

➔ **Desayuno de Trabajo.-**

- **Tema a Desarrollar:**
- **Innovación Estratégica.-**

- **Objetivo:**

Interesar al auditorio en la profundización de aquellos aspectos específicos que hacen a la gestión de la innovación en el mercado de alimentos, y que por su impacto serán temas a exponer con especial interés para los diferentes profesionales que desarrollan sus actividades en áreas directa o indirectamente relacionadas con los procesos de innovación.-

Resumir los aspectos que entrelazados configuran la cadena de valor que se inicia al detectar la oportunidad y culmina en la introducción de un nuevo producto al mercado de manera exitosa, manejando estos elementos en forma sistemática y organizada, generando un valor agregado de alto impacto en términos de eficiencia del proceso de innovación que busca construirse sobre la obtención de las respuestas requeridas para una adecuada toma de decisión.-

Identificar las diferentes etapas que caracterizan el proceso de innovación, entendiendo el impacto que cada uno de los parámetros analizados tienen individualmente y en su conjunto como parte de la ecuación de crecimiento, poniendo especial atención en aquellos que son factores críticos de suceso, para desde un punto de vista no solo operativo sino a la vez estratégico, posibilitar la conceptualización de los factores claves que hacen de la innovación un arma eficiente y competitiva.-

Propuesta:

Realizar una descripción secuencial de aquellos aspectos sustantivos que tienen impacto en el proceso de innovación desde su generación, desarrollo e implementación, estableciendo las relaciones que interconectan los mismos, para su gestión en base a una adecuada y efectiva toma de decisión. Teniendo en cuenta para ello un ejercicio integral de búsqueda con el propósito de:

- ✓ Encontrar los elementos, tanto exógenos como endógenos, que deberían estar presentes al momento de determinar las bases sobre los cuales establecer y desarrollar una dada estrategia de innovación.-
- ✓ Componer la ecuación de crecimiento característica de las empresas líderes del mercado, teniendo en cuenta los parámetros sustanciales tales como la capacidad de detectar la oportunidad de mercado, adicionalmente al producto de los elementos que le son propios como creatividad, eficiencia y velocidad de respuesta.-
- ✓ Individualizar aquellos aspectos que impactan en la gestión eficiente del proceso de innovación tales como: adecuado conocimiento del mercado y los consumidores, comunicación, involucramiento en el momento adecuado de cada una de las áreas del negocio, participación y alineación, para que entre otros puedan ser manejados pro-activamente en busca de la sinergia que en su conjunto generan.-
- ✓ Esquematizar secuencialmente el proceso de innovación, definiendo las características y calidad de información requerida en cada etapa, de modo de dar soporte para la adecuada "Toma de Decisión", encontrando para ello, en cada caso, la respuesta a las seis preguntas clave que incluyen el que, como, cuando, donde y cual es el próximo paso.-
- ✓ Mostrar como el manejo de estos elementos en forma sistemática y organizada, permite generar un valor agregado de alto impacto en términos de eficiencia del proceso de innovación que busca construirse sobre la obtención de las respuestas requeridas para la toma de decisión.-

Metodología:

A través del debate holístico promover la participación en base al análisis y evaluación en conjunto de casos tipo que presentan situaciones de negocio características en un dado proceso de innovación.-

Elaborar un diagnóstico producto de la detección y análisis de los hechos que se suceden, enmarcados éstos en la situación observada en el video que permiten comprender la problemática, y proponer acciones ejecutables.-

Llevar al auditorio a transformarse en protagonistas activos que enfrentan el desafío profesional de llegar al logro del objetivo planteado, en base a la toma de decisiones enmarcadas en el uso adecuado de la información disponible y en el manejo del conocimiento, todo ello en línea con las capacidades operativas así como con la estrategia de negocio planteada, tanto sea ésta de base como emergente.-

NB

Buenos Aires

Diciembre, 2009