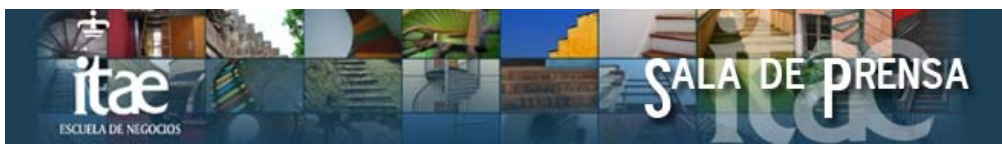


▶ ABENGOA 16,910 0,510 ±3,11% ▶ ABER



Innovación Imprimir | Enviar | Suscribirse | Baja | Proponer Apoya a Cáceres 2016 A A A

Antonio Flores cuestiona muchos estereotipos existentes sobre la Innovación

Durante su conferencia en Expomanagement 2010: "La innovación como acelerador de negocios -10 claves de competitividad-", también quiso recomendar 10 estrategias para desarrollar nuevas oportunidades en época de crisis.

18/06/2010

Antonio Flores, autor de la Alquimia de la Innovación, CEO de la consultora estratégica en innovación Loop Business Innovation y presidente de la empresa CN (Competitive Network) ha comenzado su intervención en Expomanagement afirmando que "se habla tanto de innovación que se está banalizando".



"Innovar -según Flores- no es hacer una práctica que hacíamos anteriormente pero con otro nombre, algo muy común". "Tampoco es tecnología", aunque afirma que sí es cierto que la "innovación pone en valor la tecnología y amortiza la existente". En este sentido, aboga por encontrar un nuevo valor a la tecnología existente. "España es un país "de olfato"; las empresas que han triunfado han sido las que han sabido interpretar las necesidades existentes con tecnologías existentes".

Asegura también que ser innovador, no es sinónimo de creativo. "La creatividad es una herramienta de la innovación, como lo son otras, como el plan de negocio, por ejemplo".

Antonio Flores explica que innovar es "hibridar" conocimientos. "Es focalizar un problema buscando una solución adaptada a las circunstancias del momento, es decir a las tendencias y el conocimiento de tres esferas: la social y cultural; la económica y de mercado y la esfera de la tecnología y la ciencia". Donde se produce la mayor intersección entre esas tres esferas del conocimiento, es donde mayores oportunidades encontraremos". Hay productos que han fracasado porque en ese momento alguna de las tres esferas (por ejemplo, la sociedad) no estaba preparada todavía para ese producto.

Asegura también que la innovación es una práctica estructurada, que se desarrolla con una metodología, y que supera la dimensión personal "para llevarla al grupo".

"Innovar tampoco es inventar", ni emprender. "Emprender es una actitud personal, e innovar es una práctica grupal, y como tal tiene unas reglas". Además, añade que la innovación es pluridisciplinar, "abarca perfiles muy distintos de conocimiento".

A este respecto, se lamenta del mensaje cada día más extendido de que "todos tenemos que ser emprendedores", "estamos condenando al fracaso a una cantidad ingente de jóvenes porque los lanzamos a emprender solos".

Según este experto, la innovación es cortoplacista, "caduca con el paso del tiempo". A diferencia de la I+D+i, "que sí lo es", la innovación no es intensiva en inversión económica, "lo que es intensiva es en la aplicación de conocimiento; es un gran consumidor del conocimiento existente. A este respecto, afirma también que "en España hay muy pocas empresas preparadas para gestionar el conocimiento".

Asegura también que "Las empresas innovadoras lo son siempre y de forma sistemática, es decir, la innovación forma parte de su ADN, de su ecosistema". "Apple por ejemplo, tiene un ecosistema perfecto de innovación".

Flores defiende también que la innovación es una de las mejores prácticas de "defensa"; "no se puede combatir a golpe de talonario", y que es un "gran atajo"; "es una de las soluciones más rápidas, efectivas y económicas para salir de la crisis y diferenciarse".

Decálogo para que las empresas puedan desarrollar nuevas oportunidades

Antonio Flores, ha centrado la segunda parte de su conferencia, en recomendar algunas prácticas y estrategias para que las empresas puedan seguir avanzando, lanzando productos y servicios competitivos; minimizando el esfuerzo y la inversión necesaria y maximizando el retorno.

Las desarrolla mediante 10 conceptos que denomina "Decálogo para desarrollar nuevas oportunidades en



Indices



Sea un VIP en BOLSA ▶

IBEX 35
 Ult. 9.971,80
 Dif. % 2,22
 Fecha 18/06/2010 - 17:38



© powered by infobolsa + info

	Periodo	Dato
IPC	04/10	1,5 %
IPRI	03/10	2,4 %
IPI	03/10	0,1 %
PIB	4T 2009	-3,1 %
Coste Laboral	4T 2009	2,5 %
Hipotecas constituid	02/10	-4,6 %
EPA Tasa actividad	1T 2010	59,83 %
EPA Tasa paro	1T 2010	20,05 %

Especiales

- El euro encalla tras la rebaja de Moody a Grecia
- Haciendo frente al desafío a través de la a gestión documental
- A toda marcha hacia el descarrilamiento

Servicios



- [01/01/2007 / 31/12/2013] Programa Europa con los ciudadanos (2007-2013)
- [01/01/2007 / 31/12/2013] Instrumento financiero

época de crisis":

1-Existen pocas necesidades nuevas, sí nuevas formas de solucionarlas

"Las personas tenemos pocas necesidades nuevas, lo que sí tenemos son nuevas formas de satisfacer las necesidades de siempre mediante la evolución del conocimiento tecnológico, social y económico".

