADN del Innovador de Jeff H. Dyer, Hal B. Gregersen y Clayton M. Christensen, explica los detalles concernientes a la innovación disruptiva, la cual sirve para demostrar cómo se pueden desarrollar las habilidades necesarias que permiten consolidar el éxito de un proyecto.

Mediante la identificación de las

Apple, Google, Skype y el grupo Virgin, los autores destacan cinco habilidades que distinguen a un empresario del ejecutivo corriente: la asociación, el cuestionamiento, la observación, el “networking” y la experimentación.

En consecuencia, una vez dominadas estas competencias, los autores explican cómo se pueden concebir nuevas ideas y colaborar con colegas para implementarlas, fomentando la creación de habilidades de innovación que potencian la competitividad de la organización.

Esta ventaja innovadora puede traducirse en un significativo incremento del valor de las acciones de la compañía, el cual se genera mediante la inserción del valor de la innovación en las personas, procesos y directrices que la constituyen.

características propias de algunos de los mejores innovadores del mundo, como los fundadores de Amazon,



LOS SIETE MOVIMIENTOS DE LA INNOVACIÓN.

Las organizaciones de hoy día, desean mantenerse en el mercado satisfaciendo las necesidades de los clientes; pero no todas están dispuesta a innovar o no saben cómo hacerlo. Es por ello que este proceso de creación e innovación debe realizarse siguiendo una serie de pasos que respondan a varias interrogante, para así obtener el éxito y posicionamiento empresarial.

Franc Ponti, desarrolló una guía que la denominó “Los Siete Movimientos de la Innovación”, un manual práctico que todo profesional debe aplicar sin miedo a innovar para conseguir el cambio y transformación organizacional, desde un punto de vista estratégico que le genere resultados positivos a la compañía.



APP: TrueSocial Metric permite medir el número de interacciones que tienen los usuarios en las redes sociales de la compañía

INNOVACIÓN: COMPETENCIA TRANSVERSAL DE LAS ORGANIZACIONES

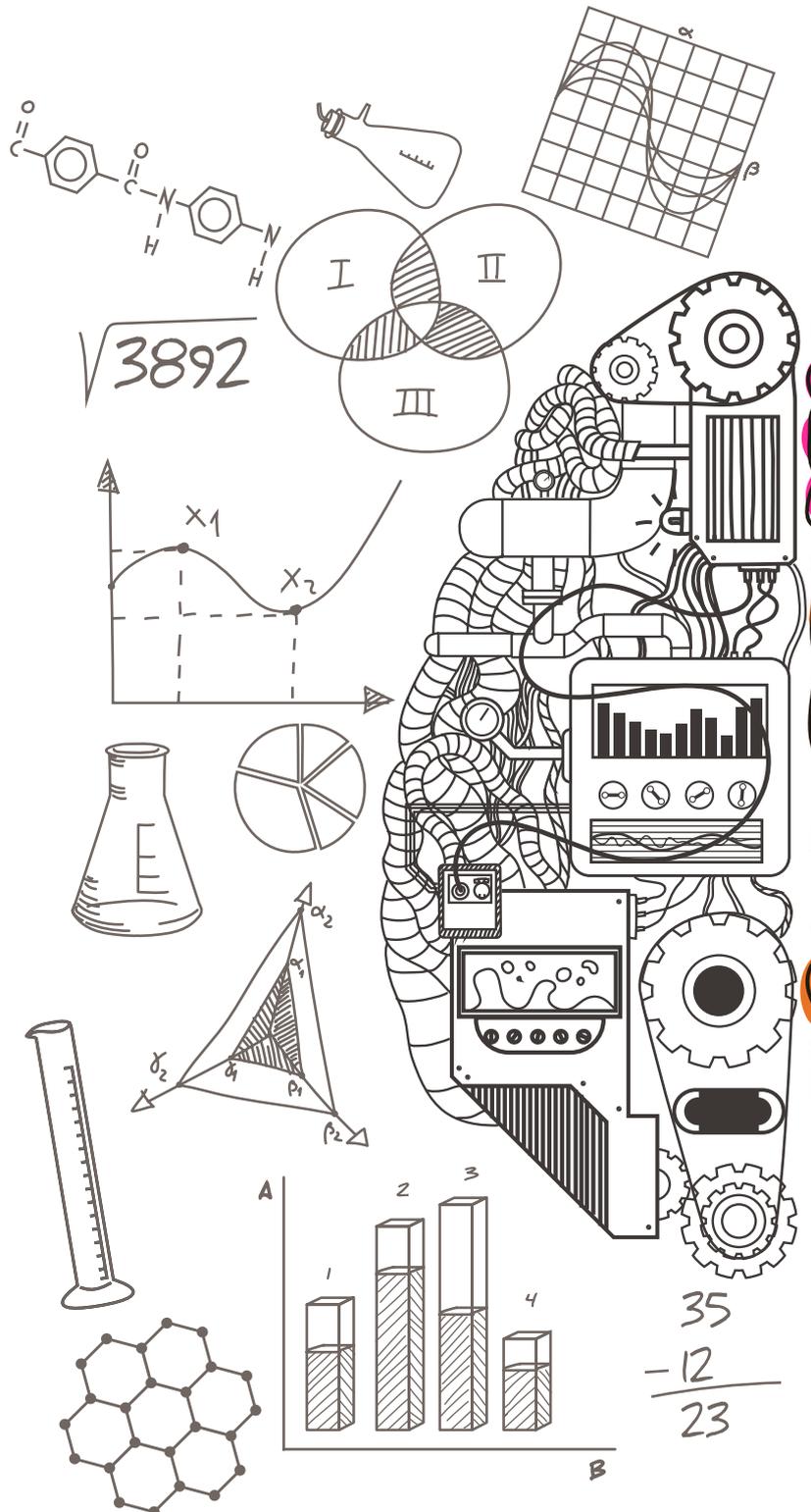
Cada día se entiende que no hay forma de competir, de mejorar y de garantizar la sustentabilidad si no es cambiando e innovando en absolutamente todas las áreas de una empresa. La innovación no es solo de los mercadólogos o de los desarrolladores de producto. La innovación es hoy, una competencia transversal que deben mostrar todos los trabajadores de una empresa.

