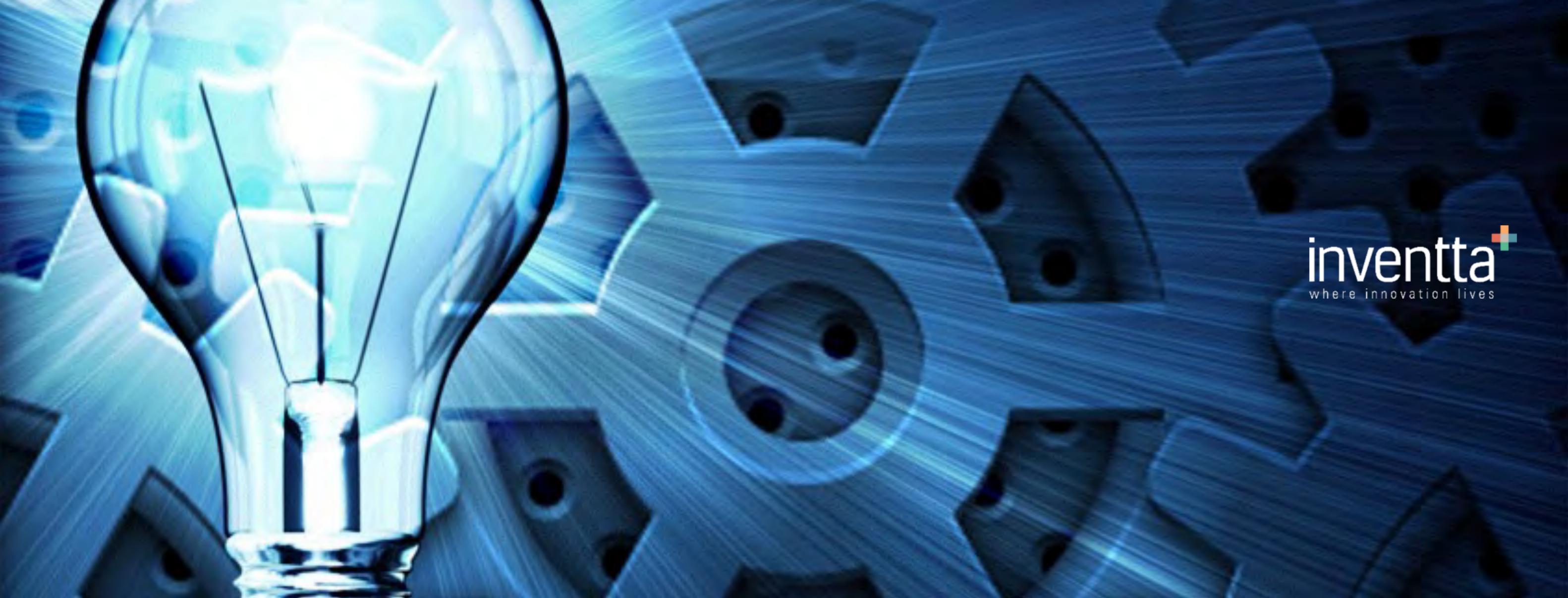


inventta 
where innovation lives



inventta⁺
where innovation lives

nelson mora murcia
nelson.mora@inventta.net

augusto ruiz
augusto.ruiz@inventta.net



Universidad
del Cauca

INNOVACIÓN ABIERTA

FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES A EMPRESARIOS DEL CAUCA
PARA GESTIONAR Y OPERAR SUS PROCESOS DE INNOVACIÓN

inventta 
where innovation lives



Inventta es la empresa de consultoría en innovación del Grupo Instituto Inovação, con negocios en educación y cultura, capital de inversión y aceleración de start-ups.

inventta⁺drive
business design innovation



Trabajamos para crear modelos de negocios únicos, con todo lo que existe dentro de ellos: servicios, procesos, productos, marcas, experiencias, redes etc.

inventta⁺tech
technological innovation management



Ayudamos a las organizaciones a crear o mejorar su gestión de innovación tecnológica, estructuramos y ejecutamos las etapas de estrategia y planeación tecnológica, gestión de investigación, desarrollo y lanzamiento.

inventta⁺open
innovation challenges and solvers connection



Construimos capacidades para gestionar relaciones productivas con aliados y acelerar innovaciones de impacto. Soportamos procesos de conexión con diferentes actores alrededor de desafíos de innovación.

CONTENIDO

Día 1

Contexto de la **Innovación**

Innovación abierta (un cambio de paradigma)

Open game (rol play)

Innovación abierta:

- La mirada desde los **buscadores de solución**
- La mirada desde los **solucionadores**



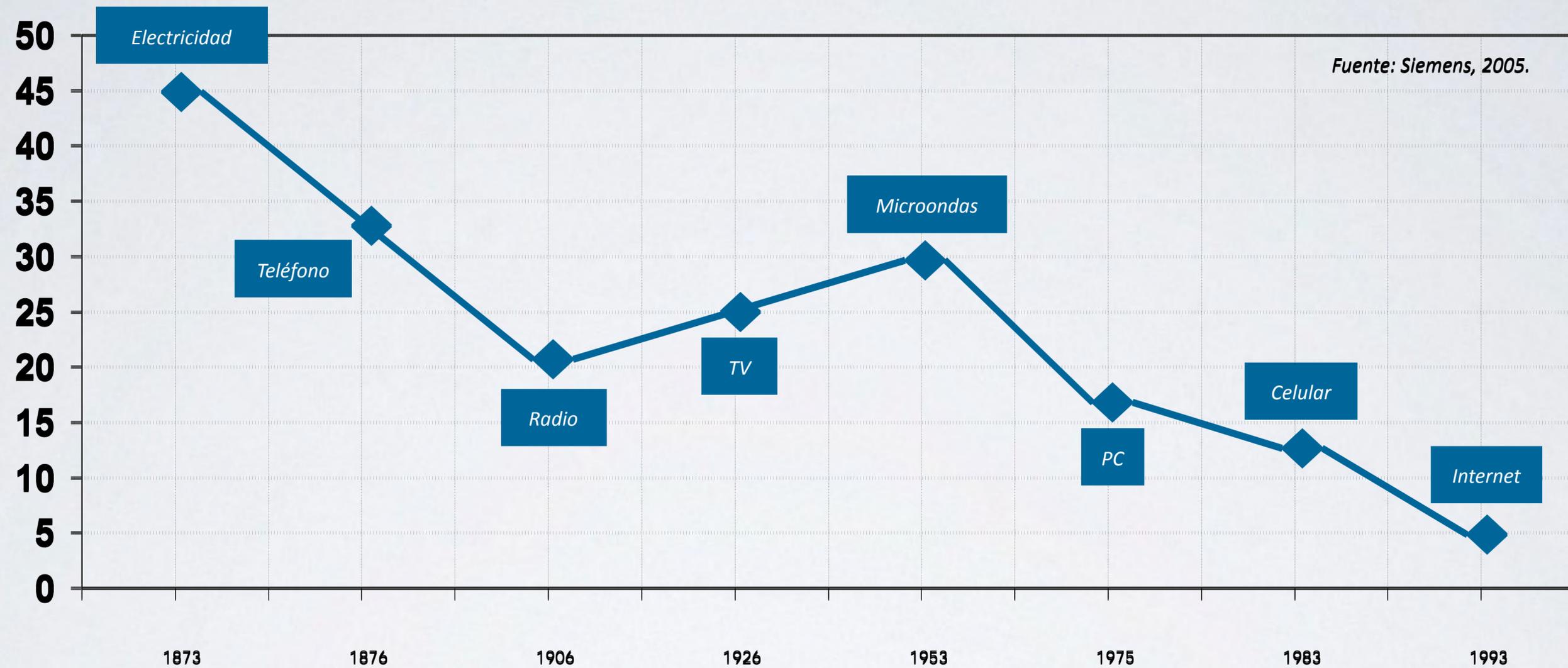
Innovación Abierta

“No es el más fuerte ni el más inteligente el que sobrevivirá, sino el que mejor se adapte a los cambios”

Charles Darwin



El mundo hoy



iPod (2002) vendió 100 millones de reproductores en sus primeros cinco años y medio; Nintendo Wii (finales de 2006) llegó a 50 millones en marzo de 2009. En 2010 un total de 73,5 millones de iPhones fueron vendidos.

El éxito o la estabilidad del pasado NO garantiza el futuro



Independientemente de cual sea la industria, cada vez es más difícil ser competitivo y **conservar la posición de liderazgo y éxito.**

El mundo hoy es...

... + A
... + Digital
... + Inestable
... + C

A close-up, profile view of an elderly man with white hair and wrinkles, looking thoughtfully to the right. The background is dark and out of focus.

// VIVIMOS EN UN
MUNDO LÍQUIDO
CON ORGANIZACIONES
SÓLIDAS.

ZYGMUNT BAUMANN



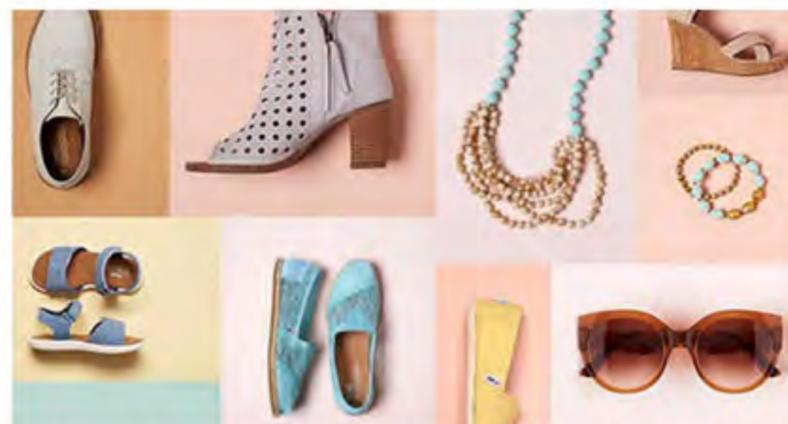
Es necesario reinventarse

innovation



One for One.[®]

With every product you purchase, TOMS will help a person in need. One for One.[®]





Pensar



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

¿Cómo hacer que
la innovación
funcione?



PROBLEMA 1: LENGUAJE COMÚN

innovation



“Innovación es la exploración con éxito de nuevas ideas”

Innovation Report

Nota: Imagem Capa “Innovation Report: Competing in the global economy: the innovation challenge (2003)”

© 2013 Inventta – Todos los derechos reservados

inventta
where innovation lives



Una invención no necesariamente se convierte en una innovación.

PROBLEMA 2:
FALTA DE PROPÓSITO Y DIRECCIONAMIENTO



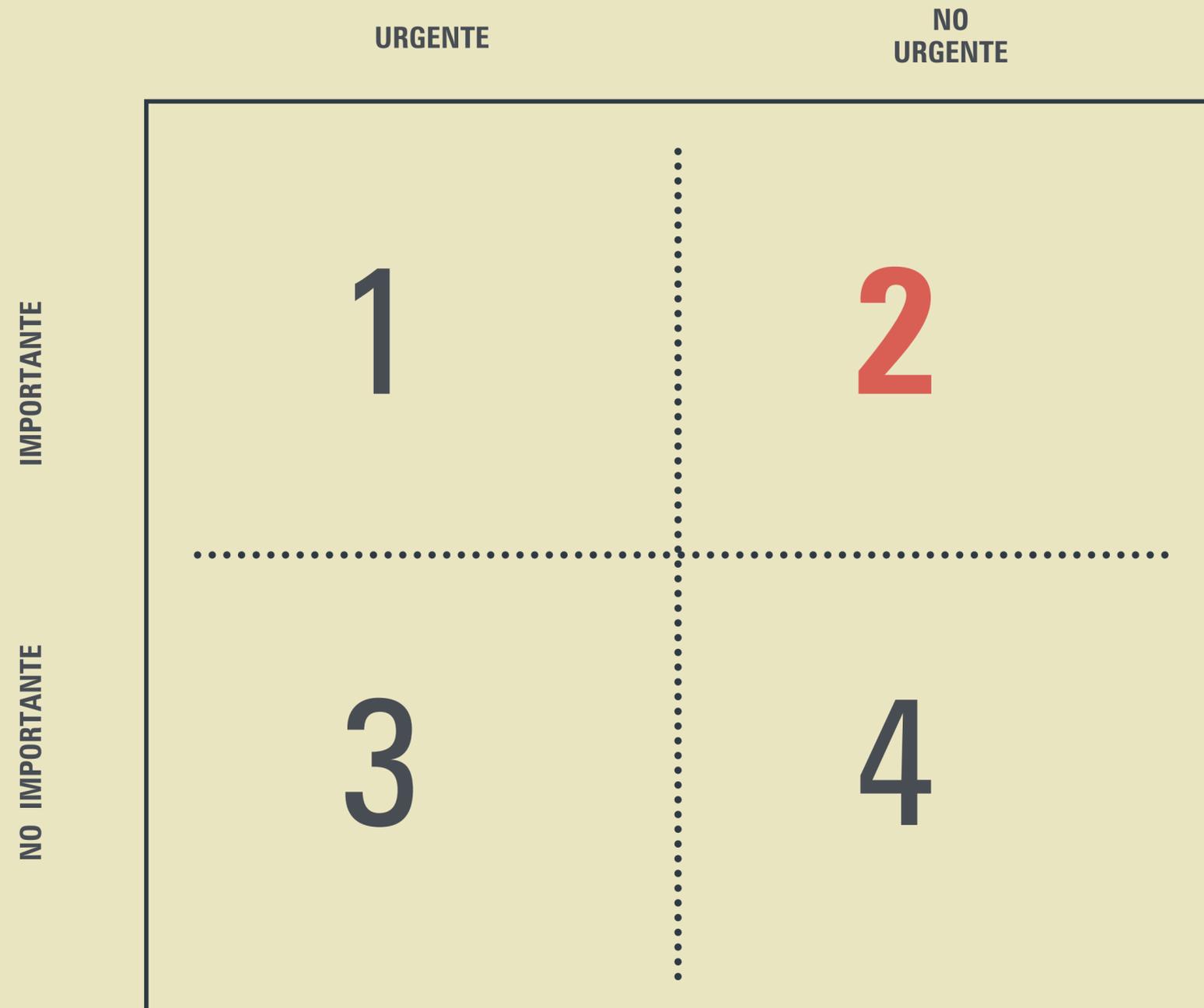
INNOVAR:
VERBO TRANSITIVO

INNOVACIÓN

no como un fin
sino como un medio



PROBLEMA 3: LO IMPORTANTE, SOBRE LO URGENTE

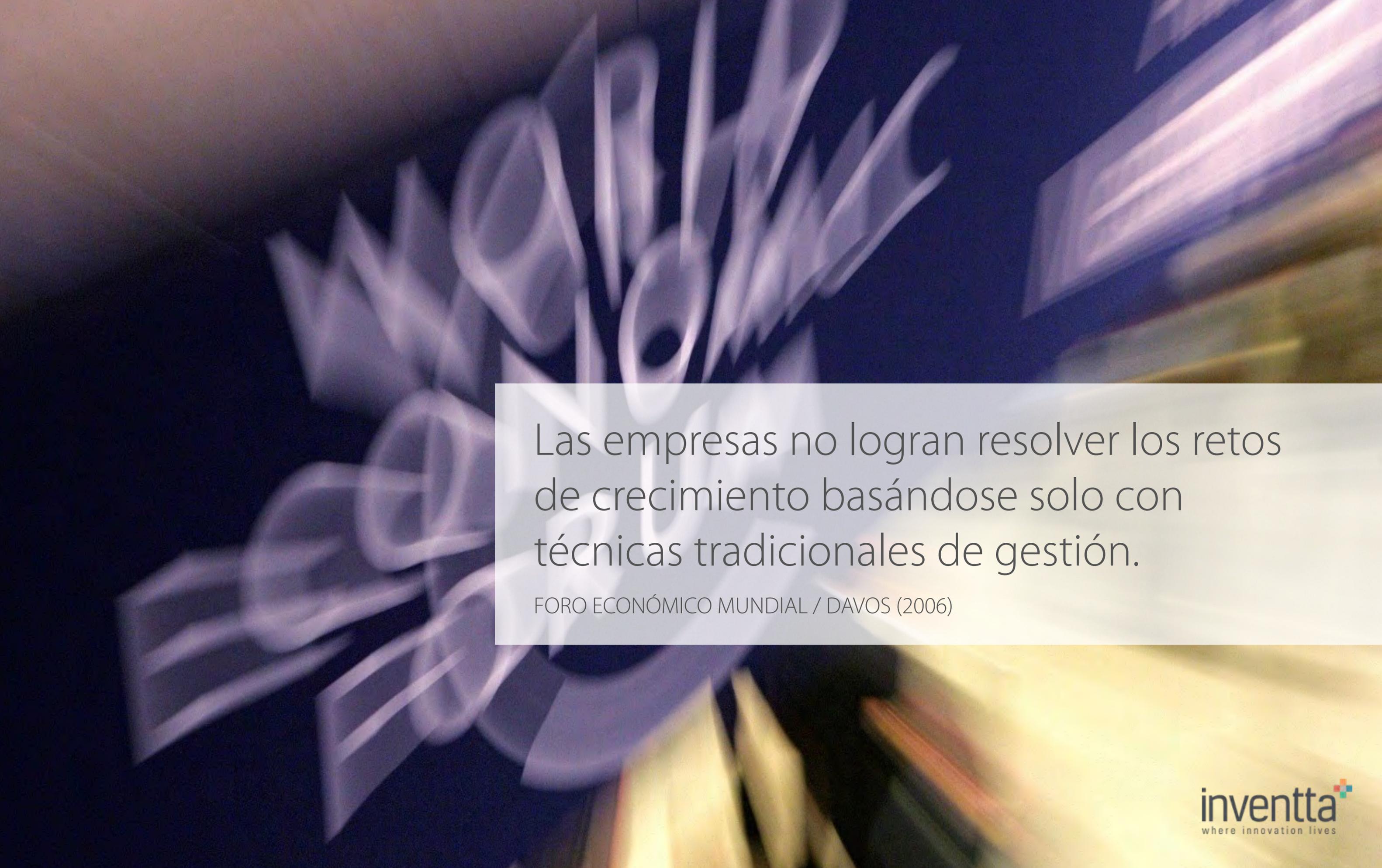


Dilema del innovador

¿Por qué las empresas tienen dificultad para invertir en proyectos de innovación que reten el status quo?

