



Internacionalización & Gestión Comercial

MODULO 4

PRÁCTICAS INNOVADORAS PARA LA
DIFERENCIACIÓN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN



UNIVERSIDAD
DE CHILE
Instituto
de Estudios
Internacionales

Diplomado en Innovación & Transformación Digital



Leandro Luna Huerta

- Project Manager 3IE
- Mentor certificado y miembro de la Red de Mentores 3IE - UTFSM
- Mentor certificado y miembro de la Red de Mentoring de Madrid
- Ingeniero Industrial de la Universidad Técnica Federico Santa María
- Magister en Innovación Tecnológica y Emprendimiento (MITE- UTFSM)
- Diplomado en Gestión de la Innovación para la Competitividad – (USS)
- Diplomado en Liderazgo y Coaching –(UAI)
- Certificado como Entrenador de Oratoria – (ECO Chile)
- Certificate of Completion in Innovation and Entrepreneurship – (USF)
- Certificado en Comercialización y Transferencia Tecnológica – (Kim Barcelona)
- Certificación Profesional Consultor en Emprendimiento e Innovación – (USAL España)
- “Agente de la Innovación” – (UPGC España)



SESIÓN 11

Innovación incremental y disruptiva.
Empresas unicornio.

Desafío 1 (2 min)

DIBUJE EN LA HOJA EN BLANCO A UNA PERSONA SUBIENDO A UN SEGUNDO PISO

Desafío 2 (2 min)

DIBUJE EN LA HOJA EN BLANCO UN TRIÁNGULO

Desafío 3 (3 min)

FORMAR 2 CONJUNTOS CON LAS FRASES O NUMEROS CONTENIDOS EN LAS LETRAS A, B, C, D EMPAREJANDO CADA UNA DE ESTAS CON LA ORACION QUE GUARDE MAS RELACION.

- A) EL PUENTE NOS APORTO OTRO PASO NATURAL
- B) 32
- C) LA RUTA NOS APORTO OTRO PASO NATURAL
- D) 573.474.375

¿Qué entendemos por INNOVACIÓN?

¿Es fácil o difícil INNOVAR?



DEFINICIONES DE INNOVACIÓN

“Una innovación es un **nuevo o mejorado** producto o proceso (o una combinación de ambos) que **difiere significativamente** de los productos o procesos anteriores de la unidad, y que ha sido **puesto a disposición de los usuarios** potenciales (producto) o puesto en uso por la unidad (proceso)”.

Definición de Innovación según el Manual de Oslo



Nuevos productos y/o servicios

Procesos más eficientes

Organización más eficiente

Nuevos modelos de negocios

Nuevos para:

EMPRESA

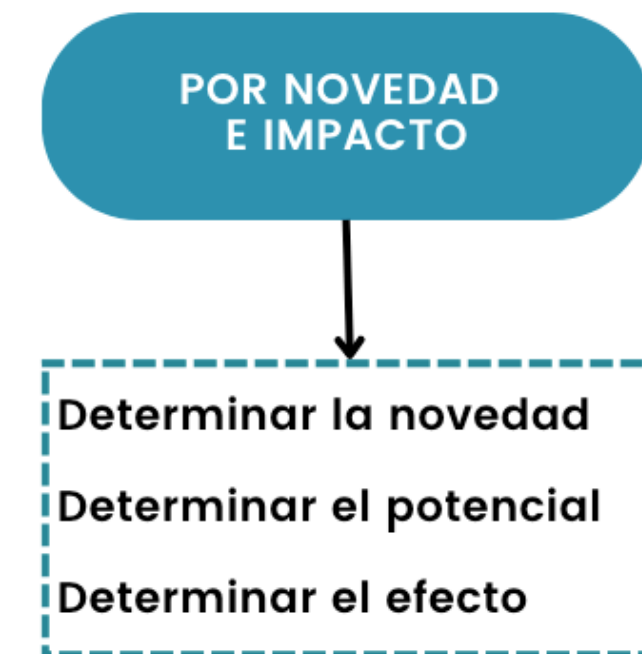
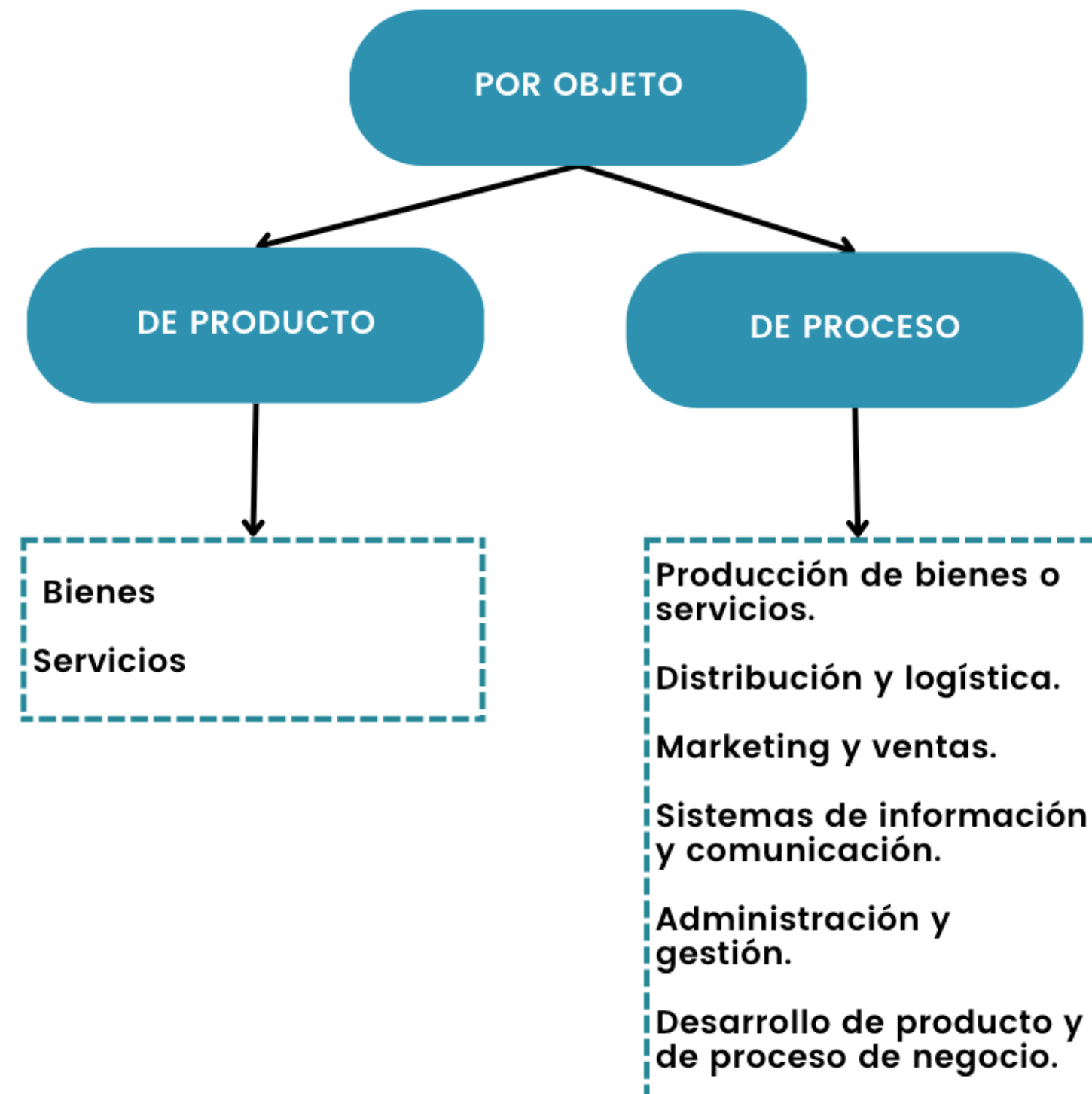
MERCADO