Hoy, en un mundo globalizado, tecnológico y basado en el capital intelectual, gestionar la innovación de forma práctica y cotidiana es el reto de todos los gestores de Capital Humano y directivos de empresas e instituciones.

La innovación es más que creatividad, es un método

Frecuentemente se piensa que basta con incorporar personas creativas para tener un trecho ganado en el camino de la innovación, sin embargo, la creatividad es una condición necesaria pero no suficiente. Se necesitan procesos, metodologías, recursos y tiempo para poder desplegar una cultura innovadora en una empresa.

La innovación se puede desarrollar desde las mejoras cotidianas de productos y servicios, llamada innovación incremental hasta la innovación radical, que es cuando hacemos un cambio tan drástico que creamos un producto o servicio totalmente nuevo.



Precondiciones para innovar

Las empresas deben tener tres precondiciones: tiempo para innovar, significa destinar tiempo para pensar y para probar cosas. Es imposible emprender la innovación si estamos agobiados con el cumplimiento cotidiano del presupuesto y de las obligaciones rutinarias de gestión.

La segunda precondición es nuevas conversaciones, lo que significa lograr la interacción de personas de diferentes profesiones, edades, y experiencias de manera de amplificar la creatividad e incorporar ideas de otros ámbitos.

La tercera precondición es conectar ideas desde otras industrias, es preguntarse qué cosas puedo aplicar de la industria del entretenimiento al negocio de la salud, o por ejemplo que "buena prácticas" puedo incorporar del negocio del consumo masivo al sector del turismo. Esa polinización cruzada de ideas y de tecnologías, generan normalmente importantes innovaciones que se llevan de un sector industrial a otro.



La innovación requiere talento y pasión

Las empresas para impulsar la innovación requieren personas con talento, creatividad, ganas de aprender y ensayar. Pero fundamentalmente se requiere pasión por lo que se hace. Ya es un paradigma del éxito decir, que para lograr resultados extraordinarios se requiere de pasión en lo que se hace.

La innovación es una competencia que se puede aprender.

De la misma manera que aprendemos a mejorar nuestra comunicación, podemos aprender a mejorar nuestras competencias de innovación, que tiene comportamientos como la curiosidad, la perseverancia, el pensar estratégicamente, la resiliencia y la anticipación a las oportunidades del mercado.

¿ESTAS INTERESADO EN
DESARROLLAR LA INNOVACIÓN
EN TU EMPRESA?



[HAZ CLIC AQUÍ](#)



EL DATO: Google lanzó al mercado una aplicación de mensajería telefónica llamada "Alo", que incluye un asistente virtual, un modo "incógnito" del mensaje al que se le puede colocar fecha de caducidad

Tech Radar

Analítica Web: La nueva forma de medir el posicionamiento del negocio en el mercado digital

Son muchas las estrategias que se utilizan en la actualidad para acercarse a los consumidores, pero ¿cómo medimos la cercanía y posicionamiento de un producto en la web? Esta es una de las interrogantes que surgen a diario en las empresas que aventuran a innovar en las plataformas 2.0

Para poder responder a esta interrogante tenemos que tener claro que es la analítica web, ya que sin esta definición no podríamos comprender la capacidad que tiene la herramienta para que la empresa se encuentre entre los primeros lugares de búsqueda de los consumidores de internet.