- ▶ Cultura e incentivos a corto plazo
- ▶ No comprenden o desconocen el potencial de un nuevo mercado Los mercados pequeños no satisfacen las necesidades de crecimiento de las grandes empresas
- ▶ Los mercados que no existen no pueden ser analizados (imposibilidad de evaluar el riesgo)
- ▶ El costo de copiar a la competencia es menor que innovar

Las decisiones gerenciales racionales que son criticas para el éxito de las empresas son también las razones que explican la pérdida de la posición de liderazgo de esas empresas.



Las empresas no logran resolver los retos de crecimiento basándose solo con técnicas tradicionales de gestión.

FORO ECONÓMICO MUNDIAL / DAVOS (2006)



“La esencia de la innovación es recrear el mundo de acuerdo a un particular visión o ideal”

Nonaka y Takeuchi

Una nave espacial india de "low cost" llega a Marte



La sonda india Mangalyaan entró hoy en la órbita de Marte, lo que convierte al país asiático en la cuarta potencia que logra alcanzar el planeta rojo , informó la Organización India de Investigación Espacial (ISRO).

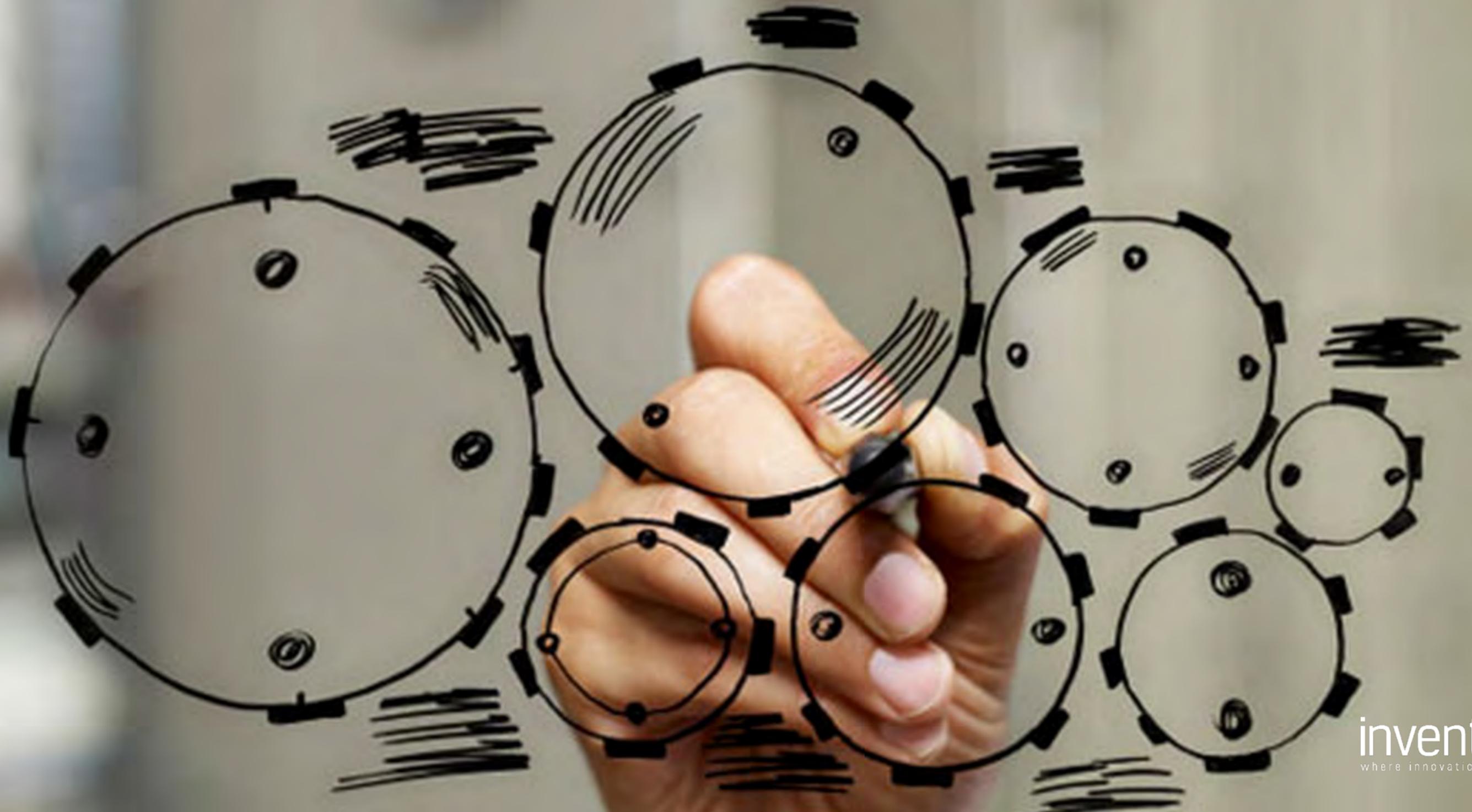


“Si el ritmo de cambio de una empresa es inferior al de su entorno, el final de la empresa está a la vista”

Jack Welch GE

Lean Innovation

Balance entre creatividad y eficiencia para crear valor más rápido.



Desarrollo de producto

Camino tradicional



idea



idea

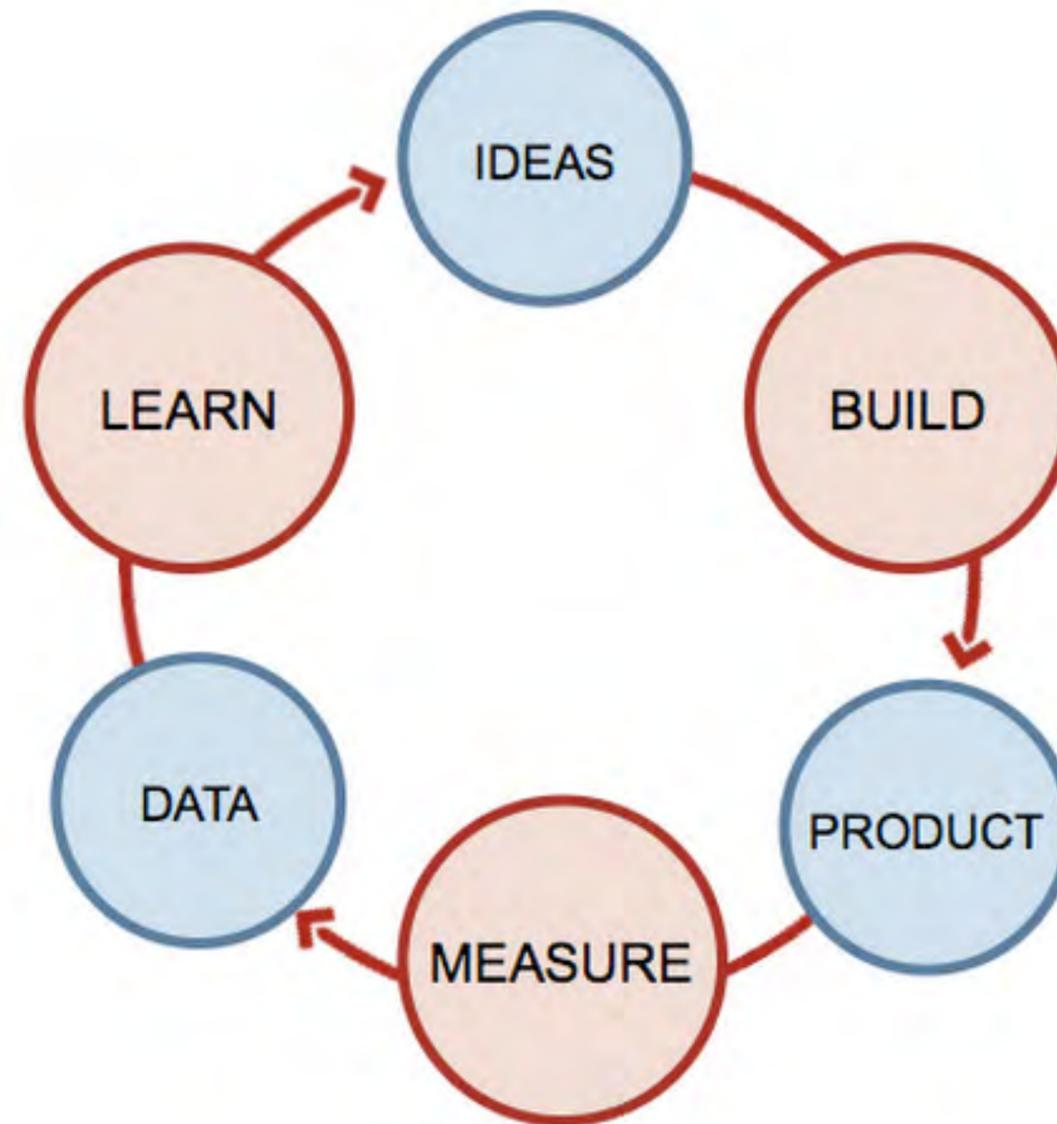


éxito



LeanStartup

Nueva aproximación



Aprendizaje validado



ERIC RIES



“La **Innovación Abierta** es un paradigma que asume que las empresas pueden y deben utilizar **ideas externas e ideas generadas internamente**, así como caminos internos y externos para llegar al mercado, en sus retos de desarrollo tecnológico”