MUNDO



LOS TIPOS DE INNOVACIÓN

Manual de Oslo





LOS 10 TIPOS DE INNOVACIÓN SEGÚN DOBLIN

Rendimiento del producto

Funcionalidades y características distintivas

Sistema de producto

Servicios y productos complementarios

OFERTA

Centrados en los productos y servicios principales de la empresa

Servicio

Soporte y refuerzo que rodea la oferta

Canal

Cómo se entrega la oferta a los clientes y usuarios

Marca

Representación de la oferta y del negocio

Engagement de cliente

Interacciones distintivas

EXPERIENCIA

Centrados en elementos de relación con el cliente de la empresa y su sistema de negocio

Modelo de beneficio

Cómo se gana dinero

Redes

Conectar con otros para crear valor

Estructura

Alinear talento y activos

Proceso

Métodos superiores para hacer el trabajo

CONFIGURACIÓN

Centrados en el funcionamiento interno de la empresa y su modelo de negocio



CASO DE INNOVACIÓN



CASO DE INNOVACIÓN



EN ESENCIA ES...

Innovación es cambio



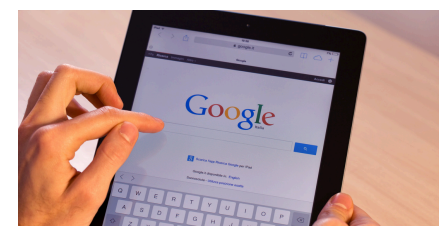
Innovación es mejoramiento



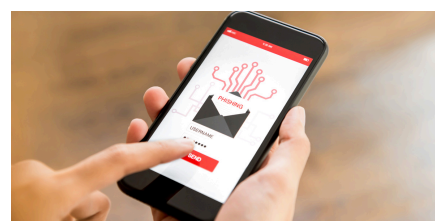
Innovación es solución



Innovación es simplificación



Innovación es hacer más fácil



Innovación es adaptabilidad



Innovación es progreso



Innovación incremental v/s disruptiva



Innovación incremental

Añade novedades, ya sea en el producto, la marca o los métodos de producción, sin promover un cambio muy brusco.



Innovación disruptivo

Sigue al mercado más que a una marca. Es un **movimiento escalable** que llega a muchas personas al mismo tiempo.

INNOVACION INCREMENTAL

La innovación incremental se produce cuando se da valor agregado a un producto que ya existe dentro del mercado.

se considera como innovación incremental el darle nuevas funciones a un producto, cambiarle el diseño o en general hacerlo más atractivo e interesante para el consumidor.

Ventajas:

- 1. Beneficios económicos**
- 2. No requiere mucho tiempo**
- 3. Aumenta el nivel de ventas**

Desventajas:

- 1. No obtener una ventaja diferencial**
- 2. Imitación por parte de la competencia**
- 3. Riesgos de adaptación**

