

➔ **Seminario**

- **Tema a Desarrollar:**

- **Gestión Estratégica del Proceso de Innovación.-**

- **Objetivo:**

Identificar y esquematizar aquellos aspectos específicos que hacen a la gestión estratégica del proceso de innovación en el mercado de alimentos, y que por su impacto en la “Toma de Decisión”, son de especial interés para los diferentes profesionales que desarrollan sus actividades en áreas directa o indirectamente relacionadas con los procesos de innovación.-

Profundizar en el análisis de 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, partiendo del entendimiento de la gestión desde un punto de vista no solo operativo sino estratégico, brindando la oportunidad de poder conceptualizar los elementos críticos que hacen de la innovación un arma eficiente y competitiva.-

Manejar 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.-

Integrar los diferentes elementos identificados, permitiendo un simple entendimiento de la información por parte de quienes son responsables de establecer la estrategia de crecimiento del negocio, facilitando de este modo y haciendo altamente efectiva la toma de decisión al momento de determinar si se continúa adelante o no, con un dado programa de innovación.-

Destacar la importancia de tener una clara visibilidad del proceso, así como una adecuada flexibilidad y dinámica para que cuando el negocio requiera responder rápida y eficazmente a los cambios del mercado, se cuente con los recursos necesarios para emprender un nuevo camino en línea con el plan estratégico emergente a poner en acción.-

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 objeto de:

Marco de Referencia

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.-

Ecuación de Crecimiento: Sus Parámetros

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.-

Factores Críticos

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 proactivamente en busca de la sinergia que en su conjunto generan.-

Seis Preguntas Claves

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:

¿ Qué podríamos hacer ?

¿ Qué deberíamos hacer ?

¿ Podemos hacerlo ?

¿ Cómo lo vamos a hacer ?

¿ Es este el momento ?

¿Cuál es el próximo paso ?

Modelo Operativo

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.-

Metodología:

A través del debate holístico promover la participación en base al análisis y evaluación en conjunto de un caso tipo que posibilite detallar 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 una situación real que permiten comprender la problemática, y proponer acciones ejecutables.-

Llevar a los participantes 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, en línea con las capacidades operativas así como con la estrategia de negocio planteada, sea ésta de base o emergente.-

N.B.

México DF

Octubre, 2008