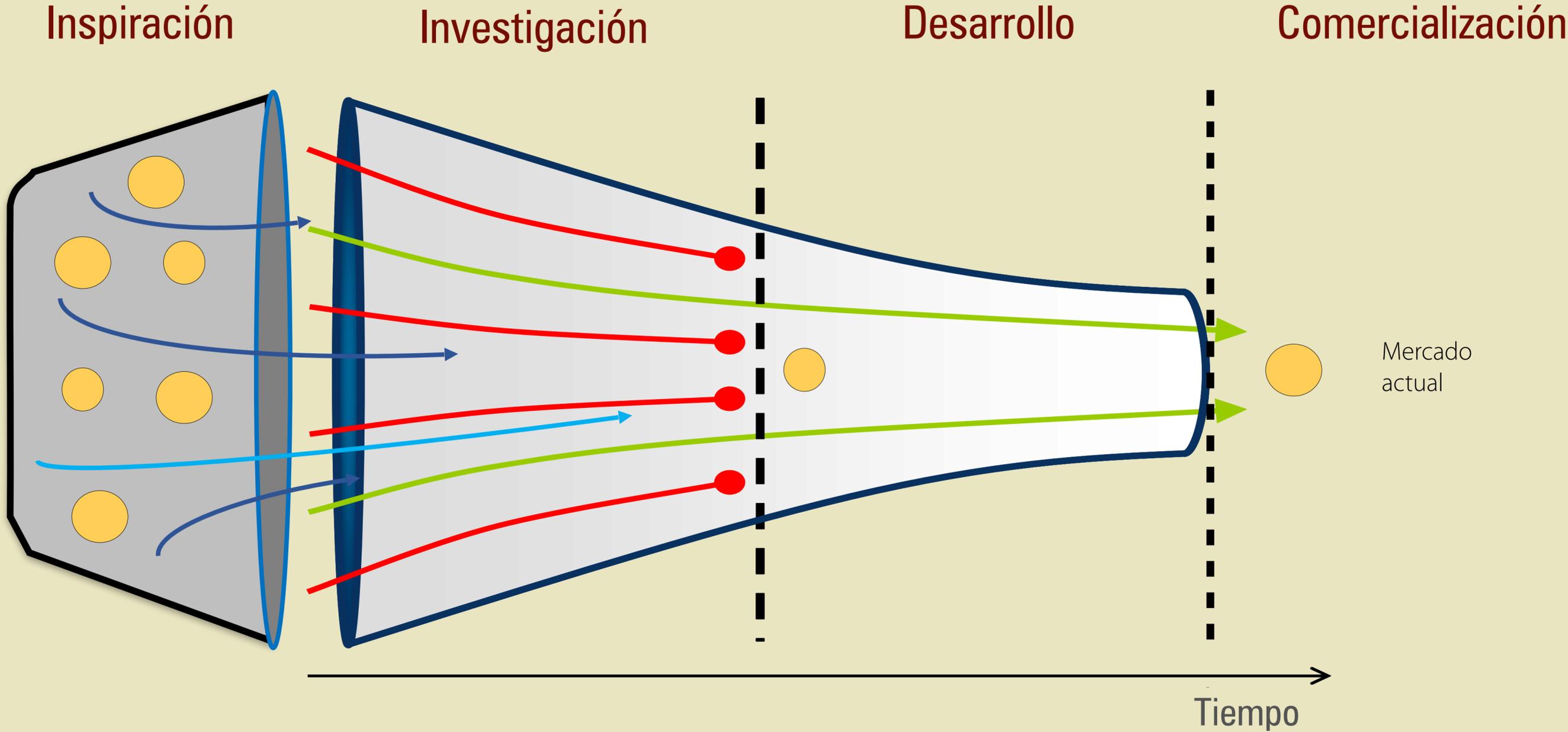
HENRY CHESBROUGH, 2003

2003: Rompimos las fronteras



Proceso tradicional

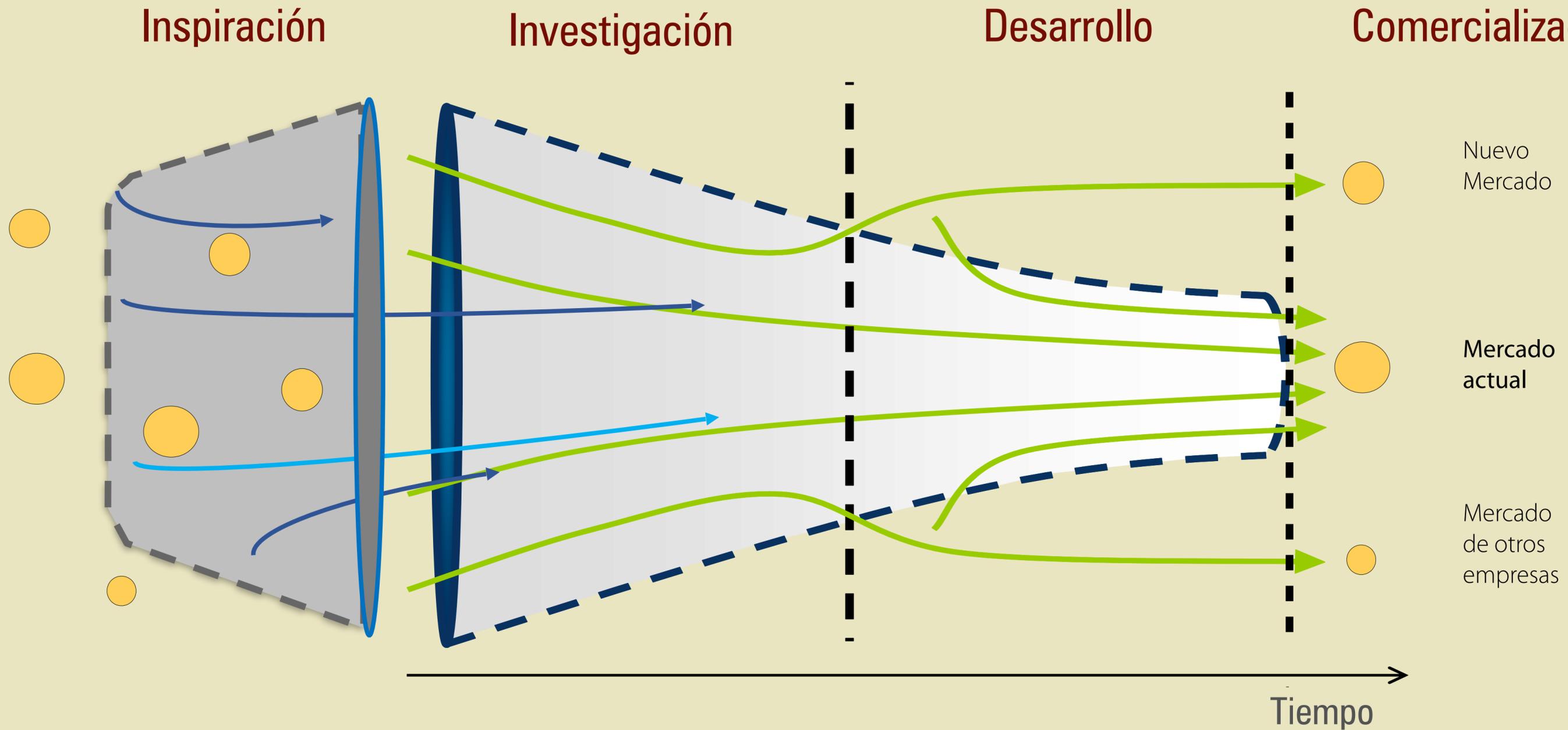
Fuente: Modificado de H. Chesbrough, Open Innovation



Innovación cerrada: su foco son las capacidades internas

Proceso abierto

Fuente: Modificado de H. Chesbrough, Open Innovation



Innovación abierta: combina capacidades internas y externas y vías internas y externas hacia el mercado.



Cambio de paradigma

"Si hubiera preguntado a mis clientes lo que querían, hubieran dicho un caballo más rápido".

Henry Ford



Si realmente se quieren innovar no puede depender exclusivamente de las fuentes convencionales y previsibles

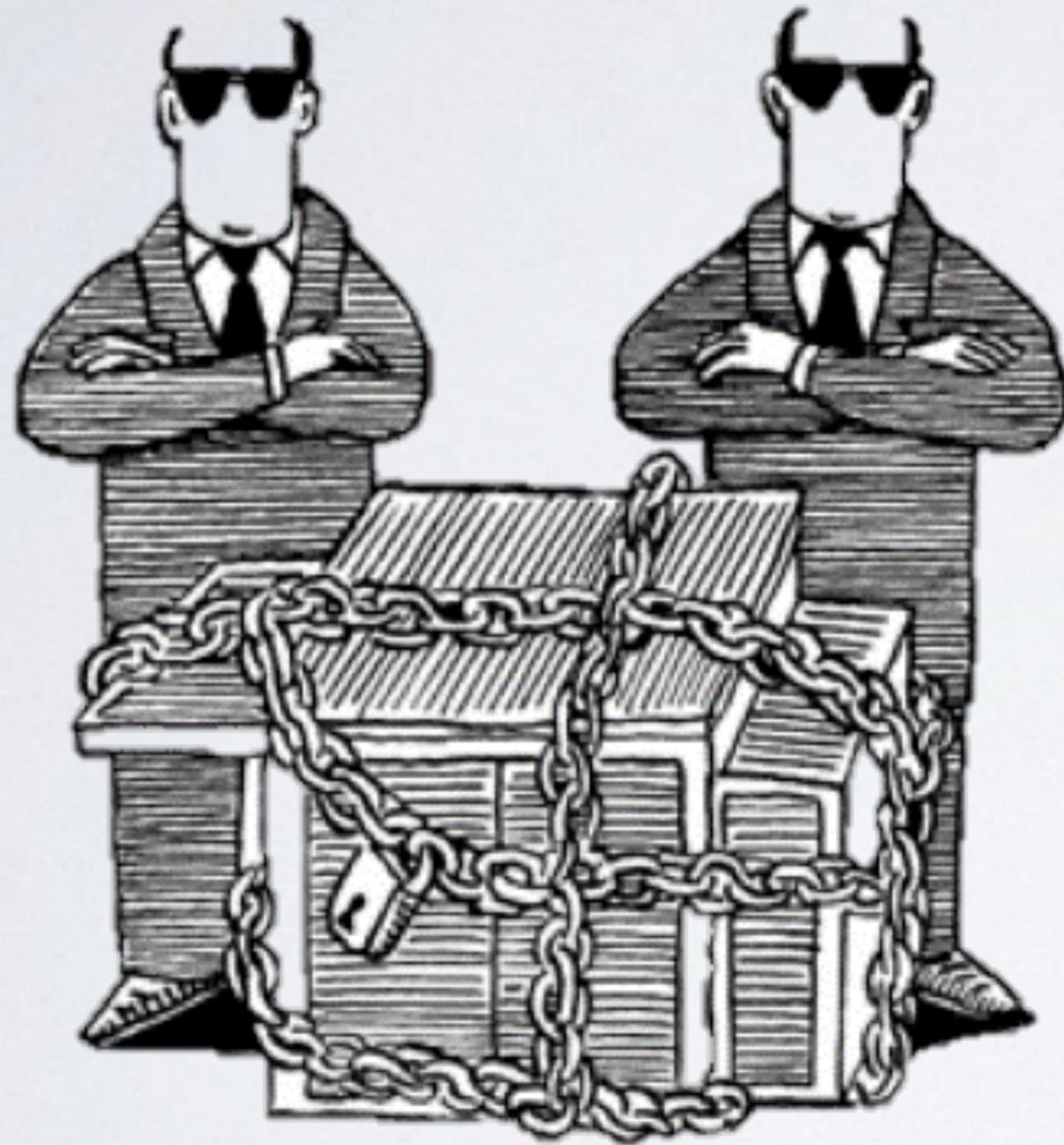
Apertura



Los mejores talentos, recursos, tecnologías e ideas no siempre están dentro de una organización, y no necesariamente tienen que estar.

Lo que importa es tener acceso a ellos.

La información es el poder



“Hoy es bastante difícil mantener los secretos y competir estratégicamente”.





Hacer



Open Game

EL JUEGO DE LA INNOVACION ABIERTA



Innovación Abierta



Una mirada desde el
buscador de soluciones

De la estrategia a los desafíos

Elementos para la Implementación

LO QUE QUEREMOS CON
LA INNOVACIÓN ABIERTA

¿CÓMO QUEREMOS
HACER INNOVACIÓN?

¿CON QUIÉN
QUEREMOS INNOVAR

OBJETIVOS PARA
INNOVACIÓN ABIERTA

FORMAS /
MECANISMOS DE
INTERACCIÓN

SOLUCIONADOS

Buscadores de soluciones (Seekers)



Empresa o institución que identifica una necesidad, y desea resolverla con ayuda externa, y manifiesta su requerimiento.

Provee la descripción del problema, el contexto y ofrece una forma de recompensa para una solución seleccionada de entre las propuestas



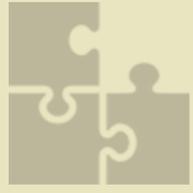
Gobierno



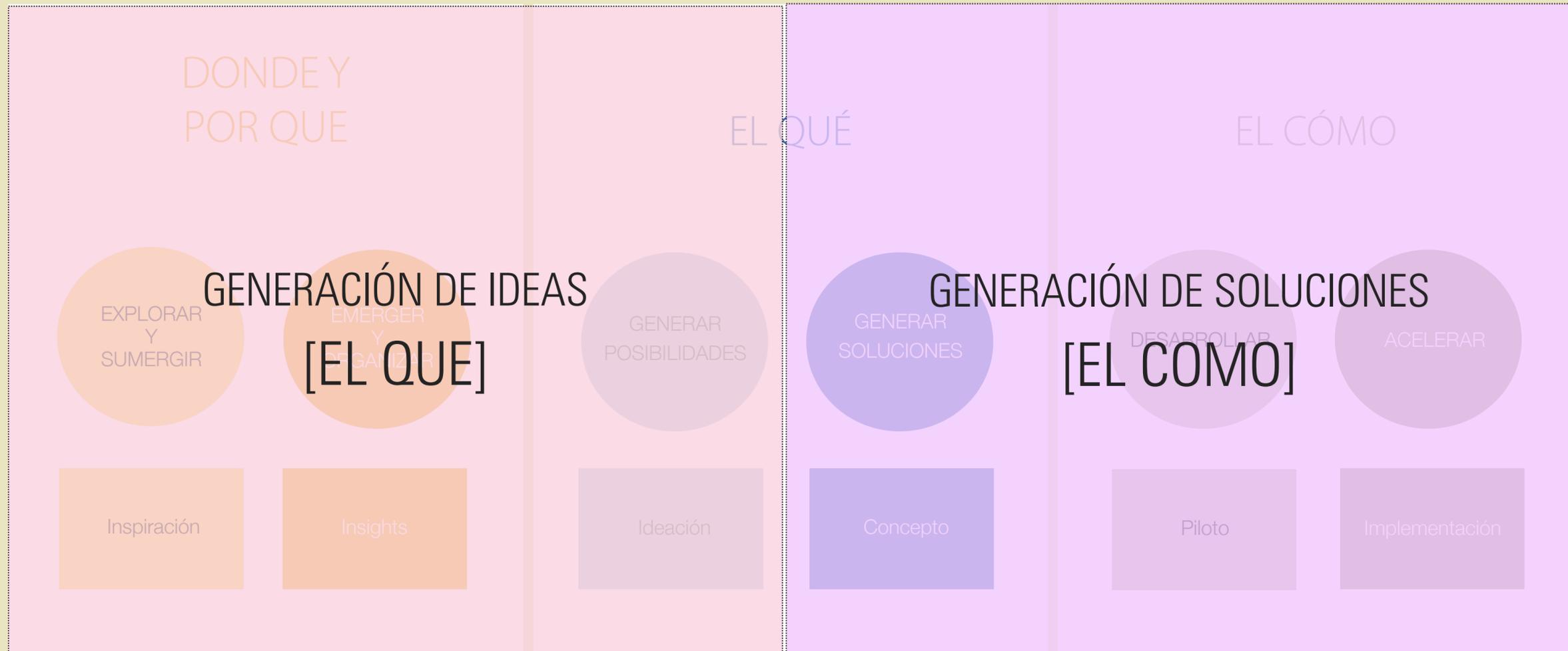
Empresa



Gremio



¿Qué parte del proceso puede ser abierto?



¿Cuáles etapas nos interesa llevar a cabo de forma abierta?

Riesgo y recompensa

Innovar en alianza implica compartir tanto los riesgos como las recompensas



La innovación es riesgosa y costosa:

- <1 de cada 100 nuevas tecnologías / ideas en las que se invierte generan retornos.
- Considerar tanto los gastos como las probabilidades de éxito hacen de la distribución del riesgo una buena práctica.



¿Por qué compartir las recompensas?

- Los incentivos motivan la participación, por ende, el obtener mejores ideas de calidad.
- Hacen que las personas con buenas ideas se contacten con usted y no con sus competidores.
- La estrategia de innovación abierta no se trata de obtener algo por nada.

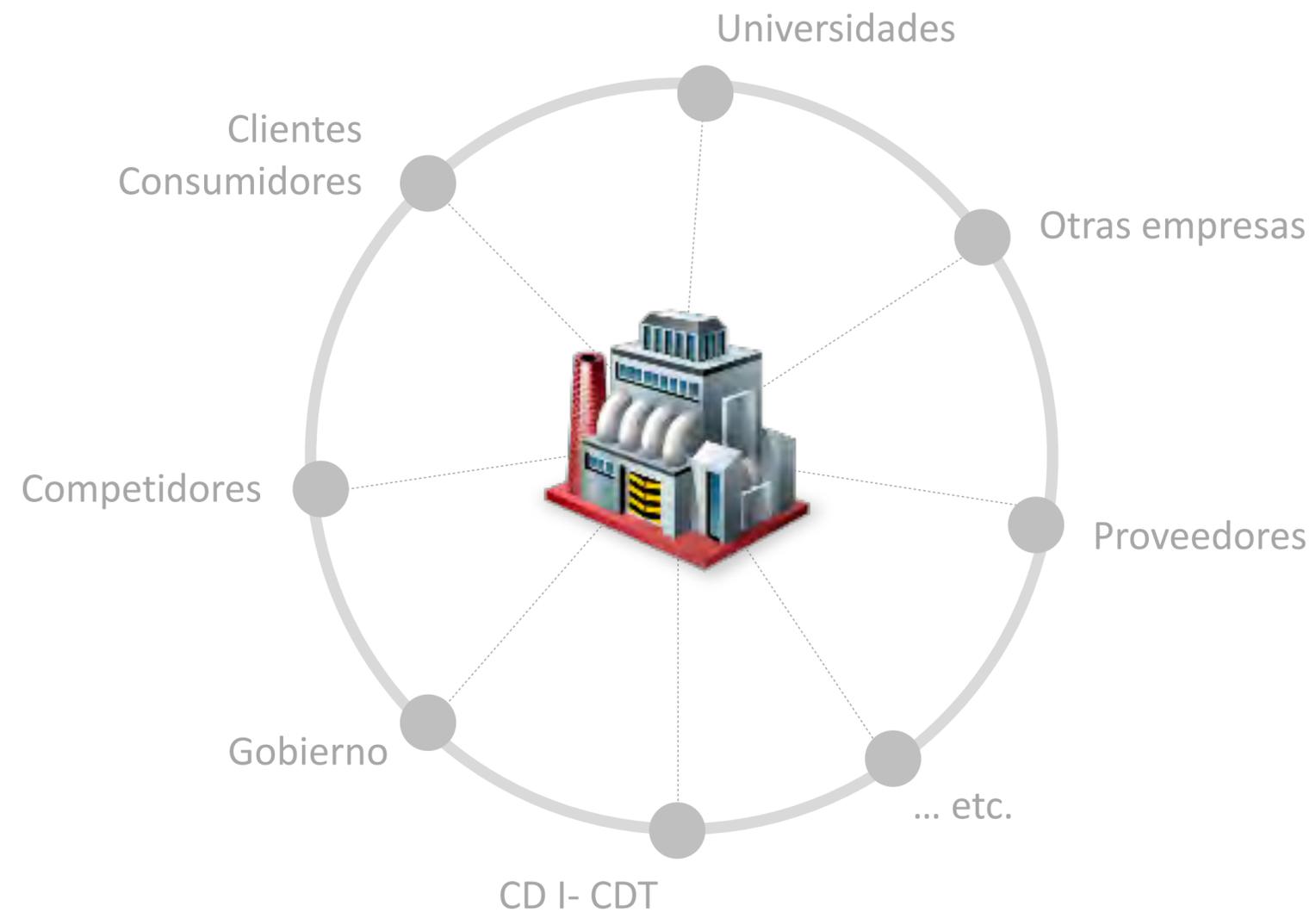
Un buen trato es aquel que es justo para ambas partes



Solucionadores

¿CON QUIÉN
QUEREMOS INNOVAR

¿Con quien queremos innovar?