INNOVACION INCREMENTAL

EJEMPLOS



INNOVACION DISRRUPTIVA



Internacionalización & Gestión Comercial



INNOVACION DISRRUPTIVA

50
MILLONES
DE USUARIOS



Internacionalización & Gestión Comercial



INNOVACION DISRRUPTIVA



Internacionalización & Gestión Comercial

**50
MILLONES
DE USUARIOS**



50 años

INNOVACION DISRRUPTIVA



Internacionalización & Gestión Comercial

**50
MILLONES
DE USUARIOS**



50 años



3,5 años



INNOVACION DISRRUPTIVA



Internacionalización & Gestión Comercial

**50
MILLONES
DE USUARIOS**



50 años



3,5 años



15 meses



INNOVACION DISRRUPTIVA

**50
MILLONES
DE USUARIOS**



50 años



3,5 años



15 meses

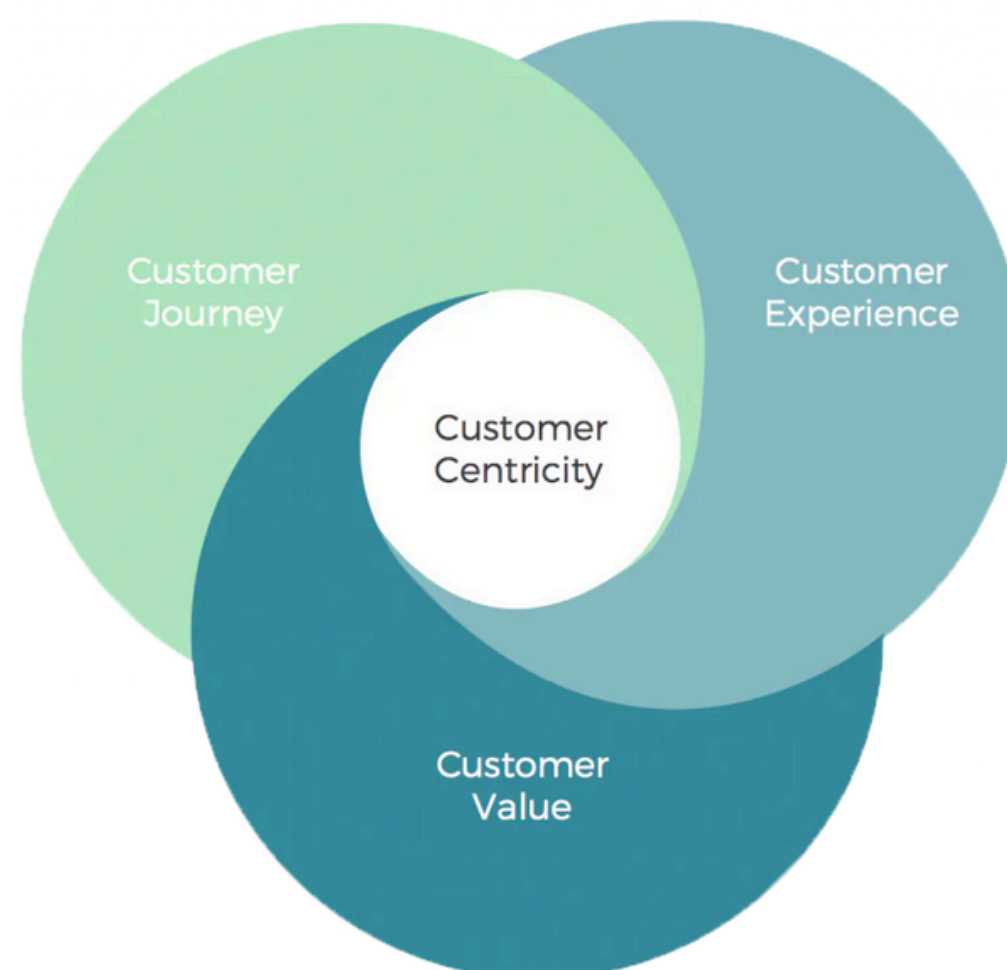


36 días

**100.000
usuarios**

 **OpenAI**
60 días

INNOVACION DISRRUPTIVA



El enfoque **Customer-Centric**

Necesidades de los
clientes y objetivos
del negocio reflejados
en el producto

PRODUCTOS

Otorgar valor a los
clientes a través
del producto

EL CLIENTE

LIDERAZGO

VALORES

Decisiones basadas
en las necesidades
de los clientes

INNOVACION DISRRUPTIVA



America's Most Convenient Bank®

Horario regular

LUN-VIE



de 8:30 am
a 6:00 pm

SÁBADOS



de 9:00 am
a 2:00 pm

DOMINGOS



de 11:00 am
a 3:00 pm



* Solo algunas sucursales

Ferados abiertos



Día de los Presidentes



Día del Respeto a la Diversidad Cultural

Contacta a



www

td.com



888-751-9000

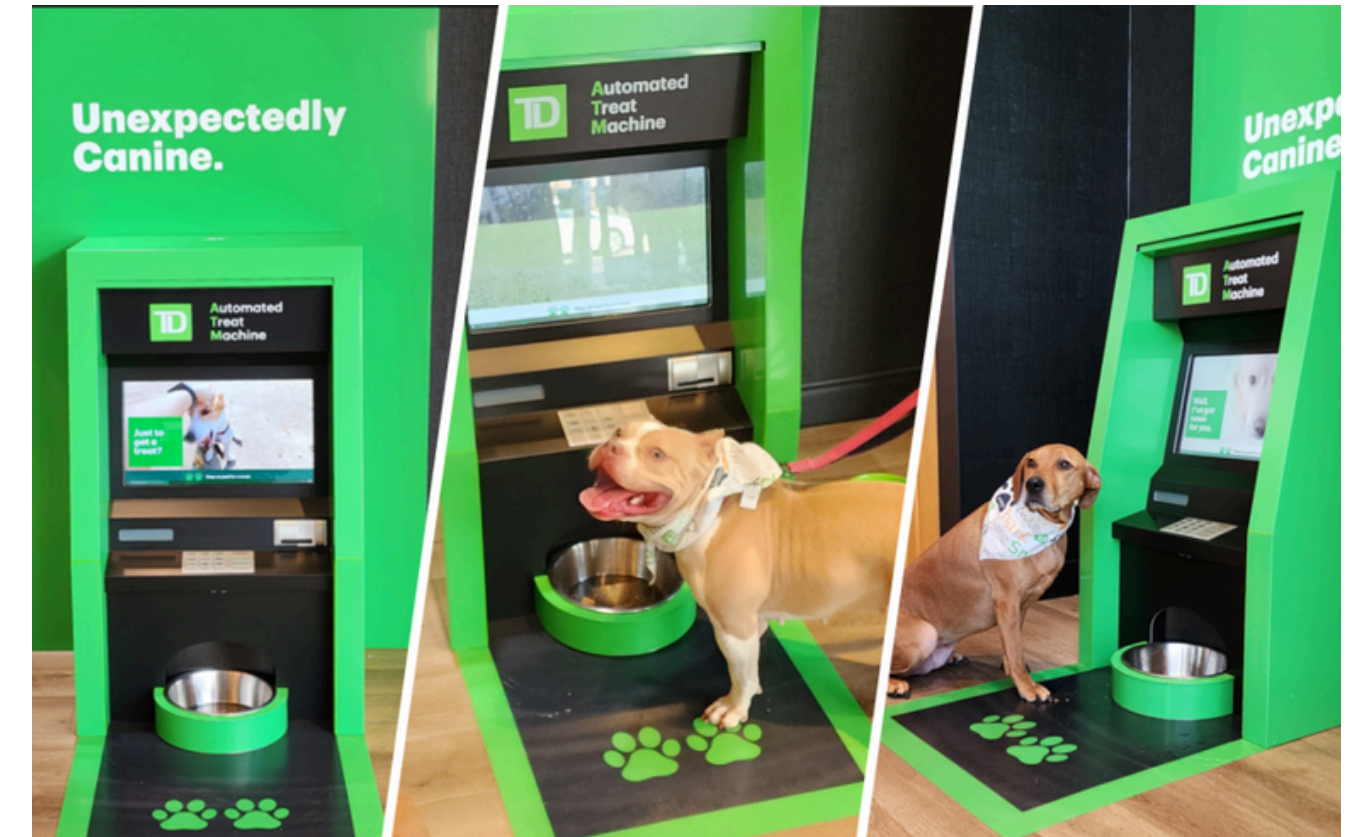
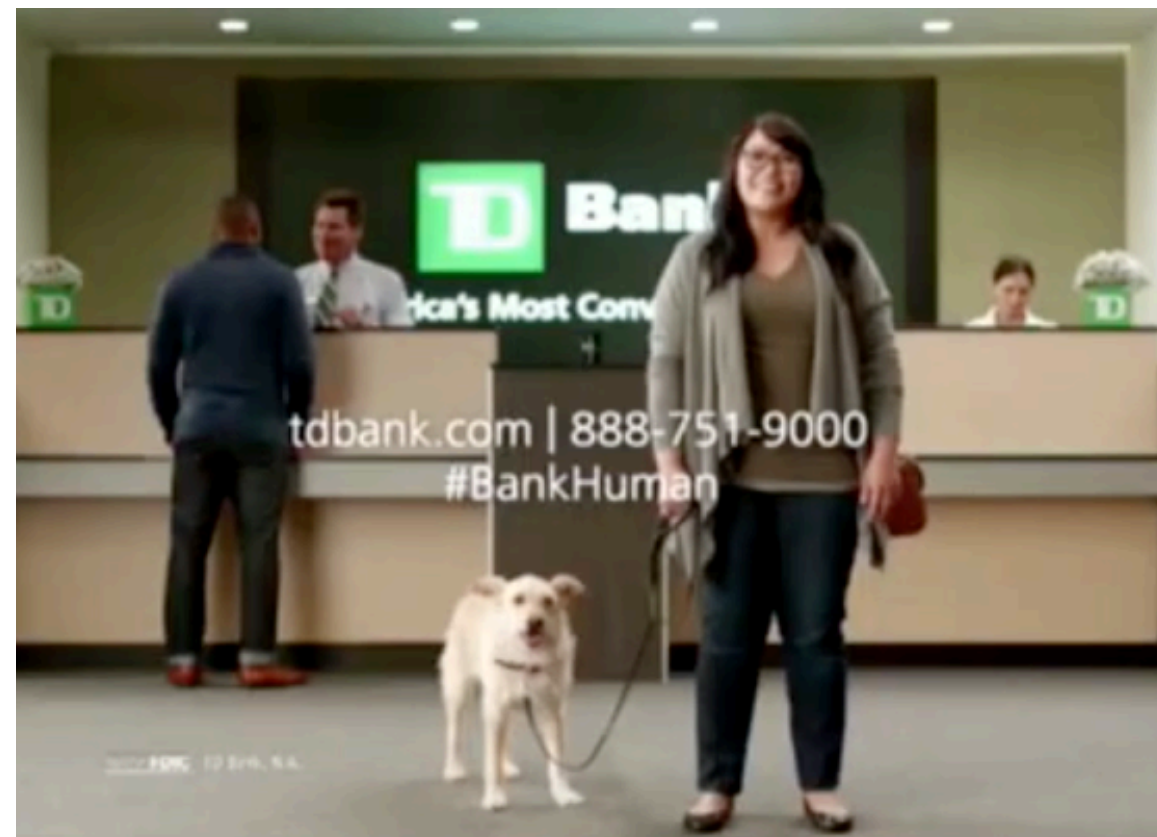