Y es que, la analítica web te permitirá recopilar toda la información de los posibles clientes y los actuales, al interactuar desde el sitio web de la empresa para luego analizar los datos y mejorar el rendimiento del negocio con los resultados obtenidos. Es decir, esta herramienta te permitirá buscar una estrategia que permita el posicionamiento de la organización a través de las RRSS, buscadores y el página web de la institución.

Funcionalidad.

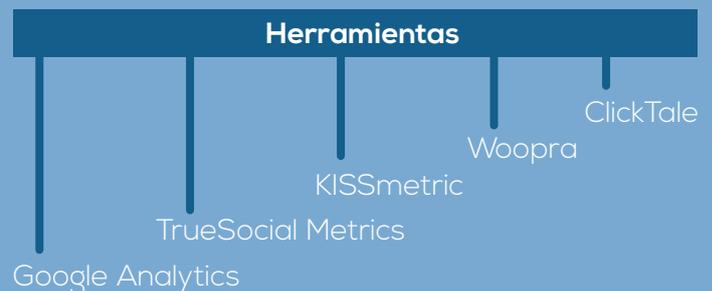
La analítica web te muestra las estadísticas del tráfico de los usuarios en el site, el cual te permitirá evaluar:

- Datos demográficos (país, ciudades, género de la persona, rango de edad)
- Acceso desde dispositivos móviles, tablets y desktop
- Perfil electrónico (sistema operativo, tipo de buscador, tipo de móvil y tipo de red)

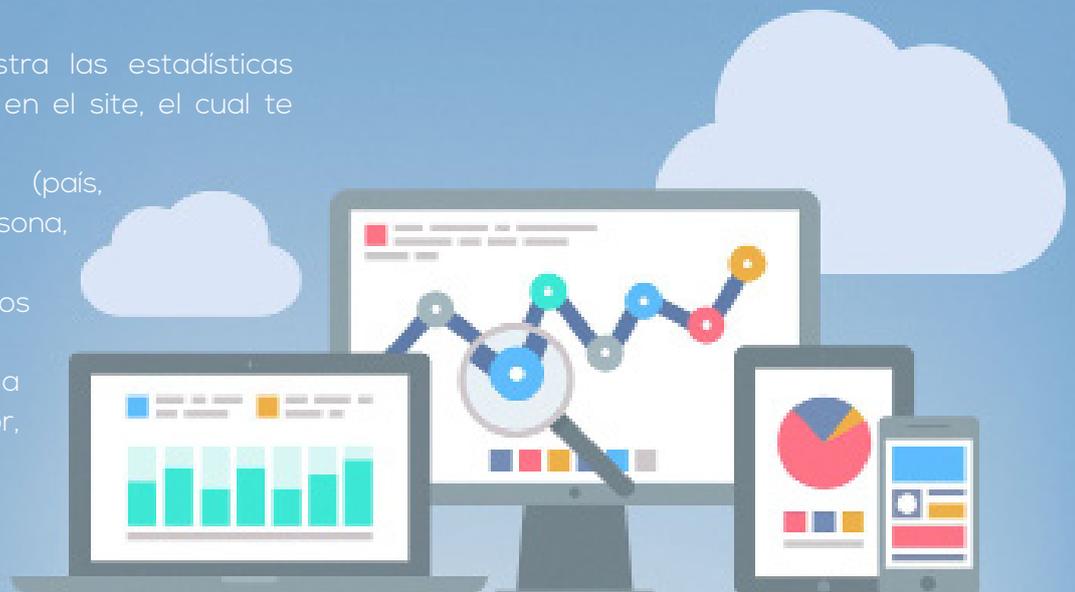
- Tráfico de visitas o referencias
- Tiempo y/o duración de entrada y salida del usuario en la página web

Herramientas.

Existen diversas herramientas que te permitirán medir el número de visitas, tráfico de entrada y salida, así como el comportamiento del cliente dentro de la página. Las principales herramientas de analítica web son:



Dependiendo del tipo de análisis que desees, es el tipo de herramienta a utilizar, ya que no todas las aplicaciones para obtener las métricas del posicionamiento en la web 2.0 son eficaces según la estrategia que te hayas planteado en la organización.