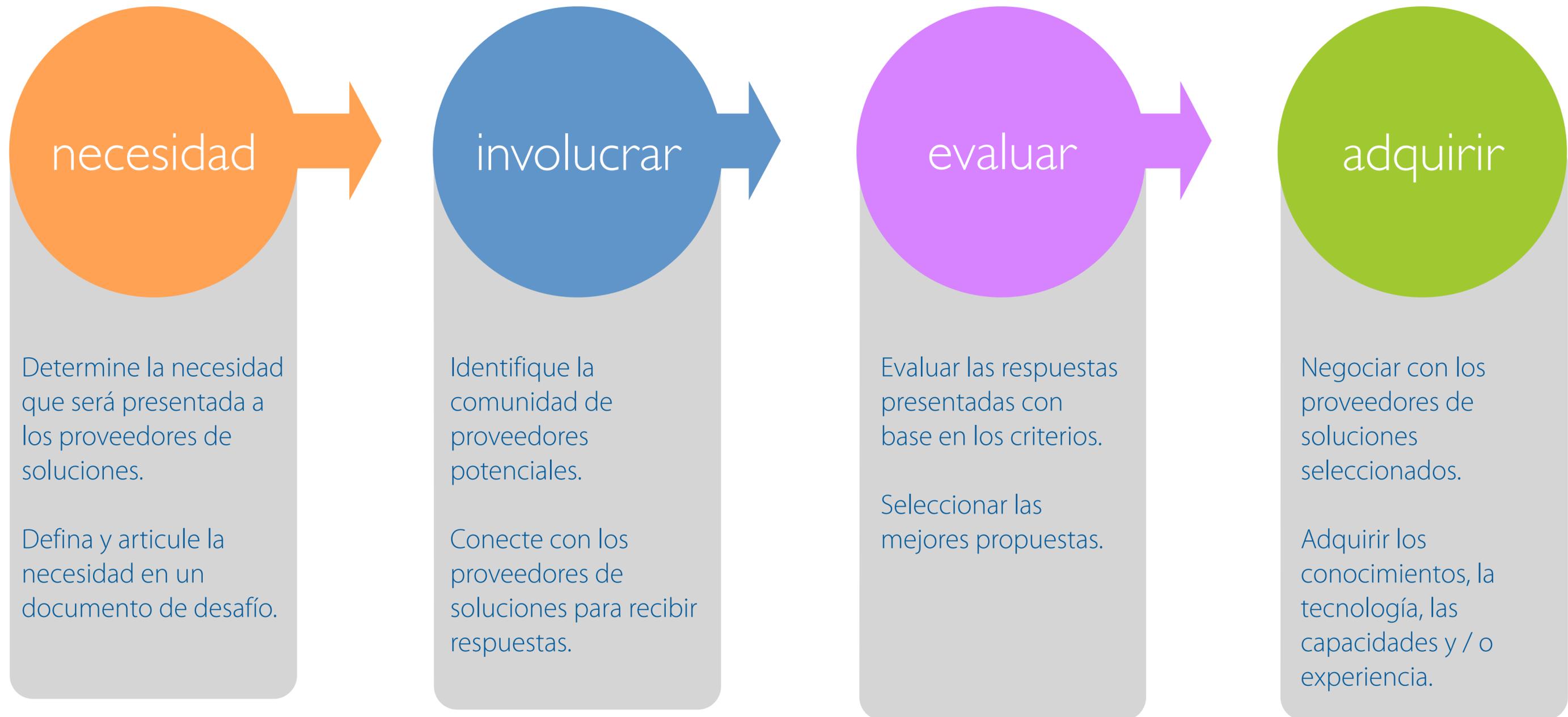




Empezando...

De la estrategia a la práctica

Estructurando el desafío





necesidad

“Tener un problema bien formulado
es tener la mitad de la solución”

CHARLES F. KETTERING (AMERICAN ENGINEER, INVENTOR OF THE
ELECTRIC STARTER, 1876-1958)

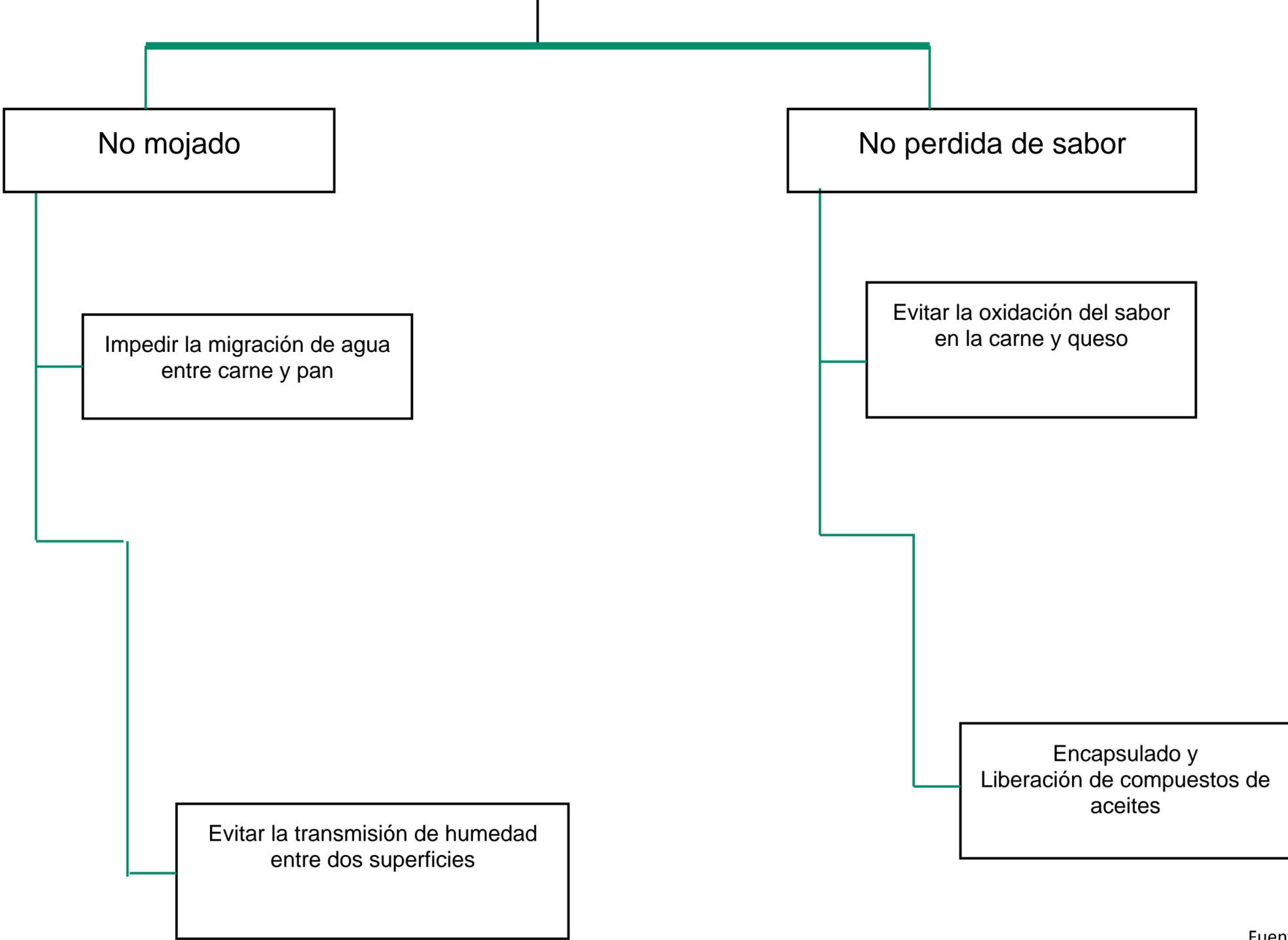
Necesidad/ requerimiento

Reformular
el problema, **el arte
de pensar diferente**

Dominar la capacidad de replantear los problemas es una herramienta importante para el aumento de su imaginación, ya que abre una amplia gama de soluciones.

**EJEMPLO
HIPOTÉTICO**

Sandwiches frescos para llevar



¿Cuales son las características o atributos claves de desempeño?

¿Porqué no lo podemos hacer hoy?
¿Qué tecnologías son requeridas?

¿Puede la necesidad ser declarada genéricamente para permitir que otras industrias se conecten?

Fuente: Ninesigma



Reframing Matrix

Herramienta creada originalmente por Michael Morgan.

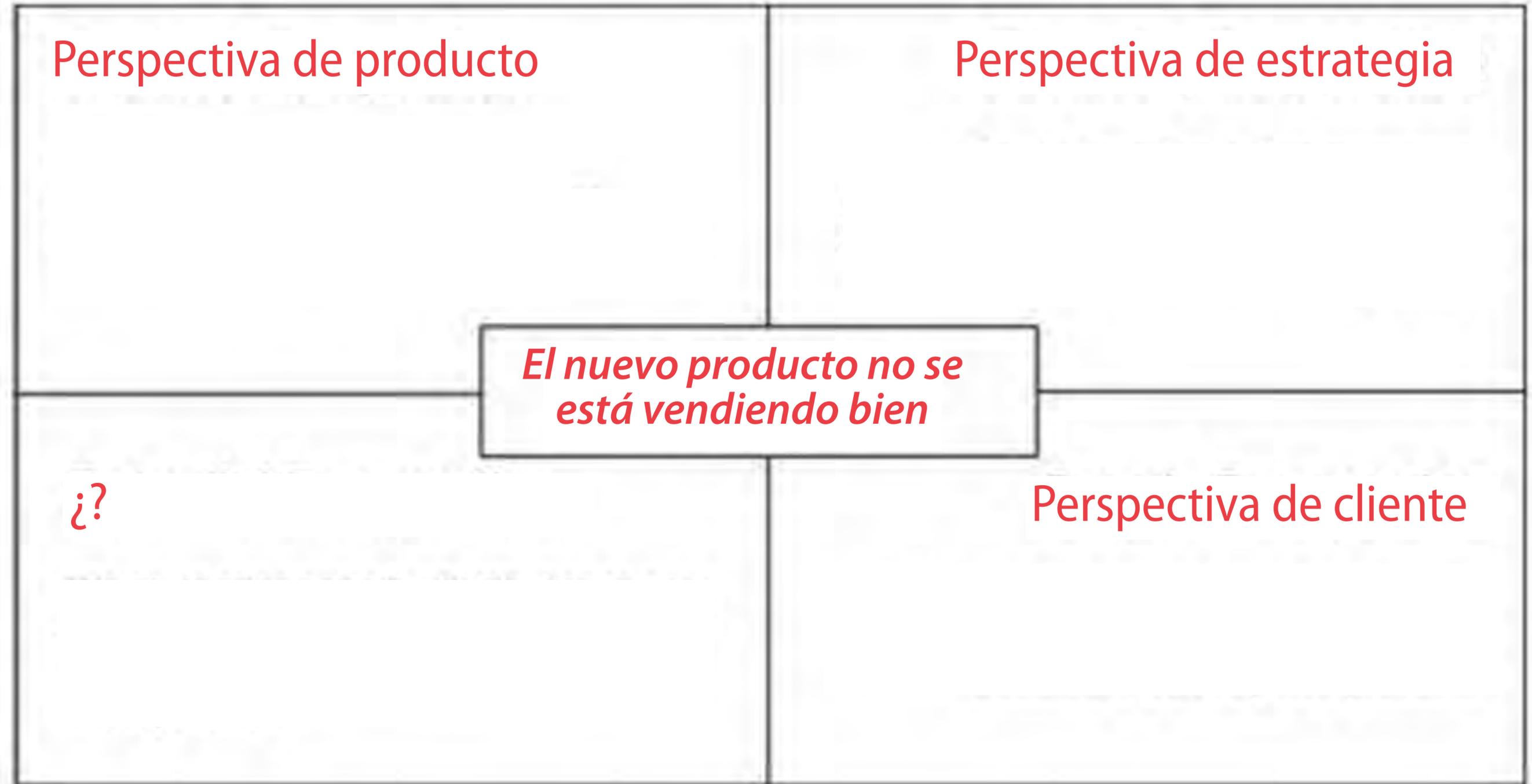
Analizar un problema desde diferentes perspectivas.



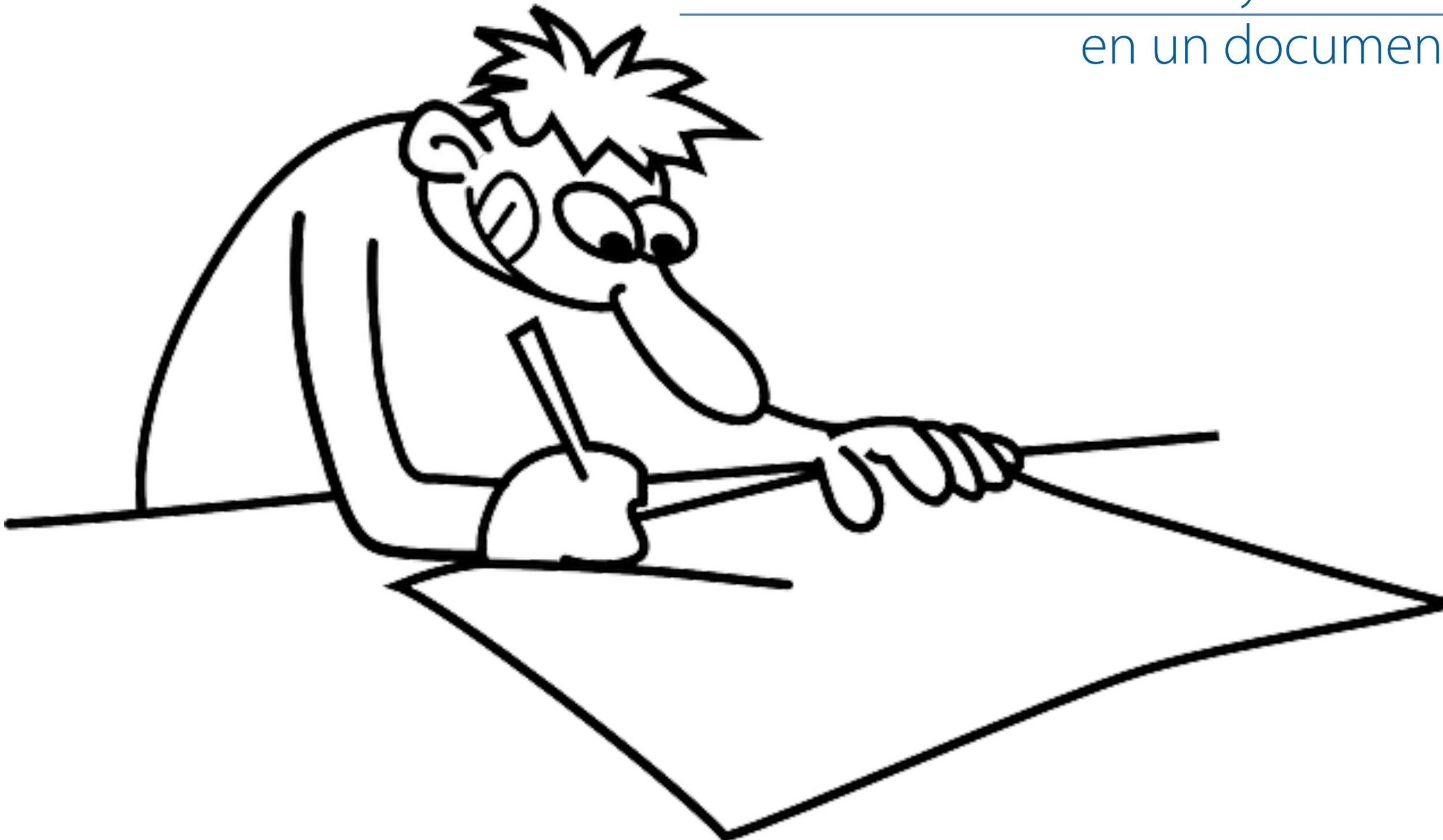


Hacer

Reframing Matrix



Defina y articule la necesidad
en un documento de desafío.