TD Bank (US)

INNOVACION DISRRUPTIVA



America's Most Convenient Bank®



INNOVACION DISRRUPTIVA



INNOVACION DISRRUPTIVA



VS



<https://www.traderjoes.com/home/podcast>

INNOVACION DISRRUPTIVA



Nuevos modelos

Nuevos talentos

Nuevas formas de trabajar



INNOVACION DISRRUPTIVA

La innovación disruptiva es un concepto, producto o servicio que irrumpe en un mercado ya existente y posicionado, o crea un segmento completamente nuevo mediante mayor tecnología o modelos organizacionales novedosos.

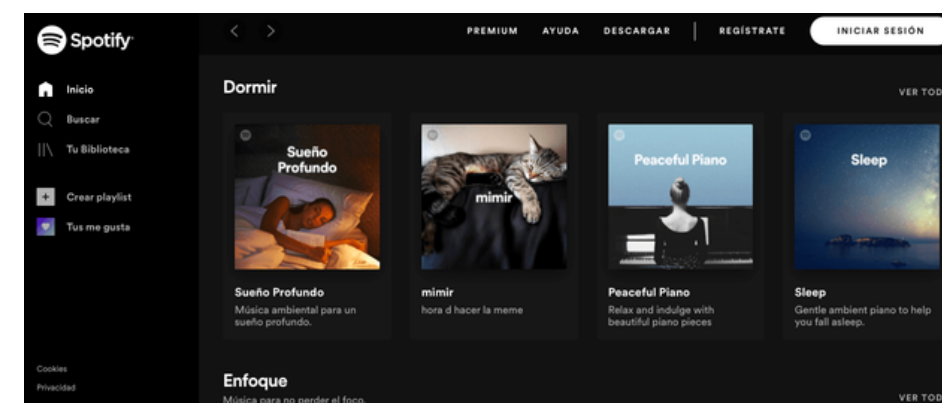
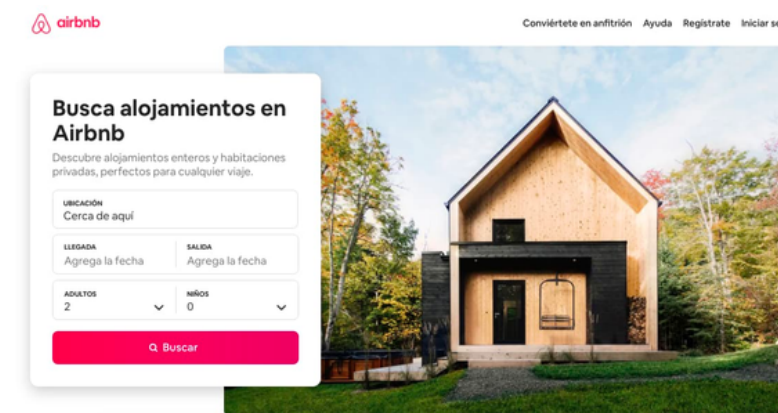
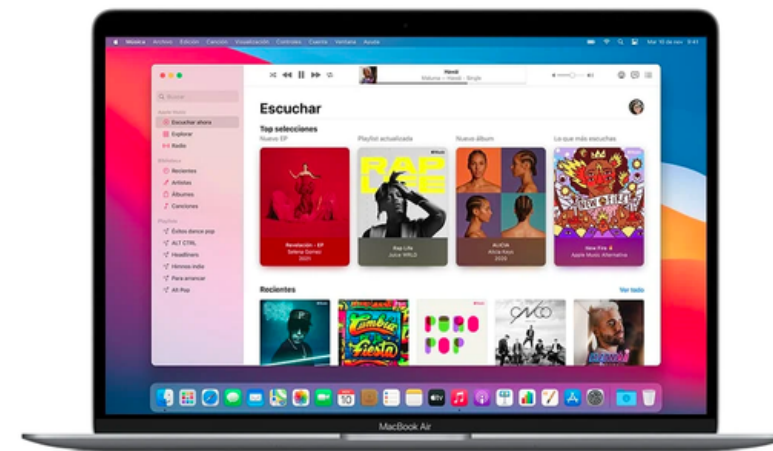
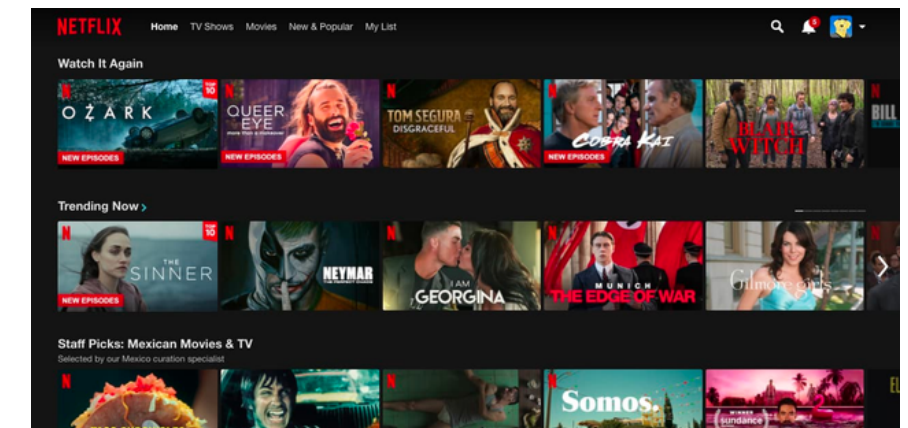
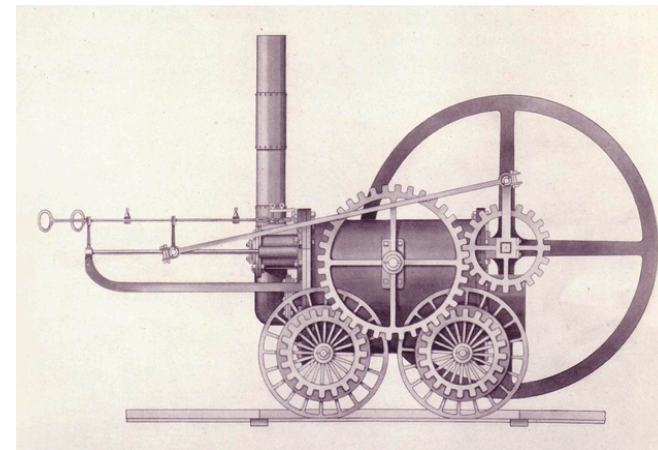
La innovación disruptiva rompe todos los esquemas y crea conceptos nunca antes vistos o mejora exponencialmente los existentes. Además se caracteriza por explorar nuevas tecnologías y por su alto nivel de riesgo e incertidumbre.