“El cuestionamiento es un modo de vida para los innovadores, no es un ejercicio intelectual de moda”

Para Ver

JOY



Soñar desde la infancia y mantener ese sueño intacto, puede sonar descabellado. Pero por qué dejamos de soñar, por qué dejamos de imaginar. Será nuestro entorno qué contribuye a que cuando se es adulto, ya los sueños no tienen cavidad.

Soñar es imaginar, y cuando imaginamos, estamos creando, estamos innovando. Este es el caso que nos refiere “JOY”, quien nos presenta la historia real de una mujer que desde su infancia, no se limitaba en sus ideas de reinventarse un mundo lleno de retos.

Joy Mangano es un ejemplo de **que las ideas innovadoras tienen oportunidades en un mundo globalizado**, a pesar de crecer en una familia disfuncional y de bajo recursos; Joy se caracterizó por su persistencia pero sobre todo, por valorar siempre sus ideas a pesar de que su entorno le demostraba lo contrario.

Expresiones como: “puede ser una brillante creadora sin descubrir o puede ser una mediocre que no ha alcanzado nada; condenada a una vida de

fracaso y decepción sin cubrir las expectativas... tu vida es más parecida a una decepción” estas manifestaciones recibía, esta joven mujer, sin recursos, pero con un potencial innovador que no se dejaba derrotar. Demostrando siempre en las peores circunstancias que su idea tenía un propósito, cubrir una necesidad en el mercado.

Una idea innovadora, bien vale la pena defenderla y hacerla realidad, Joy con su personalidad, cautivó insistentemente las mentes de sus familiares, hijos y ex esposo, para que la apoyaran en su idea innovadora de la “mopa” (suape). Como todo reto, la facilidad no es precisamente lo que tuvo Joy en la puesta en marcha de su idea. Obstáculos familiares, financieros y jurídicos tuvo que sortear, para darle valor en el mercado a su innovación.



Este film es ideal para desarrollar la competencia de **Innovación**, ya que refleja la importancia de que toda idea, representa innovación, en un mundo donde reina la globalización, donde la tecnología de la información y comunicación juega un papel determinante para concretar una idea.



LA FRASE: "La analítica web es el resultado de analizar la actividad de un sitio web para ayudar a saber exactamente qué estás haciendo, cómo lo estás haciendo y dónde deberías mejorar, con el objetivo de enfocar acciones a resultados", Gremma Muñoz directora de MindYourAnalytics

Feedback

LAS CONVERSACIONES TIENEN PODER TRANSFORMADOR

ANA TERESA VIVAS



Las empresas son entes vivos, donde su gestión se ve influida por el liderazgo, los valores y el accionar cotidiano. Sin embargo cuando profundizamos encontramos los elementos desencadenantes principales: el lenguaje y las conversaciones.

Dice el Dr. Rafael Echeverría, presidente de Newfield Consulting, sociólogo y doctor en filosofía creador de la Ontología del Lenguaje: las conversaciones en las empresas tienen una importancia radical en su accionar cotidiano y en los resultados.

"Las palabras son extremadamente poderosas. Venimos de un Dios cuyo poder creador viene del poder transformador de la palabra. No hay nada más poderoso para los seres humanos que reconocer el poder creador y destructor de la palabra. Por eso creo que parte central de la propuesta es mirar el habla, las prácticas conversacionales desde una perspectiva que no habían sido adecuadamente vistas antes y hacernos responsables de ellas de una forma distinta", expresa Echeverría.

Echeverría indica que las empresas y las organiza-

ciones son sistemas conversacionales, son redes de conversaciones. Tienen el poder de conseguir talento, de gestar transformaciones, cambios e innovaciones. Las empresas exitosas, tienen conversaciones cotidianas de alto valor, apartan los juicios y se construyen espacios novedosos y nutritivos.

La certeza es algo de lo que me desprendí, todo es conjetural.

Dr. Echeverría, en últimas instancias ¿lo primero que hay que hacer para reinterpretar nuestra existencia es comenzar a escuchar?

Yo lo diría a la inversa: para comenzar a escuchar hay que soltar las certezas, si me apoyo en mis certezas puedo oír y repetir lo que dice, pero no lo voy a comprender porque mis certezas me van a bloquear para acceder a su historia, sensibilidad y diferencia frente a la mía.

Finalmente el mundo profesional y organizacional requiere de fortalecer la escucha y mejorar sus conversaciones.



Si te gustó esta revista y quieres más información del mundo online, síguenos a través de www.linkgerencial.com



@linkgerencial



linkgerencial



linkgerencial@linkgerencial.com