Desafíos de IA

Necesidad con condiciones técnicas, temporales y presupuestales definidas, cuya **solución** no se muestra factible, viable o práctica desarrollarla internamente, por lo que se busca la **colaboración externa**.



Ideas y Conceptos



Soluciones en
Desarrollo



Competencias

Determine la necesidad que se va a presentar a los potenciales proveedores de soluciones.



involucrar 

Definición de la comunidad

¿Quiénes serán la fuente de solución?



Especialistas

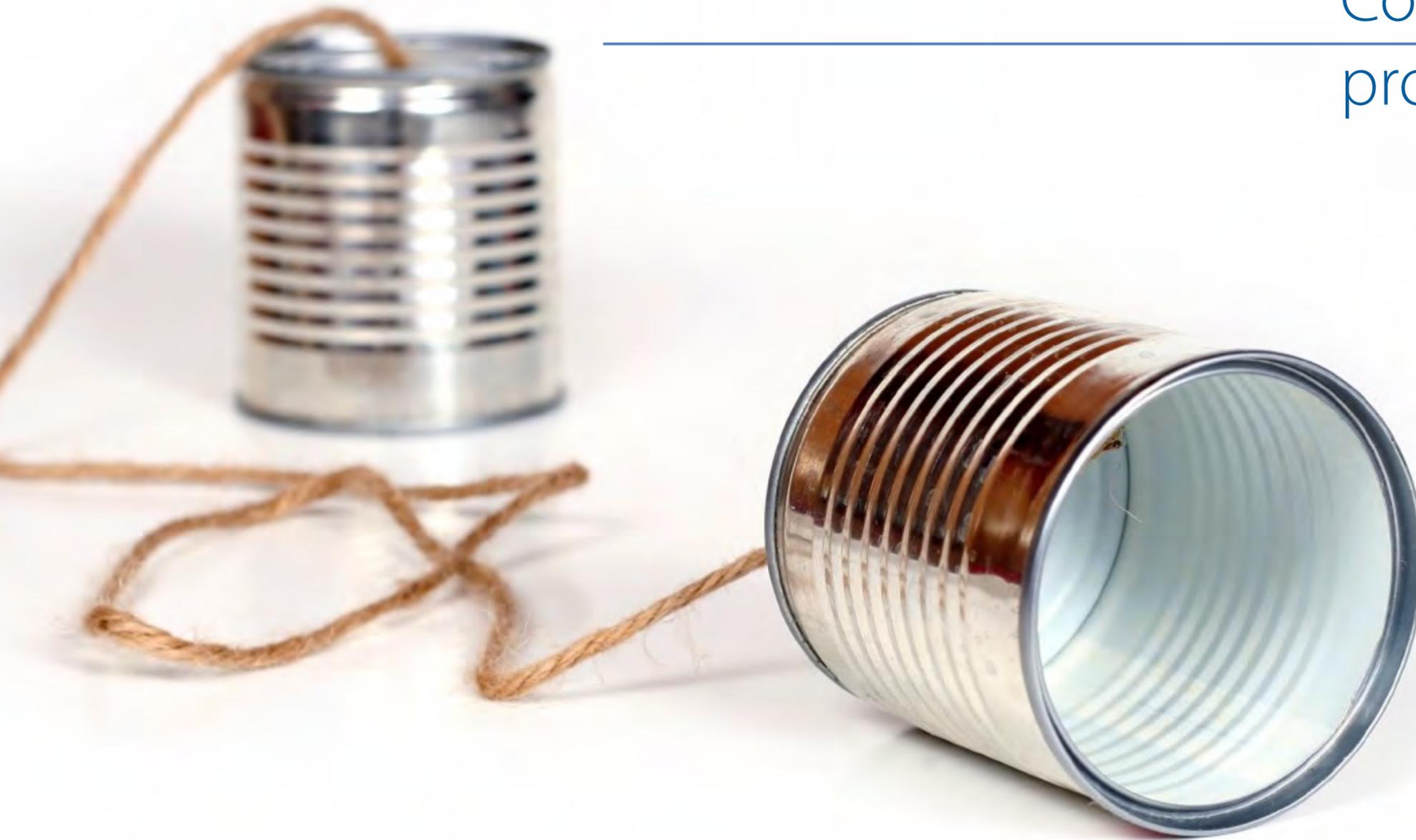
- Personas con conocimientos específicos en un área particular.
Ejemplos: Investigadores, especialistas en mercados, profesionales con amplia experiencia, analistas de tendencias, etc.



Público general

- Grupos de personas sin restricciones, con diversa formación académica, origen geográfico y experiencia profesional.
- Interesados en actividades de innovación y en algunos casos sin remuneración económica.

Conecte con los proveedores de solución



- Plataformas
- Directamente



Plataformas



Buscadores
de soluciones



Proveedores
de soluciones

Facilitan la conexión entre las empresas y el conocimiento externo



TIRED OF INNOVATION AS USUAL?



Discover how you and NineSigma can create
a world that is open for innovation.

WATCH VIDEO

NINESIGHTS GALLERIES select a gallery below to learn more.



SIEMENS



TATA STEEL



InnoCentive Challenge Programs

- Crowdsourced Innovation
- Custom Programs
- Promote Your Brand and Cause

Learn more »



REQUEST
A DEMO



SOLVE A
CHALLENGE



RESOURCE
LIBRARY

BIENVENIDO AL PROGRAMA DE INNOVACIÓN ABIERTA

Herramienta que acelera procesos de innovación y permite desarrollar soluciones –hoy inexistentes– para desafíos reales en empresas.

[VER LOS DESAFÍOS](#)

“Afuera no solo está la competencia, afuera también encuentro aliados y soluciones para crecer”,
Catalina Ortiz, Gerente General iNNpuls Colombia

PASO 1

Conoce los desafíos e identifica en cuáles puedes generar una solución innovadora.

1

PASO 2

Regístrate en la plataforma y revisa el detalle de cada desafío publicado.

2

PASO 3

Prepara tu solución de acuerdo a los requerimientos de las empresas recibiendo apoyo del equipo de soporte.

3

PASO 4

Sube tu solución innovadora y se parte de la primera convocatoria de innovación abierta en Colombia.

4



Algunas de las empresas más influyentes de Colombia buscan tu colaboración para innovar.

VER MÁS



Conoce la selección parcial de solucionadores
Colombia CO4

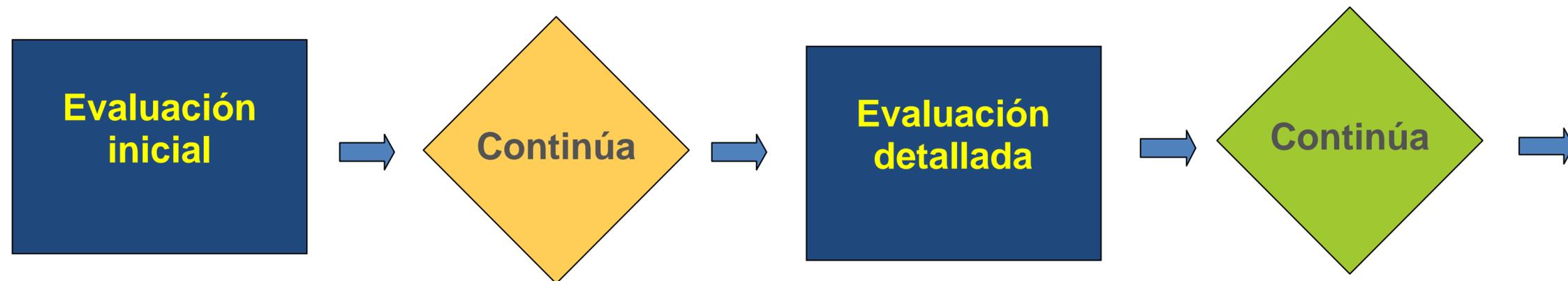




evaluar

Gestión de las soluciones y solucionadores

Evaluando adecuadamente los potenciales proveedores de solución



Revisión de las propuestas

- Desarrollar un plan de trabajo de evaluación inicial
- Determinar la información adicional necesaria
- Finalizar la evaluación y clasificación

- Establecer la necesidad de confidencialidad
- Evaluación técnica detallada
- Caso de negocio detallado
- Análisis IP
- Análisis Medio Ambiente Seguridad y Salud
- Desarrollar modelo inicial de relación

adquirir



Gestión de las soluciones y solucionadores

Evaluando adecuadamente los potenciales proveedores de solución

Negociar con los proveedores de soluciones seleccionados

- Desarrollo del acuerdo
- Plan detallado

Adquirir los conocimientos, la tecnología, las capacidades y / o experiencia

- Negociación
- Firma del acuerdo

Innovación Abierta



La mirada desde los
solucionadores

¿Cómo responder a un desafío de IA?

Solucionadores (Solvers)



Empresas o personas que a partir de su conocimiento técnico y experiencia, estructuran una propuesta de solución al desafío planteado.

Al ser seleccionado como solucionador se abre una opción de negocio y el camino para implementar la solución en un ambiente real.



Empresas



Emprendedores



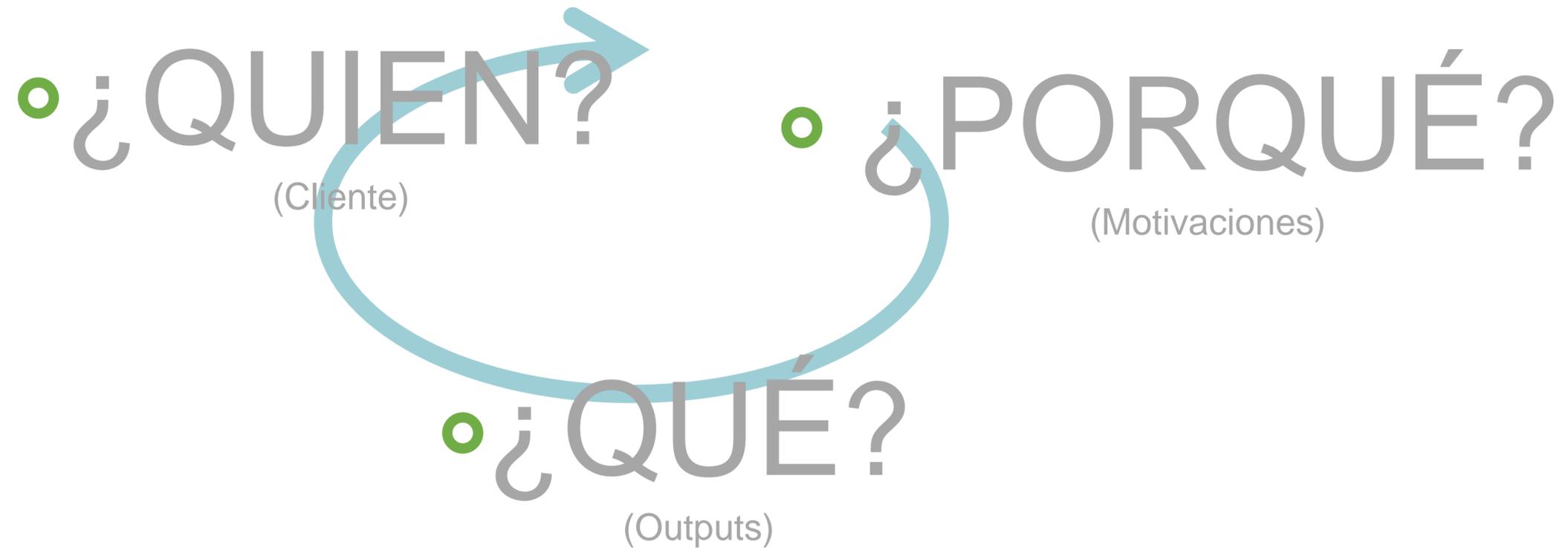
Investigadores



Respondiendo desafíos

Paso 1:

Entender el Problema





¿QUIÉN?

¿Quién tiene el problema?

¿Quién va a juzgar el éxito del proyecto?

¿Quién tiene la autoridad para poner en práctica las recomendaciones?

¿Qué puntos de vista influirán en quienes toman las decisiones?

¿POR QUÉ?

¿Qué es lo que el cliente quiere que suceda como resultado del proyecto?

¿Cómo encaja el proyecto con lo que el cliente trata de lograr?

¿Cuáles son los temas claves que el cliente quiere resolver?

¿QUÉ ES?

¿Qué temas deben ser investigados para lograr el objetivo?

¿Qué temáticas ayudan a definir el problema?

¿Qué es lo que el cliente necesita que se haga?

Paso 2:

Entender la oportunidad

Desde las capacidades

¿Hemos enfrentado este tipo de desafíos en el pasado y hemos tenido éxito?



- Contamos con **tecnologías ya desarrolladas o en fase de desarrollo** para otras aplicaciones, pero son posibles soluciones para resolver el desafío.
- La empresa produce servicios, sistemas o equipo tecnológico que se puede **adaptar para resolver el desafío**.
- La empresa tiene **know-how y competencia tecnológica** y puede basarse en estos para desarrollar tecnologías y soluciones capaces de resolver el desafío

Paso 2:

Entender la oportunidad

Desde el negocio

¿Lo que tengo a ofrecer y lo que espero a cambio?



- Evalúe las **condiciones de negocio y las posibilidades de interacción** propuestos en el desafío.
- Evalúe lo que su empresa realmente **está dispuesta a ofrecer** en términos de resultados y soluciones para el reto, y **qué retorno le gustaría obtener.**
- **Haga el presupuesto de su proyecto.** Asegúrese cuanto le cuesta a su empresa y si es adecuado a las expectativas de la empresa dueña del desafío.

Paso 3:

Describir la solución



¿Cuál es la solución propuesta para resolver el desafío?