2-La tecnología no es un fin, la innovación es la forma de rentabilizarla

Las tecnologías conocidas y amortizadas siguen siendo útiles y estamos llenos de ellas. Debemos ser capaces de detectar nuevos usos a tecnologías ya amortizadas mediante la aplicación de estrategias de innovación; de este modo, conseguiremos productos / servicios con un margen de beneficio superior, menor coste de introducción y mayor robustez de funcionamiento

3-El "usuario" no es el centro; el "no usuario" sí lo es

4-No hay consumidores (las personas no somos "planas"), lo que sí existen son momentos de consumo

5-Mejor antes y acompañado, que tarde y solo

Una fórmula de aumentar el margen de explotación, de "acelerar" la salida y explotación de los nuevos modelos de negocio en el mercado es la detección y colaboración con socios "aceleradores".

"Muchas empresas tardan demasiado en madurar las oportunidades porque quieren explotarlas solos; mi recomendación es "nunca tarde y solo; siempre antes y acompañado".

6-No hay mejor barrera competitiva que la sorpresa continua

La mejor forma de fidelizar a nuestros clientes y crear fuertes barreras de entrada es sorprenderlos diariamente, "ejemplo, Apple".

7-El producto hace a la marca; NO la marca al producto

Tendremos una buena marca con consumidores fieles, en la medida de que esté compuesta por productos que respondan a ello y generen satisfacción; debemos devolver al producto y a los servicios la prioridad de nuestros esfuerzos, es el vínculo de unión con nuestros clientes y el único motivo por el cual nos compran. Los buenos productos generan categorías propias, espacios de competencia donde actúan en solitario y que convenientemente bien gestionados alargan su vida en el tiempo.

8-Digitalizar el producto, "productivizar" el servicio

Hemos vivido dentro de clasificaciones como lo tangible vs lo intangible, lo físico vs lo digital, etc. Hoy estas fronteras están desapareciendo y en la búsqueda de fidelizar a los clientes y maximizar la rentabilidad de los mismos, las empresas se están desdoblando dentro del triángulo de la máxima rentabilidad; productos, servicios y consumibles. Ejemplo.... el automóvil, que cada día vende más servicio.... antes, productos.

9-Sólo lo que percibimos tiene valor

Sólo pagamos por el valor que percibimos y nunca por el que no; de hecho si un producto tiene más valor que el que percibimos (sobre especificado), estaremos penalizando en coste el bien a adquirir; por el contrario si un producto percibe más valor del que realmente tiene, lo estaremos bonificando.

10."Por que yo lo valgo", o como liberarse de la dictadura del "cuantitativo"

"Liberémonos de los test de producto", afirma rotundo. "En los sectores donde más test de mercado hay, por ejemplo, en el gran consumo, menos se innova y de hecho, todos los productos son iguales".

Compártela :

Me gusta A Rosa Sagarna le gusta esto.Sé el primero de tus amigos a quien le gusta esto. · Página de administrador · **Error** Ya no me gusta Te gusta esto.

Sesión iniciada como Rosa Sagarna

Publicar un comentario en mi perfil de Facebook

Plug-in social de Facebook **Opinión de nuestros lectores**

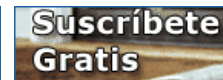
Opinar

- No hay opiniones sobre esta noticia

para el medio ambiente - LIFE+ (2007-2013)

- [01/01/2007 / 31/12/2013] Ayudas en el sector de la energía y los transportes (2007-2013)
- [01/02/2008 / 31/12/2013] Iniciativa tecnológica conjunta (ITC) - tecnología nanoelectrónica ENIAC (2007-2013)
- [01/01/2007 / 31/12/2013] Programa comunitario en el ámbito de la política de los consumidores (2007-2013)

Ver todas



Últimas Noticias Comentadas

- [17/06/2010 09:27] Mª Dolores de Cospedal: "El Gobierno no quiere abordar en profundidad la reforma..."
- [16/06/2010 17:46] CityDeal propone alternativas económicas que permiten a los españoles disfrutar al...
- [15/06/2010 21:35] Según CCOO, la evolución de los precios no responde a las necesidades de la economía...
- [10/06/2010 20:40] Unicaja constituye el Consejo de Administración de la nueva entidad
- [10/06/2010 12:40] Noelia Santos, nueva incorporación del Grupo RV Edipress

Mas comentadas Ver todas

Publicidad



Noticias más visitadas

- **[Financiación]** Autónomos y pymes pueden solicitar ya los nuevos préstamos directos del ICO
- **[Especiales]** Navegando por la "Nube": beneficios de hoy y de mañana
- **[Administración]** Marisol Pérez: "El céntimo sanitario sirve para mantener y fortalecer nuestro..."
- **[Actualidad]** Según CCOO, la evolución de los precios no responde a las necesidades de la economía...
- **[Especiales]** Isabel Navarro Fernández de Caleya: "La coyuntura económica que atravesamos exige..."

Ver todas



Noticias Begolfer

Portada + Visto + Comentado Actualidad

- La Real Federación Española de Golf clausura sus cursos para personas con discapacidad
- Rosa Solé y Mª Victoria Cuadros se adjudican el XVI Trofeo Zaida
- Kieran Pratt elimina a Emilio Cuartero en el British