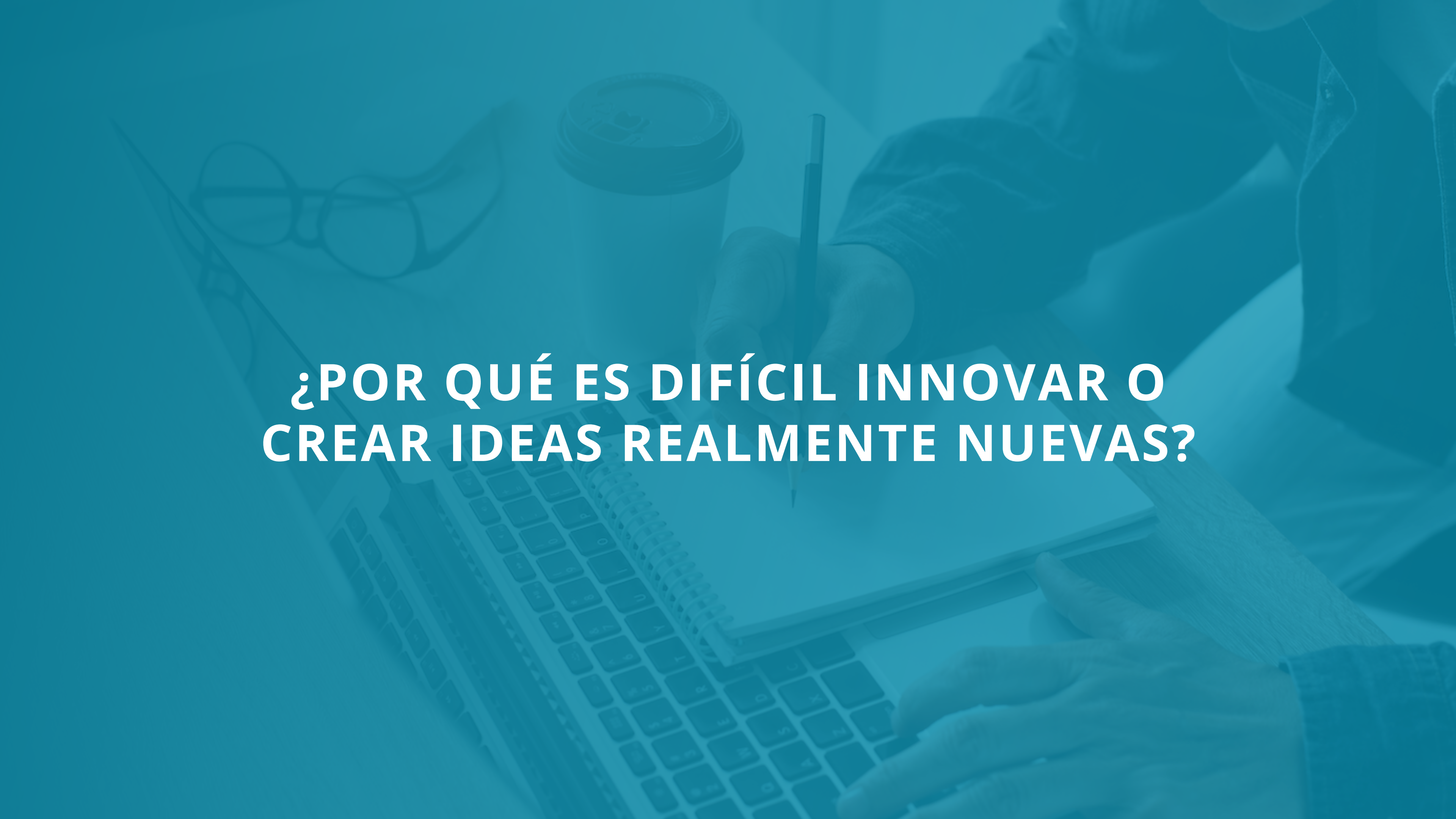
Innovación disruptiva de bajo nivel
Innovación disruptiva de alto nivel