Es importante dejar claro y detallado el abordaje tecnológico que se propone para resolver el desafío

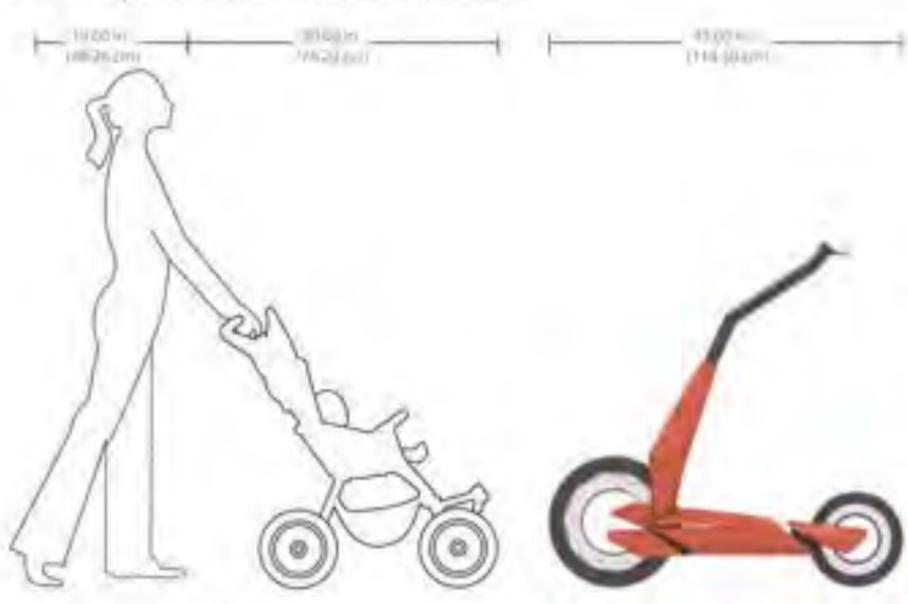
Enfoque tecnológico propuesto

- ¿Cuál es el **principio de funcionamiento** de la tecnología o solución?
- ¿Como es la **aplicación la solución** en su contexto? (la práctica del día a día)
- ¿Cuáles son los **requisitos o condiciones para que funcione**?
- ¿Cuáles son **los parámetros del rendimiento** de la solución propuesta?
- ¿Cuáles son las **tecnologías similares** disponibles en el mercado? ¿Y las ventajas de su abordaje?

size comparison



size comparison with mother and stroller

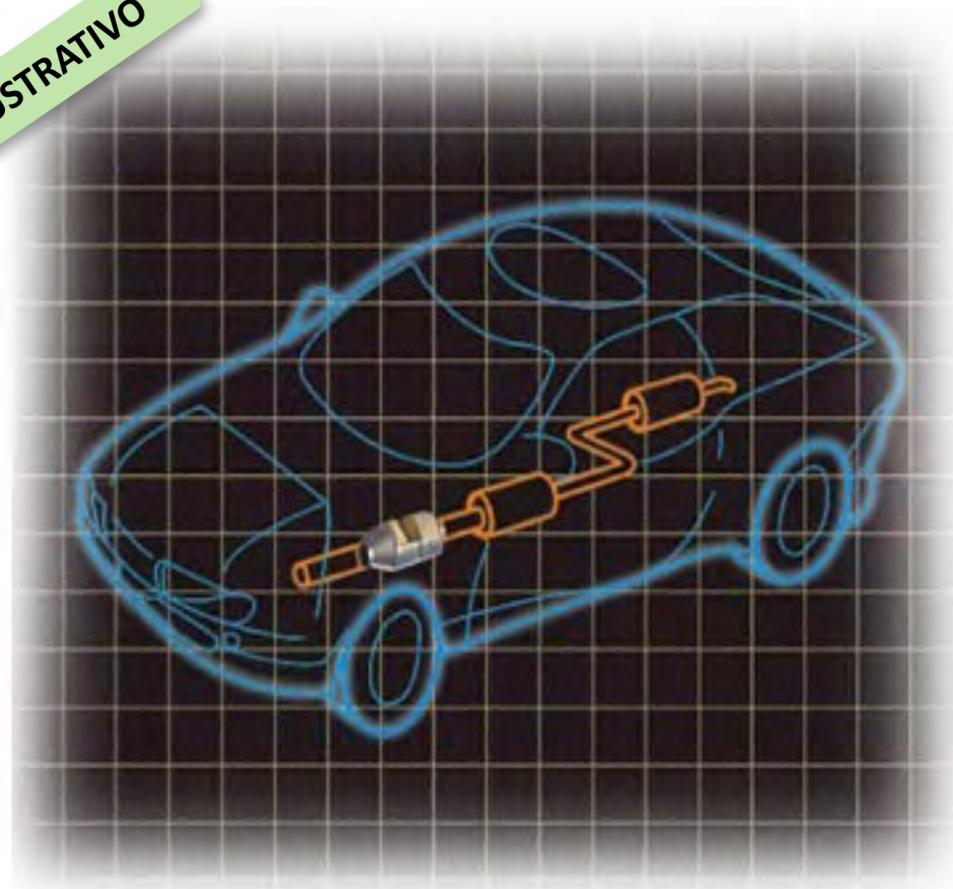


Enfoque tecnológico propuesto

PRINCIPIO DE FUNCIONAMIENTO DE LA TECNOLOGÍA

Concepto científico y técnico que permite el correcto funcionamiento de la solución

ILUSTRATIVO

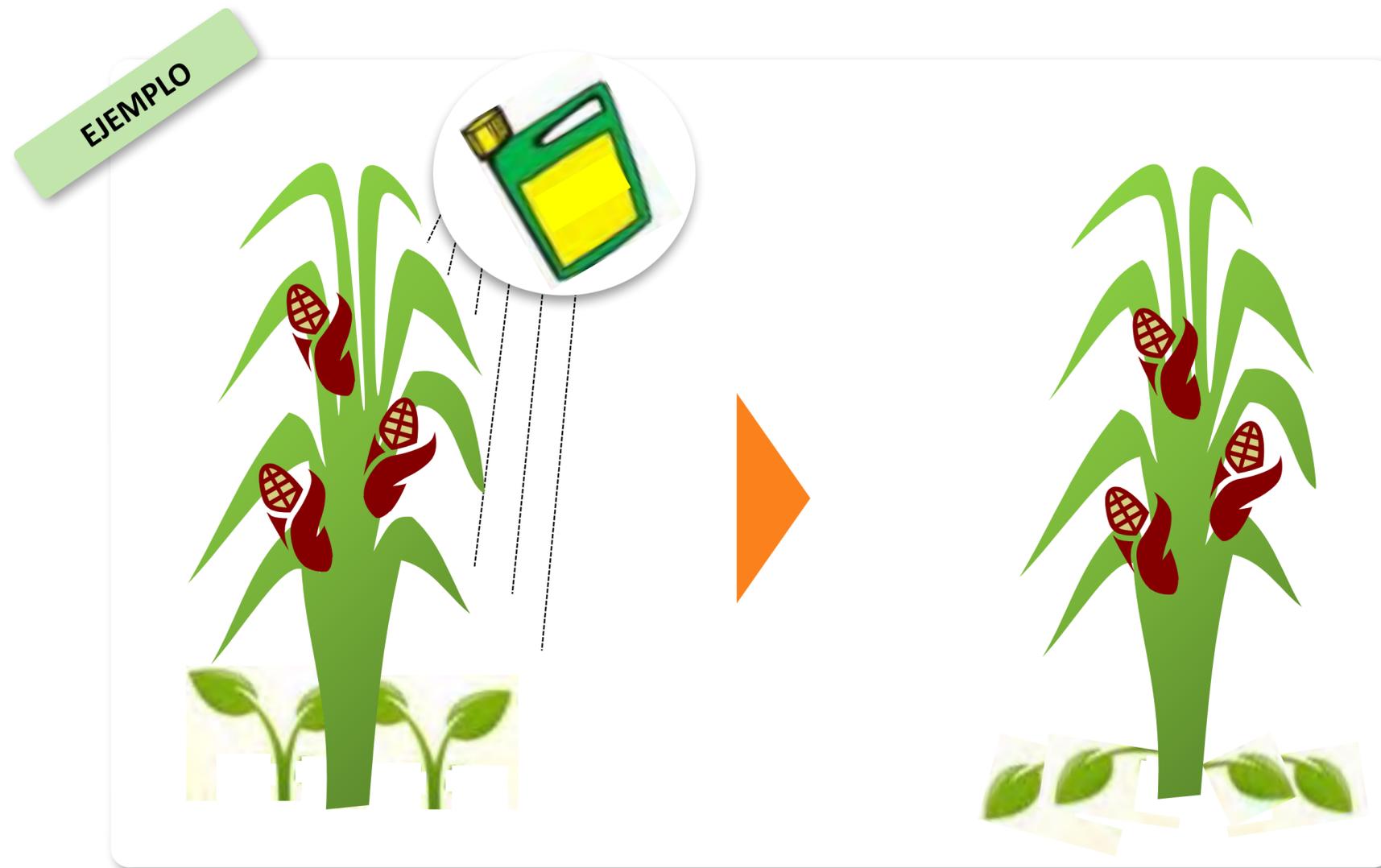


Las imágenes y figuras ayudan a ilustrar la tecnología o propuesta de solución

Enfoque tecnológico propuesto

APLICACIÓN DE LA SOLUCIÓN EN SU CONTEXTO

Como la tecnología o solución se utilizará en la práctica por el usuario? el "día a día"



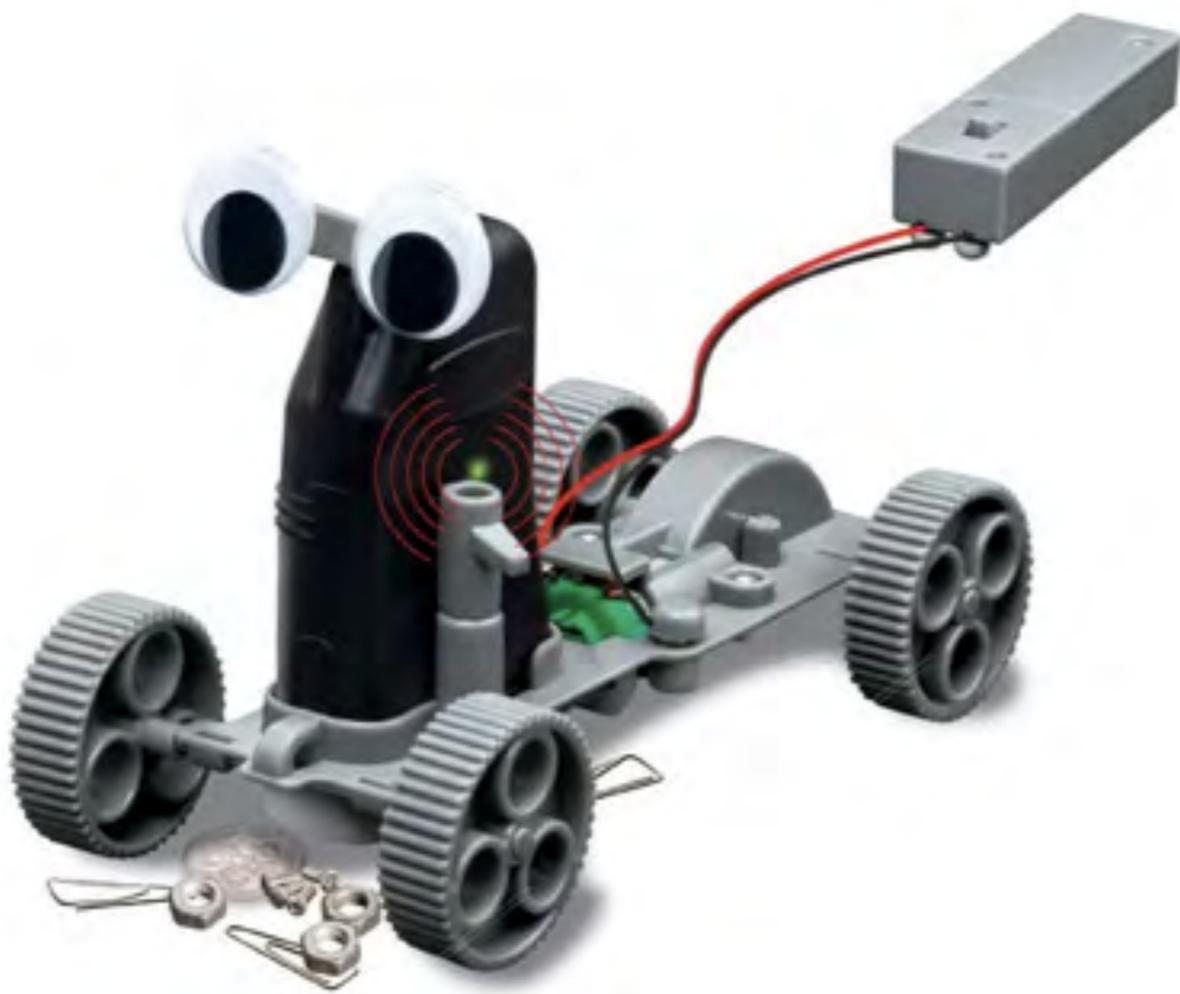
Formulación química de los componentes de la acción selectiva del herbicida selectivo, es decir, que debe ser aplicado o solo actúan en ciertos tipos de plantas.

Paso 4:

Estado y plan de desarrollo

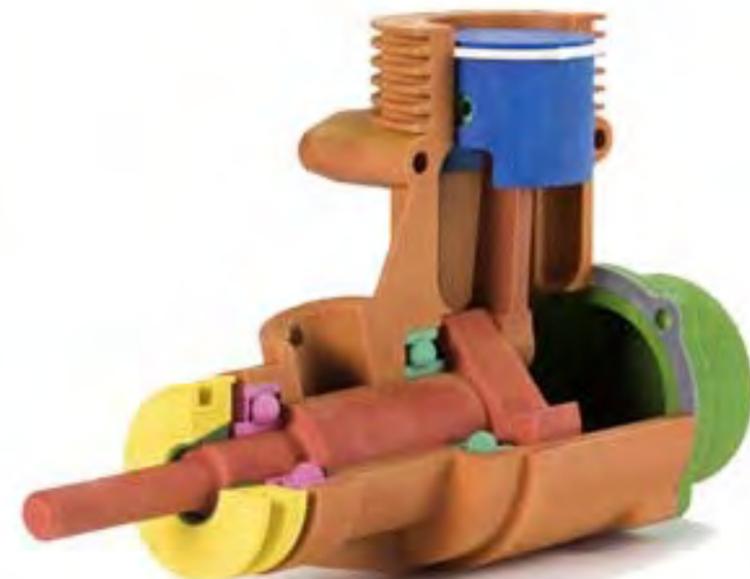
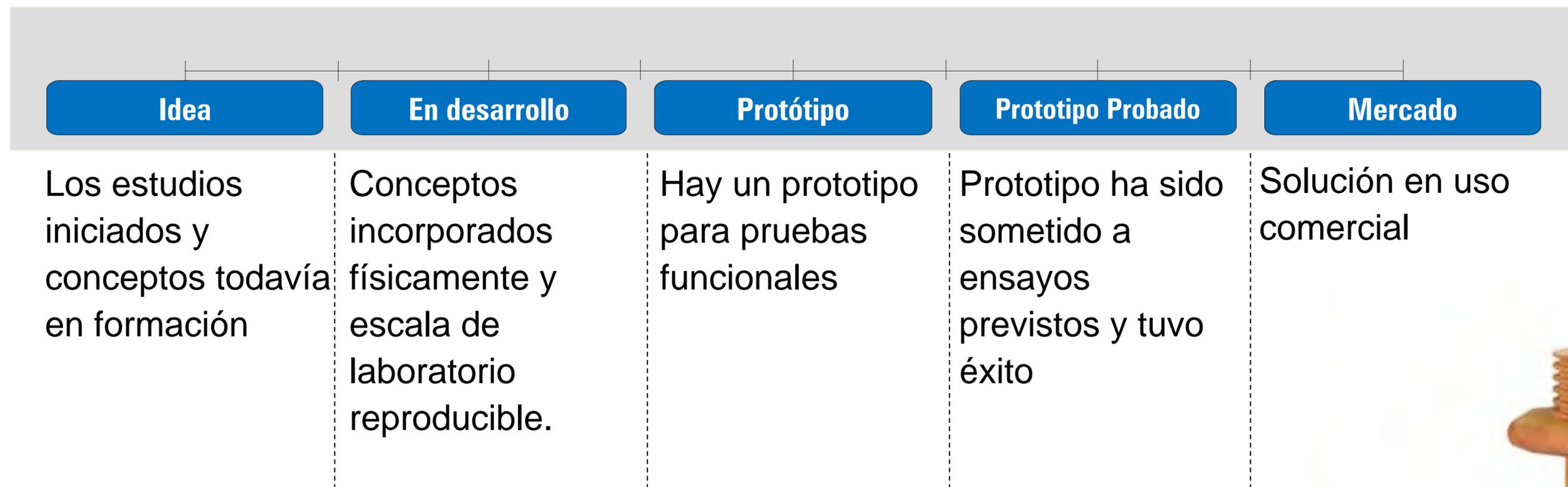
Lo que ya tengo de la solución y lo que aún me queda por hacer para ponerla en práctica.

Es importante mostrar lo que se ha hecho, los resultados alcanzados y cuáles son los próximos pasos para la implementación de la solución



Estado y plan de desarrollo

- ¿Cuál es el **estado de desarrollo** la tecnología o solución?
- ¿Qué **pruebas y actividades** se hicieron?
- ¿Qué **pruebas y actividades** tienen que llevarse a cabo?
- ¿Cuál es el **cronograma de desarrollo**?



Plan de desarrollo

CRONOGRAMA DE DESARROLLO

Las actividades que se desarrollarán y los plazos

EJEMPLO Atividades	Semana 1 22 a 26/03	Semana 2 29/03 a 2/04	Semana 3 5 a 8/04	Semana 4 12 a 16/04	Semana 5 19 a 23/04	Semana 6 26 a 30/04	Semana 7 3 a 7/05	Semana 8 10 a 14/05
<ul style="list-style-type: none"> Testes Família A - Especificação materiais - Teste de aderência (4 x 2 = 8) - Teste eficiência 								
<ul style="list-style-type: none"> • Testes Impregnação suporte atual - Impregnação com material X (pesquisa Uberlândia) - Impregnação com material A 								
<ul style="list-style-type: none"> • Testes de Campo - Assinatura de NDAs c/ prestadores de serviços - Aquisição de catalisador automotivo 								

 Acertado

 Para discussão



**SÉ UNA DE LAS PIZAS
QUE NOS HACEN FALTA.**

EL RETO BAVARIA

ES UN PROGRAMA DISEÑADO PARA ACELERAR PROCESOS DE **INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO QUE PERMITAN** DESARROLLAR SOLUCIONES PARA DESAFÍOS REALES QUE ENFRENTA BAVARIA ASOCIADAS A TEMAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

ESTOS RETOS SON LANZADOS A GRUPOS DE **EMPRENDEDORES Y/O EMPRESAS PARA SER** SOLUCIONADOS CON INNOVACIONES CIENTÍFICAS O TECNOLÓGICAS QUE GENEREN VALOR COMPARTIDO PARA LOS PARTICIPANTES Y LA COMPAÑÍA.



[REGISTRO](#)

[VER RETOS](#)



RE...OS

CONOCE LOS RETOS DISPONIBLES, REGÍSTRATE Y ENVÍA TU PROPUESTA.

ESTA ES TU OPORTUNIDAD PARA CREAR O FORTALECER
TU NEGOCIO CON NUESTRO APOYO.



PET ÁMBAR

[+ INFORMACIÓN](#) [REGISTRO](#)



EQUIPOS DE REFRIGERACIÓN

[+ INFORMACIÓN](#) [REGISTRO](#)



ALCOHOL RESIDUAL

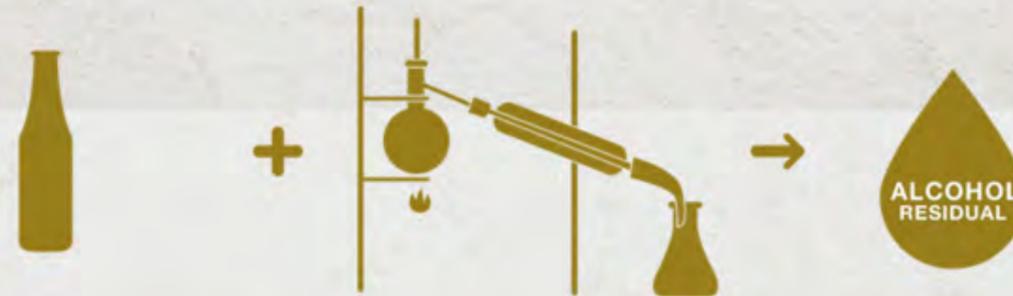
[+ INFORMACIÓN](#) [REGISTRO](#)



REOS

ALCOHOL RESIDUAL

SITUACIÓN ACTUAL:



EL RETO ES:



BAVARIA ESTÁ INTERESADO EN IDENTIFICAR UNA INDUSTRIA O UN EMPRENDIMIENTO QUE COMPRE Y HAGA UN USO NOVEDOSO (BIEN SEA EN DESARROLLO, APLICACIONES O MODELO DE NEGOCIO) DEL ALCOHOL RESIDUAL PRODUCTO DE UN PROCESO INTERNO DE DESTILACIÓN DE CERVEZA; LAS SOLUCIONES IDENTIFICADAS PODRÍAN CONVERTIRSE EN CLIENTES DE BAVARIA UNA VEZ ESTÉ ESTRUCTURADO SU PROCESO DE APROVECHAMIENTO.

BAVARIA ESTÁ EN DISPONIBILIDAD A TRAVÉS DE PROPIOS RECURSOS, DEL PROGRAMA DESTAPA FUTURO O DE SU RED DE ALIADOS, DE APOYAR EL EMPRENDIMIENTO O NUEVO NEGOCIO RESULTANTE PARA LA CONSECUCCIÓN DE RECURSOS Y ESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL.

DESCARGAR ARCHIVO RELACIONADO

REGISTRO

VER MÁS RETOS



APROVECHAMIENTO DE ALCOHOL AL 75% PROVENIENTE DE LA PRODUCCIÓN DE CERVEZA

BAVARIA está interesado en identificar una industria o un emprendimiento que compre y haga un uso novedoso (*bien sea en desarrollo, aplicaciones o modelo de negocio*) del **ALCOHOL RESIDUAL** producto de un proceso interno de destilación de cerveza; las soluciones identificadas podrían convertirse en clientes de **BAVARIA** una vez esté estructurado su proceso de aprovechamiento.

BAVARIA está en disponibilidad a través de propios recursos, del programa Destapa Futuro o de su red de aliados, de apoyar el emprendimiento o nuevo negocio resultante para la consecución de recursos y estructuración empresarial.

Se espera que las industrias interesadas tengan claridad de la limitación de volumen y se use en procesos específicos o complementarios a procesos productivos de gran escala.

PALABRAS CLAVE: • COMBUSTIBLES • QUÍMICA • DISOLVENTES • PERFUMERÍA •
INGENIOS • FARMACÉUTICOS

BAVARIA está dispuesta a considerar las siguientes alternativas de relacionamiento, en función del potencial de la solución planteada, las capacidades de la entidad oferente y sus características:

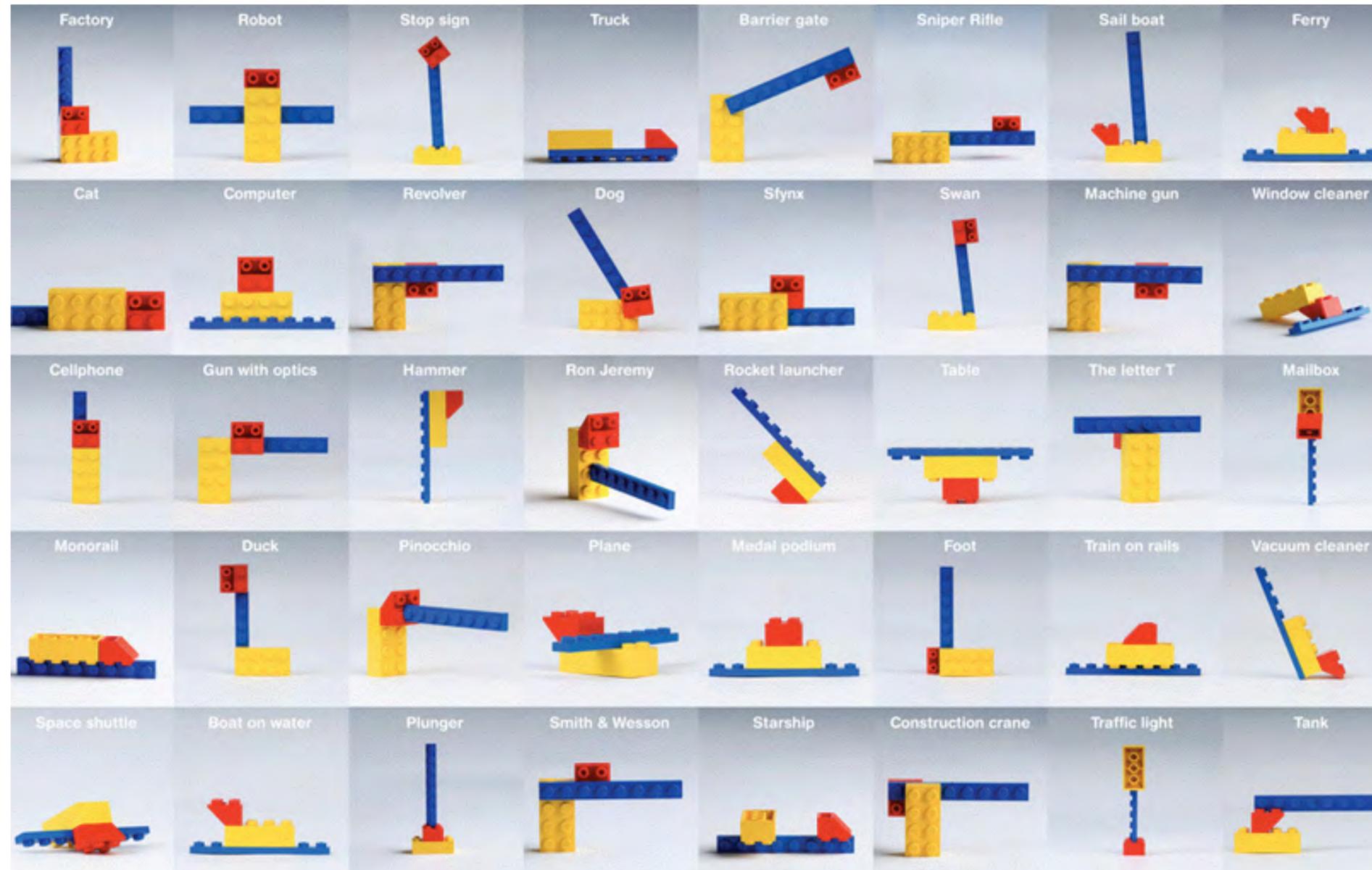
- En caso de encontrar soluciones de interés, **BAVARIA** estaría en disposición de, a través de recursos propios o gestionando con terceros, apoyar el desarrollo de la solución seleccionada.
- Acompañar el proceso de estructuración a través de mentores y aliados.
- No se descarta la participación de **BAVARIA** como partner en un eventual negocio; esto dependerá de las conversaciones con los solucionadores seleccionados.
- Con el solucionador seleccionado se definirán condiciones de negociación para un acuerdo de venta del alcohol.

DESCRIPCIÓN

A partir de un nuevo proceso de destilación, **BAVARIA** cuenta con un nuevo subproducto con un contenido de alcohol al 75-80% (en volumen), el cual será clasificado solamente para uso industrial, no para consumo humano. Se estima que mensualmente, desde la planta de Tocancipá (Cundinamarca) se producirán inicialmente 200 Hl, y a partir de 2015, 400 hectolitros (Hl) de este alcohol.

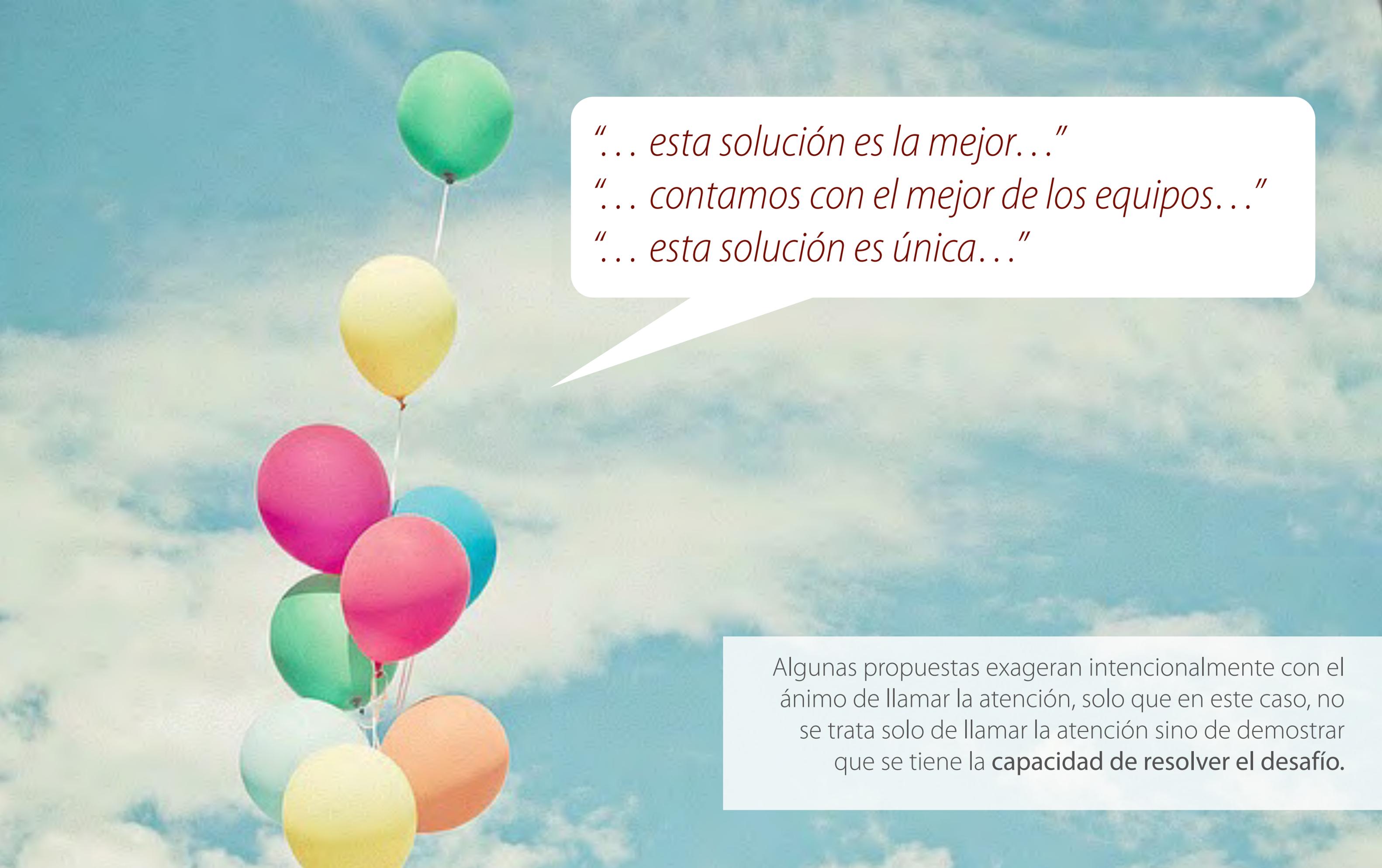
El solucionador debe estar en capacidad, o prever en su propuesta, el recoger el alcohol en las instalaciones de **BAVARIA** (Tocancipá), con los equipos adecuados para tal fin, cuidando la asepsia y

Un desafío, varias soluciones



Respondiendo asertivamente a un desafío...





"... esta solución es la mejor..."

"... contamos con el mejor de los equipos..."

"... esta solución es única..."