INNOVACION DISRRUPTIVA EJEMPLOS

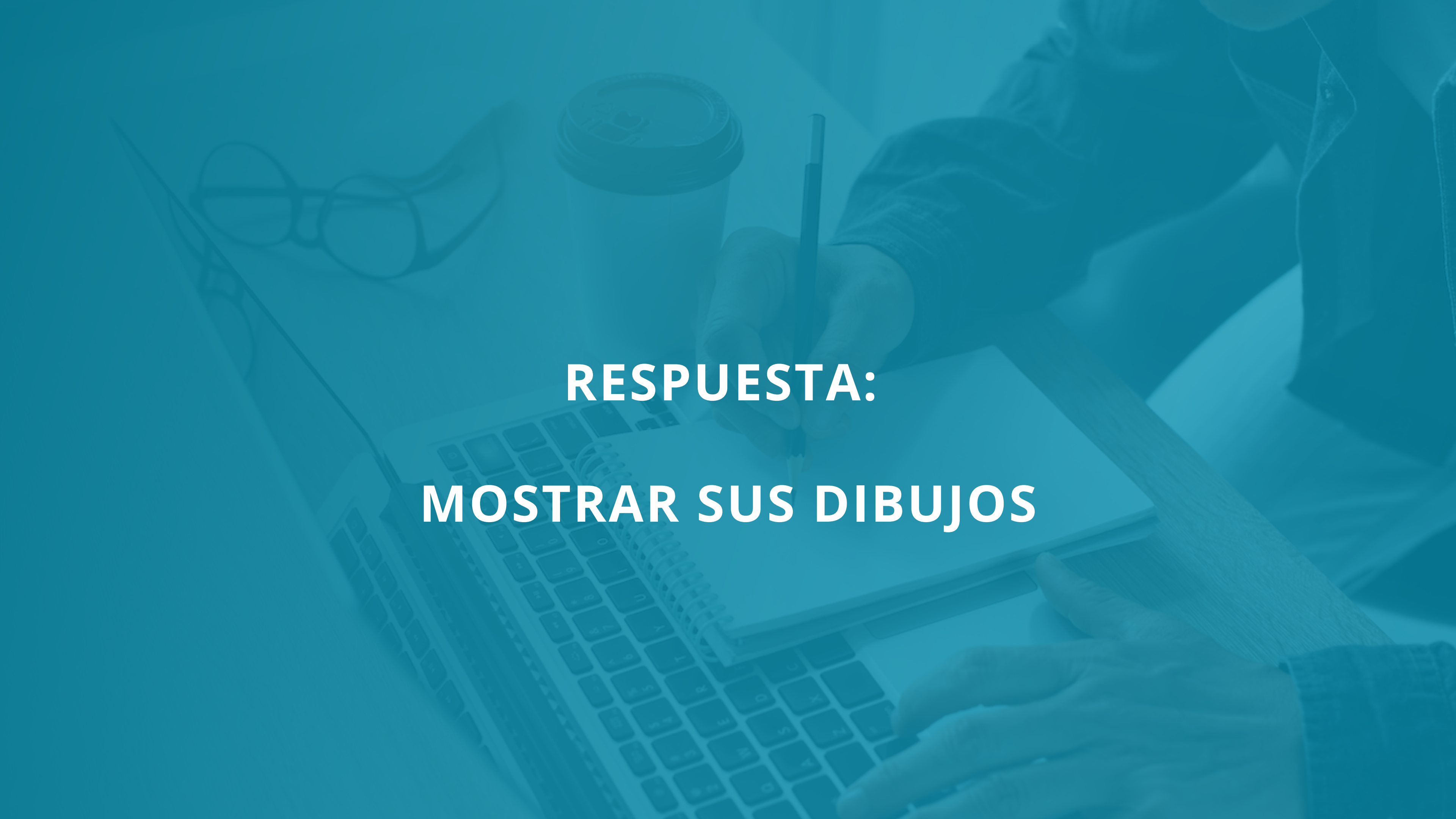


Internacionalización & Gestión Comercial





**¿POR QUÉ ES DIFÍCIL INNOVAR O
CREAR IDEAS REALMENTE NUEVAS?**



RESPUESTA:
MOSTRAR SUS DIBUJOS

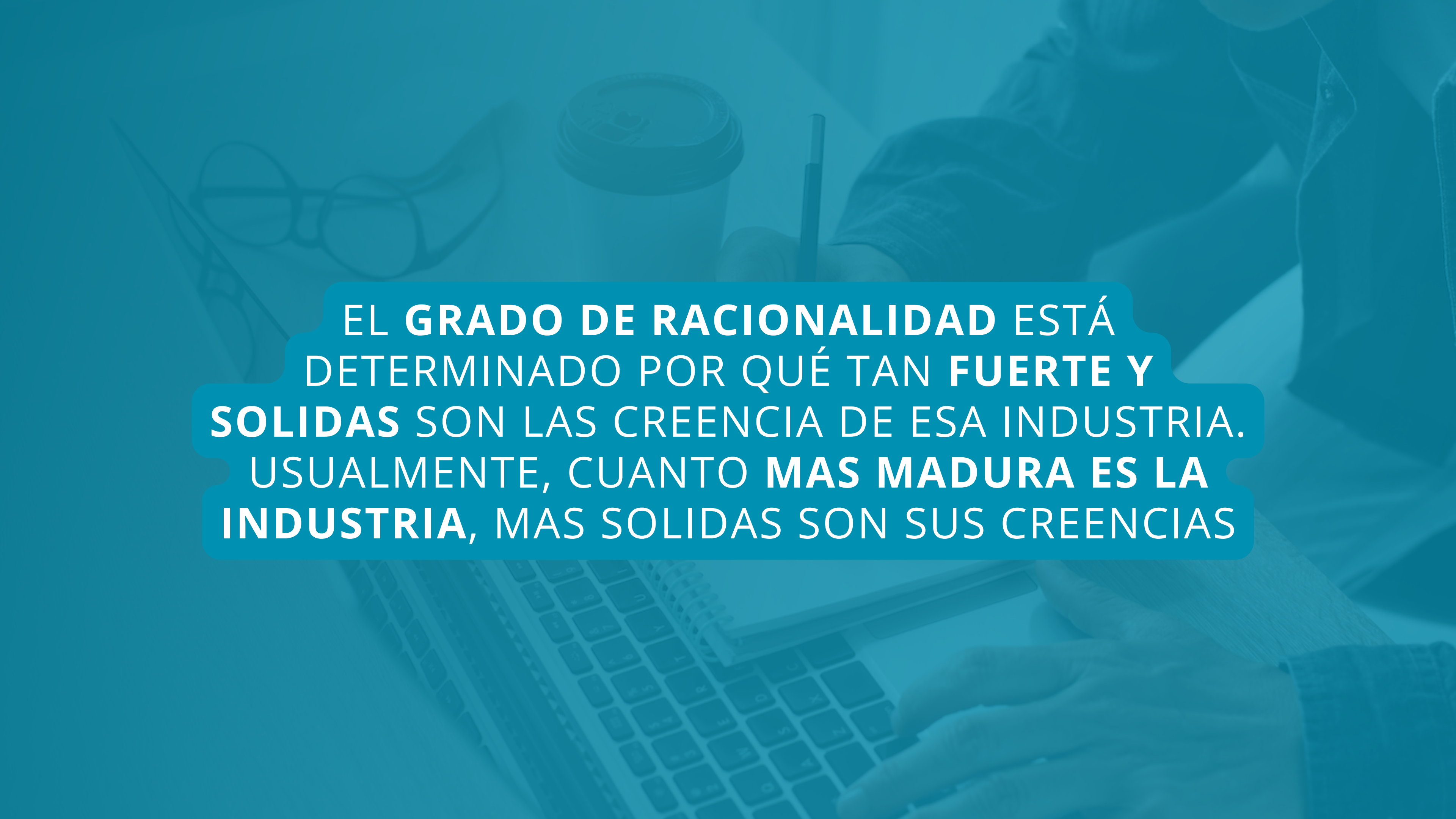
**LOS INDIVIDUOS QUE COMPONEN UN
MISMO GRUPO SOCIAL ESTAN
INFLUENCIADOS POR LOS MISMOS
ESTIMULOS EXTERNOS.**



**LA RACIONALIDAD DE UNA INDUSTRIA
ES LA SUMA DE LAS CREENCIAS DE
TODOS SUS ACTORES**



**LAS CREENCIAS DEFINEN EL MINDSET
DE CUALQUIER INDUSTRIA**

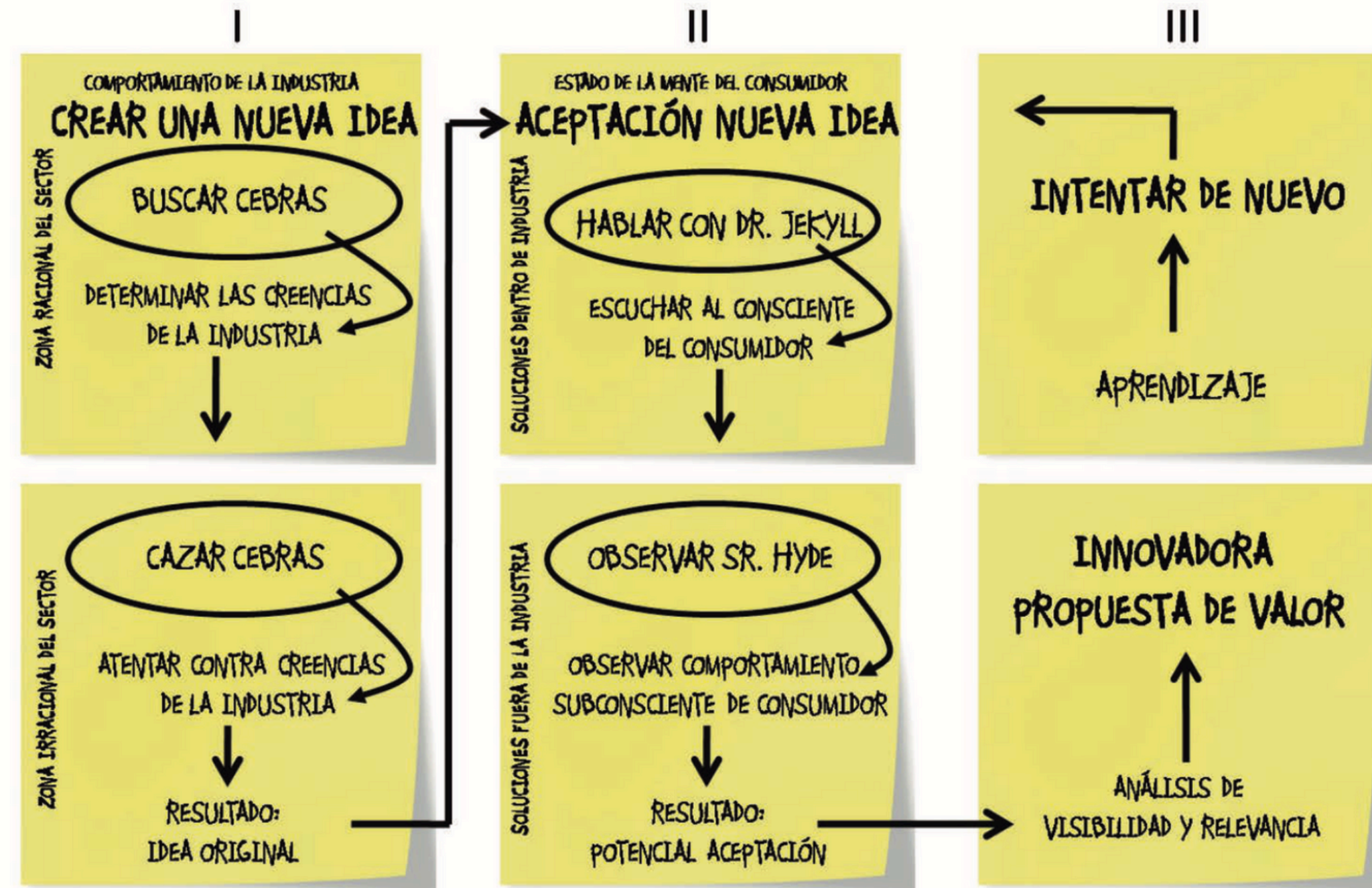


EL GRADO DE RACIONALIDAD ESTÁ
DETERMINADO POR QUÉ TAN **FUERTE Y
SOLIDAS** SON LAS CREENCIAS DE ESA INDUSTRIA.
USUALMENTE, CUANTO **MAS MADURA ES LA
INDUSTRIA**, MAS SOLIDAS SON SUS CREENCIAS



**LA INNOVACION ES LA MEJOR FORMA DE ACABAR
POR COMPLETO CON LA COMPETENCIA Y
ADUEÑARSE DE LA MENTE Y BILLETERA DEL
CONSUMIDOR**

La Estrategia del Cazador de Cebras



THE ZEBRA HUNTER STRATEGY® EN 6 POST IT

CASO DE INNOVACIÓN

Hola soy Alex, llevo 5 años en el rubro gastronómico con mi local de pastas al más puro estilo Italiano y hoy vengo a solicitar ayuda respecto a mi negocio.

Tengo un **problema de capacidad**. Mi restaurant está diseñado únicamente para albergar a unos 70 comensales, había terminado sufriendo pérdidas a causa de los cambios en hábitos de consumo de mis clientes. Para ser rentable debo, por lo menos, **duplicar su capacidad instalada**. Debido al tamaño del terreno y a las prohibiciones y normas de construcción que rigen en la ciudad, no es posible ampliar el local. Por si fuera poco, el negocio cuenta con apenas una docena de estacionamientos, lo que le resta atractivo. Solo queda pensar en una solución que sea innovadora e incremental y otra que sea innovadora y disruptiva.

CASO DE INNOVACIÓN

**¿QUÉ SOLUCIÓN LE PUEDEN DAR A ALEX?
CONSIDERA 2 SOLUCIONES, UNA CON INNOVACIÓN INCREMENTAL Y
OTRA CON INNOVACIÓN DISRUPTIVA**

Considerara los siguientes pasos:

- 1.-Antecedentes del problema (puede incorporar algunos supuestos que permitan sustentar la nueva idea).**
- 2.-Crear una nueva idea de negocios.**
- 3.-Cómo se puede gestionar la aceptación de la nueva idea.**

CASO DE INNOVACIÓN



CASO DE INNOVACIÓN



**Primera Etapa: Crear
una Idea Novedosa**

**Buscar ideas en otras
industrias.**

¿Qué hicieron? Tomaron
prestado el concepto de los
teatros y cines, donde hay
múltiples funciones al día

CASO DE INNOVACIÓN

Segunda Etapa: Gestionar la Aceptación de la Idea

Al **convertir la cena en un espectáculo**, lograron que los clientes adoptaran el cambio sin mayor resistencia, porque estaban familiarizados con la idea de levantarse después de cada función



CASO DE INNOVACIÓN

Tercera Etapa: Construir una Propuesta de Valor Innovadora

Propuesta de valor basada en la combinación de buena comida y entretenimiento. No solo ofrecían cenas, sino una experiencia teatral en la que los meseros, cocineros y el personal participaban como actores



DEFINICIÓN UNICORNIO

Las empresas unicornio son aquellas compañías creadas hace menos de diez años que, sin cotizar en bolsa ni haber sido adquiridas por un tercero, logran un valor de 1.000 millones de dólares o más a nivel mundial.