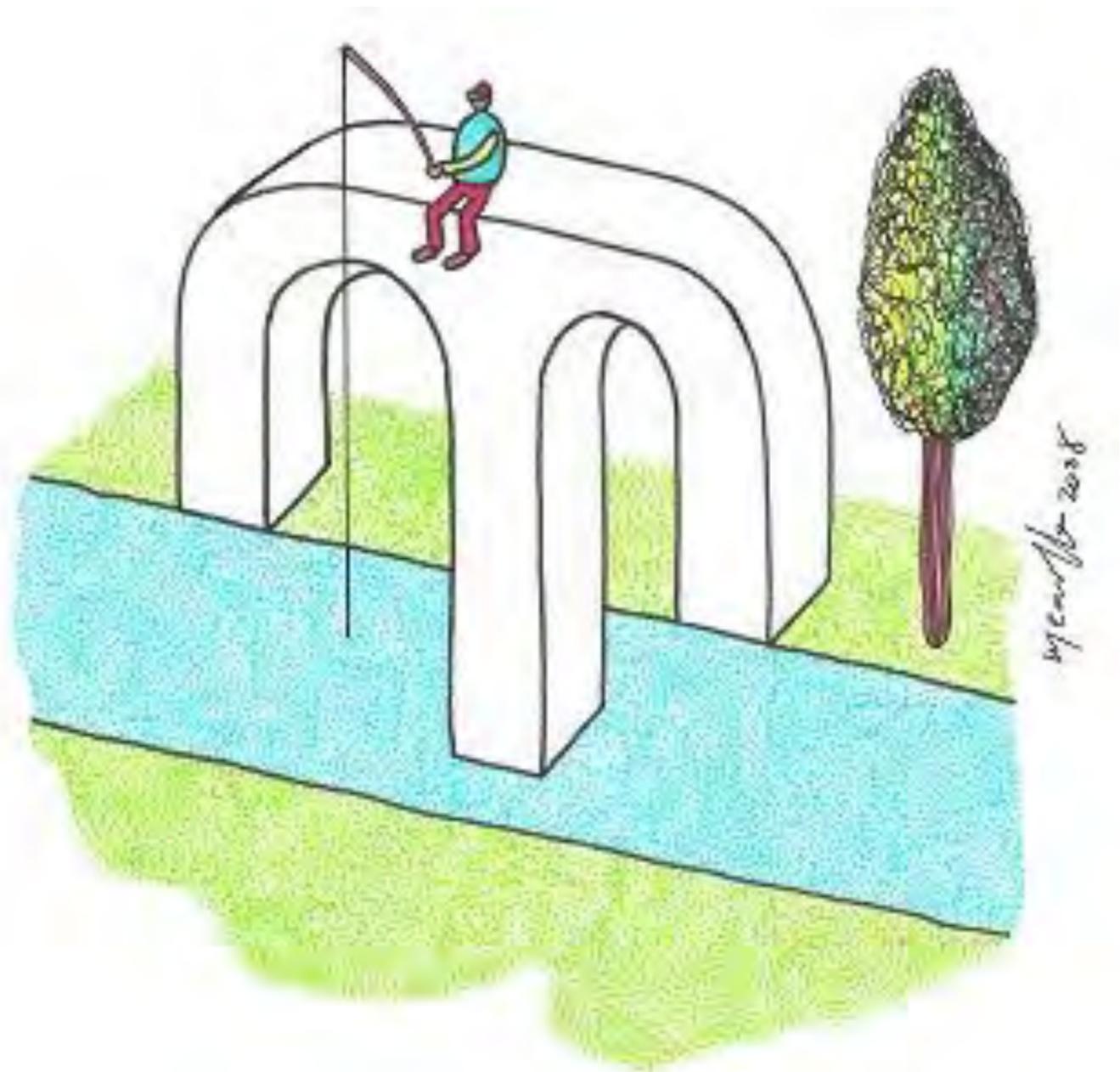
Algunas propuestas exageran intencionalmente con el ánimo de llamar la atención, solo que en este caso, no se trata solo de llamar la atención sino de demostrar que se tiene la **capacidad de resolver el desafío.**

“... solución completa, integral, flexible y atractiva...”
*“... una propuesta novedosa, fácil de implementar,
segura, y lo mejor económica...”*

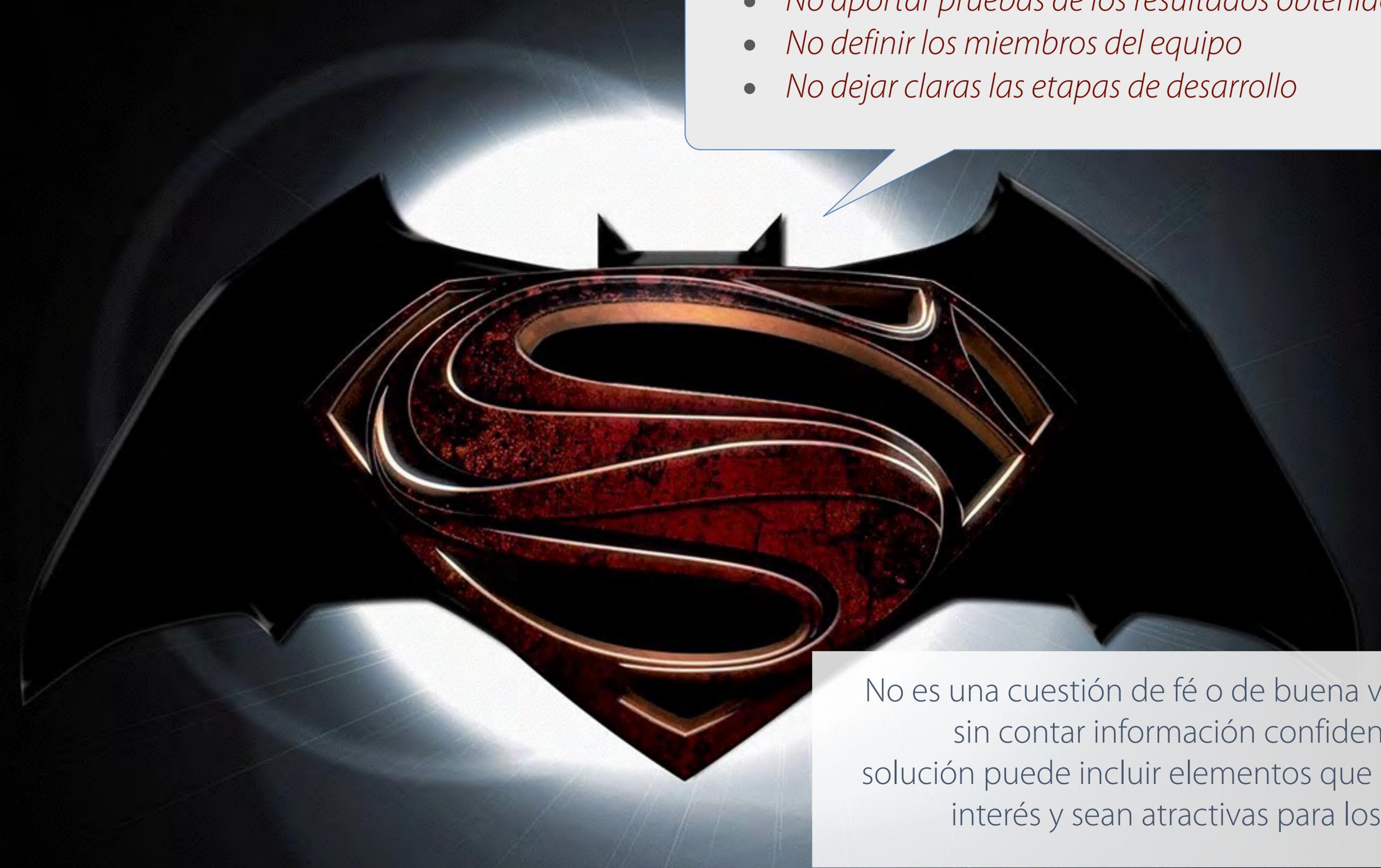


Una propuesta con “demasiados
adjetivos” pierde valor. La
conversación es principalmente
técnica, el discurso comercial
tiene espacio en otro momento.

"... el material es de alta resistencia ..."
"... un proceso de alto nivel de calidad..."
"... tiempos cortos de entrega..."
"... comprobada resistencia..."



Este tipo de descripciones, sin un referente, no son suficientes para demostrar que es una buena alternativa de solución.

- 
- *No aportar pruebas de los resultados obtenidos.*
 - *No definir los miembros del equipo*
 - *No dejar claras las etapas de desarrollo*

No es una cuestión de fé o de buena voluntad, sin contar información confidencial, una solución puede incluir elementos que generen interés y sean atractivas para los seekers.

2 0 1 5

Nadie quiere a Eddie Murphy respondiendo desafíos...



No es una rifa...contestar más desafíos definitivamente no lo hace un mejor solucionador. Cada proceso de evaluación es individual, si el seeker no encuentra lo que busca no elige a ninguno. Es clave responder mejor aquellos desafíos donde puedo diferenciarme de otras respuestas.

Mire como si se puede...



Forzar el encaje para que sean seleccionados, no los lleva a una fase posterior, y ambas partes habrán perdido lo invertido para llegar al mismo punto.



Recomendaciones finales

Póngase en el lugar de la empresa dueña del desafío que evaluará el proyecto:

- ¿Entenderá lo que se está proponiendo?
- ¿Cuáles son sus intereses?

Preste atención a las **oportunidades de negocio** que la empresa está dispuesta a aceptar:

ej.: Financiación de prototipos, adquisición de la tecnología o contrato de investigación. Adquisición o licenciamiento de la propiedad intelectual existente, posibilidad de negociar contratos de compra a corto, mediano y/o largo plazo



Recomendaciones finales

Preste atención a las **características** requeridas, deseables y **no deseables** del desafío.

Antes de escribir la propuesta, **planee su proyecto con relación a:**

- Oportunidad de negocio y la oferta económica
- Enfoque tecnológico para resolver el desafío propuesto
- Estado de la solución y plan de desarrollo y implementación

A close-up photograph of a yellow fire hydrant on the left side of the frame. A powerful stream of water is being sprayed out from the hydrant's nozzle, creating a large, white, turbulent plume that fills the right side of the image. The background is dark, making the bright yellow of the hydrant and the white of the water stand out.

Tipo de información
suministrada por las partes



Información NO confidencial

Al presentar una propuesta NO tiene que contarle todo

Las empresas que buscan soluciones comparten información relevante más no confidencial, de la misma manera debe proceder la empresa solucionadora. La información que se provee no DEBE estar relacionada con secretos industriales, detalle de patentes o información con un valor comercial.

La información de la propuesta debe ser relevante pero no de carácter CONFIDENCIAL y esta será responsabilidad de los titulares, con el fin de establecer una futura colaboración.

Tanto la empresa que busca una solución como los Solucionadores deben proveer una descripción suficientemente clara y atractiva.



Preocupaciones frecuentes

"No tengo suficiente información"

- Yo podría tener una buena solución, pero...
- No estoy seguro de...
- No estoy seguro si mi tecnología es apropiada porque...

"Necesito aclaraciones"

- Antes de diligenciar la respuesta, ¿esta idea te parece interesante?...
- No sé si esto está dentro del alcance...
- Cuando dices XXX, en realidad quieres decir...
- Me dan la oportunidad de preguntar

Detalles internos

- ¿Pueden ampliarme el plazo?
- ¿Es necesario que use el formulario?

Fuente:





Tenga en cuenta:

Todos los potenciales solucionadores tienen el mismo nivel de información.

Todos quisieran tener más información, pero es con la que cuentan.

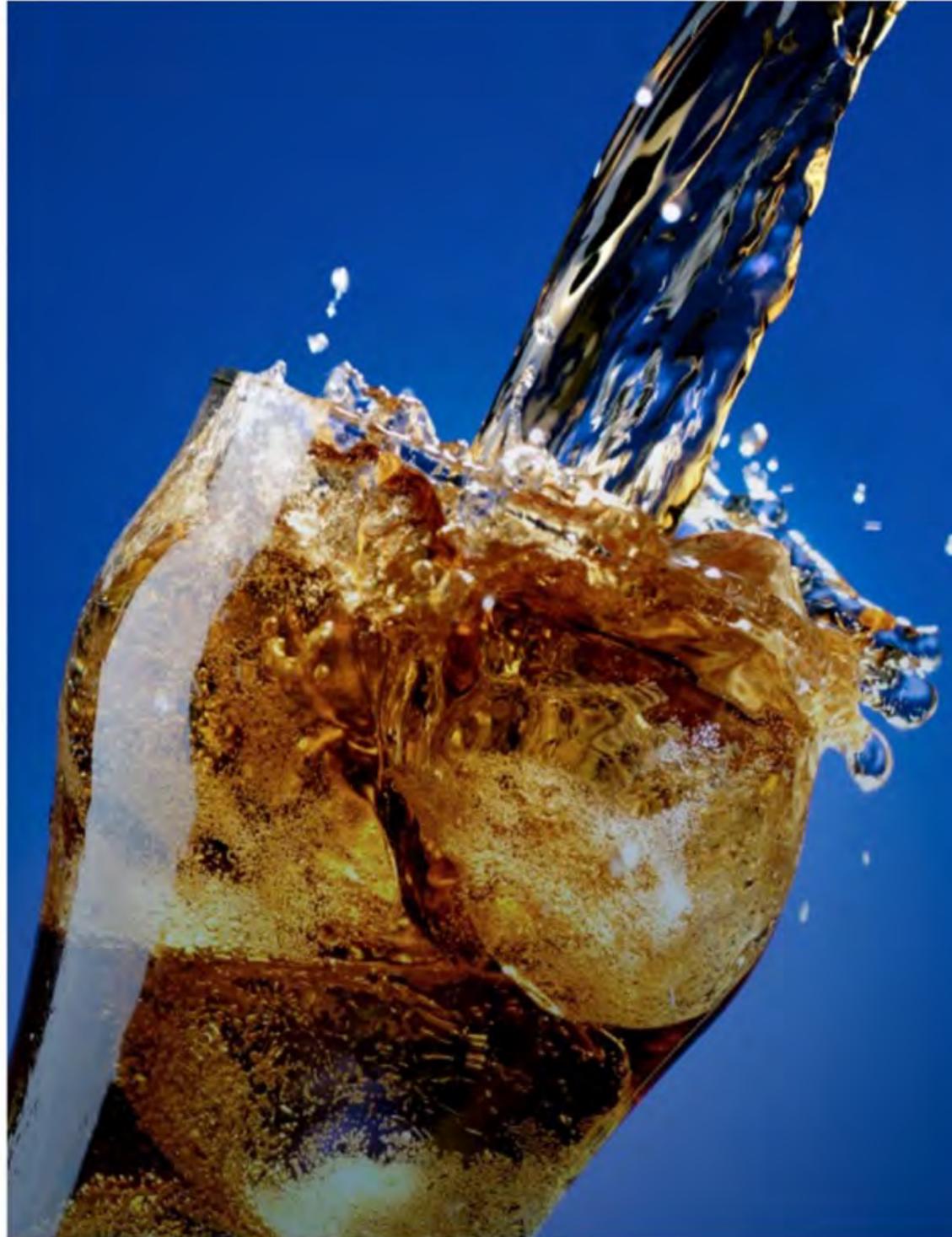
Quien lanza el desafío sabe qué información ha proporcionado, y por tanto hasta que nivel de especificidad pueden llegar las potenciales soluciones.

Fuente:

NINESIGMA
Accelerating the Innovation Cycle

inventta
where innovation lives

Caso de éxito



DESCRIPCION & DESAFIO

- Proyecto altamente estratégico para Coca-Cola. Debido a la protección de la propiedad intelectual, no se dio a conocer su aplicación final.
- La tecnología buscada (RFP) fue alto nivel: Se buscan socios desarrolladores de prototipos de equipos automatizados de Food Service.
- Coca-Cola sabía el tipo de relación y los parámetros que necesitaban y apalancó en la extensa comunidad técnica global de NineSigma.

RESULTS

- NineSigma ayudó a oca-Cola a identificar a Invetech, una empresa de desarrollo y automatización australiana, que construyó los prototipos para Coca-Cola Freestyle.
- Introducido a finales de 2009, Coca-Cola Freestyle (TM) es una fuente de innovación tecnológica con avances en microdosis para distribuir más de 100 marcas de bebidas en una misma maquina.

PUNTOS CLACE



- Proceso de RFP enmascaró la iniciativa estratégica y protegió la propiedad intelectual de mismo, al tiempo que se encontró un aliado que cumplió con los criterios específicos.
- El desarrollo se aceleró rápidamente.
- La geografía es irrelevante. El aliado fue ubicado en Australia.



Mauricio Reyes A
mauricio.reyes@inventta.net
[@reyespatria78](https://twitter.com/reyespatria78)

Nelson Mora
nelson.mora@inventta.net

Augusto Ruiz
augusto.ruiz@inventta.net

www.inventa.co
[@inventta_Co](https://twitter.com/inventa_Co)

CAMPINAS – SP
BRASIL
+55 19 3289-0353

BELO HORIZONTE
BRASIL
+55 31 3337-7418

RIO DE JANEIRO
BRASIL
+55 21 3010 9486

BOGOTÁ
COLOMBIA
+57 + 1 + 7027702