1400

0,00006%



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN A UNA EMPRESA UNICORNIO



Nueva creación

Innovación

Escalabilidad

Financiamiento

Modelo de negocio

¿QUÉ HACEN DIFERENTE LAS UNICORNIOS?



- Innovación con IA
- Modelo Freemium
- Desarrollo de Comunidades

ESTRATEGIAS PARA CRECER: ELEFANTES, CIERVOS O MOSCAS



Buscar pocos clientes grandes y valiosos.



Adquirir una cantidad moderada de clientes.



Atraer millones de usuarios de bajo costo

MITOLOGÍA STARTUP



CAMELLOS

DESTACAN POR GESTIONAR MUY BIEN SUS RECURSOS Y PUDEN SOBREVIVIR POR MESES SIN INGRESOS



PONIS

VALORIZADOS EN \$10 MILLONES DE USD



185

CENTAUROS

VALORIZADOS EN \$100 MILLONES DE USD



1400

UNICORN

VALORIZADOS EN \$1 BILLÓN DE USD



60

DECACORN

VALORIZADOS EN \$10 BILLONES DE USD



3

HECTACORN

VALORIZADOS EN \$100 BILLONES DE USD



CEBRAS

BUSCAN CRECER Y RESOLVER PROBLEMAS REALES Y PROFUNDOS CON IMPACTO SOCIAL POSITIVO



TOP 10 UNICORNIOS 2023

	Nombre de la empresa	Año de fundación	Valor como unicornio (en miles de millones)	Capital riesgo recibido (en miles de millones)	País	Sector
1	ByteDance	2012	220,00 USD	8,11 USD	China	Software
2	Ant Group	2000	200,00 USD	20,40 USD	China	Software
3	SpaceX	2002	137,00 USD	9,44 USD	Estados Unidos	Productos comerciales
4	OpenAI	2015	85,00 USD	10,31 USD	Estados Unidos	Software
5	SHEIN	2012	66,00 USD	3,56 USD	Singapur	Ventas minoristas
6	Stripe	2009	50,00 USD	9,10 USD	Estados Unidos	Software
7	Databricks	2013	43,50 USD	\$4.00	Estados Unidos	Software
8	Canva	2012	40,00 USD	0,58 USD	Australia	Software
9	Checkout.com	2012	40,00 USD	1,83 USD	Reino Unido	Software
10	JUUL	2007	38,00 USD	15,65 USD	Estados Unidos	Bienes de consumo (no perdurables)

Unicornios por sector (los 10 principales)



Fuente: PitchBook Data, Inc.

UNICORNIOS CHILENOS



BONNUS TRACK - Innovación y reinversión



NETFLIX

Netflix, que comenzó en 1998 como una tienda de DVDs en línea, logró sobrevivir a la crisis del declive del DVDs incursionando en el streaming. Su verdadero éxito llegó cuando se reinventó como un estudio productor de contenido original.



LEGO, líder en juguetes desde 1932, enfrentó una crisis en los 90 debido a los videojuegos. Se reinventó al crear productos basados en películas como Harry Potter y Star Wars, y en 2014 tuvo un éxito masivo con la película de LEGO.

BONNUS TRACK - Innovación y reinversión



National Geographic, tras un siglo de éxito como revista, experimentó una disminución en suscripciones en los 90. Se reinventó expandiéndose a plataformas multimedia, como su famoso canal de televisión en 2001, y hoy es un referente en la vida salvaje.



Marvel, líder en cómics, enfrentó una crisis en 1996 debido al colapso del mercado y la bancarrota. Se reinventó aprovechando sus derechos de superhéroes, creando un exitoso universo cinematográfico interconectado.

BONNUS TRACK - Innovación y reinversión



Nintendo, dominante en videojuegos en los 80 y 90, sufrió una caída en ventas con la llegada de PlayStation y Xbox. Se recuperó lanzando las exitosas consolas DS y Wii, que innovaron con sus controles basados en acelerómetros.



Starbucks, fundada en 1971, se expandió demasiado en 2003 y sufrió pérdidas al diversificarse en negocios fallidos. Bajo la dirección de Howard Schultz, implementó estrategias como My Starbucks Idea para recuperar la confianza de los clientes.

BONNUS TRACK - Innovación y reinversión



Kodak, líder en fotografía analógica, quebró en 2012 por no adaptarse a la era digital. Tras recuperarse, se enfocó en materiales para impresión gráfica y productos innovadores, resurgiendo con nuevas alianzas estratégicas.

FUJIFILM
Value from Innovation

Fujifilm, al igual que Kodak, enfrentó el avance tecnológico, pero se diversificó con éxito en tecnologías médicas y otras iniciativas, manteniendo su negocio fotográfico mientras se expandía a nuevas áreas.

BONNUS TRACK - Innovación y reinversión



Internacionalización & Gestión Comercial



Atari, un gigante de los videojuegos hasta los 90, cayó en bancarrota tras el fracaso de la Atari Jaguars. Revivió en 2017 con una consola renovada en 2019 que combina juegos retro y de nueva generación.



Peugeot, con 200 años de historia, comenzó fabricando molinillos de café y diversos productos. Innovó con la bicicleta en 1885 y, en 1889, entró en la industria automotriz, convirtiéndose en la segunda marca de automóviles más tradicional del mundo.

BONNUS TRACK - Innovación y reinversión



SAMSUNG

Samsung fue fundada en 1938 como una empresa de importación y exportación de productos perecederos, inicialmente vendiendo pescado seco y frutas. Tras la Segunda Guerra Mundial, amplió su enfoque a la industria alimentaria y textil. En 1948, se estableció Samsung C&T y en 1969 se fundó Samsung Electronics. En 1974, se crearon Samsung Heavy Industries y Samsung Petrochemical, consolidando a Samsung como el tercer chaebol en volumen de negocio en Corea.



FIN SESIÓN 6
¡GRACIAS!



PROCHILE
**AULA
VIRTUAL**

ProChile 

En alianza con:



UNIVERSIDAD
DE CHILE
Instituto
de Estudios
Internacionales