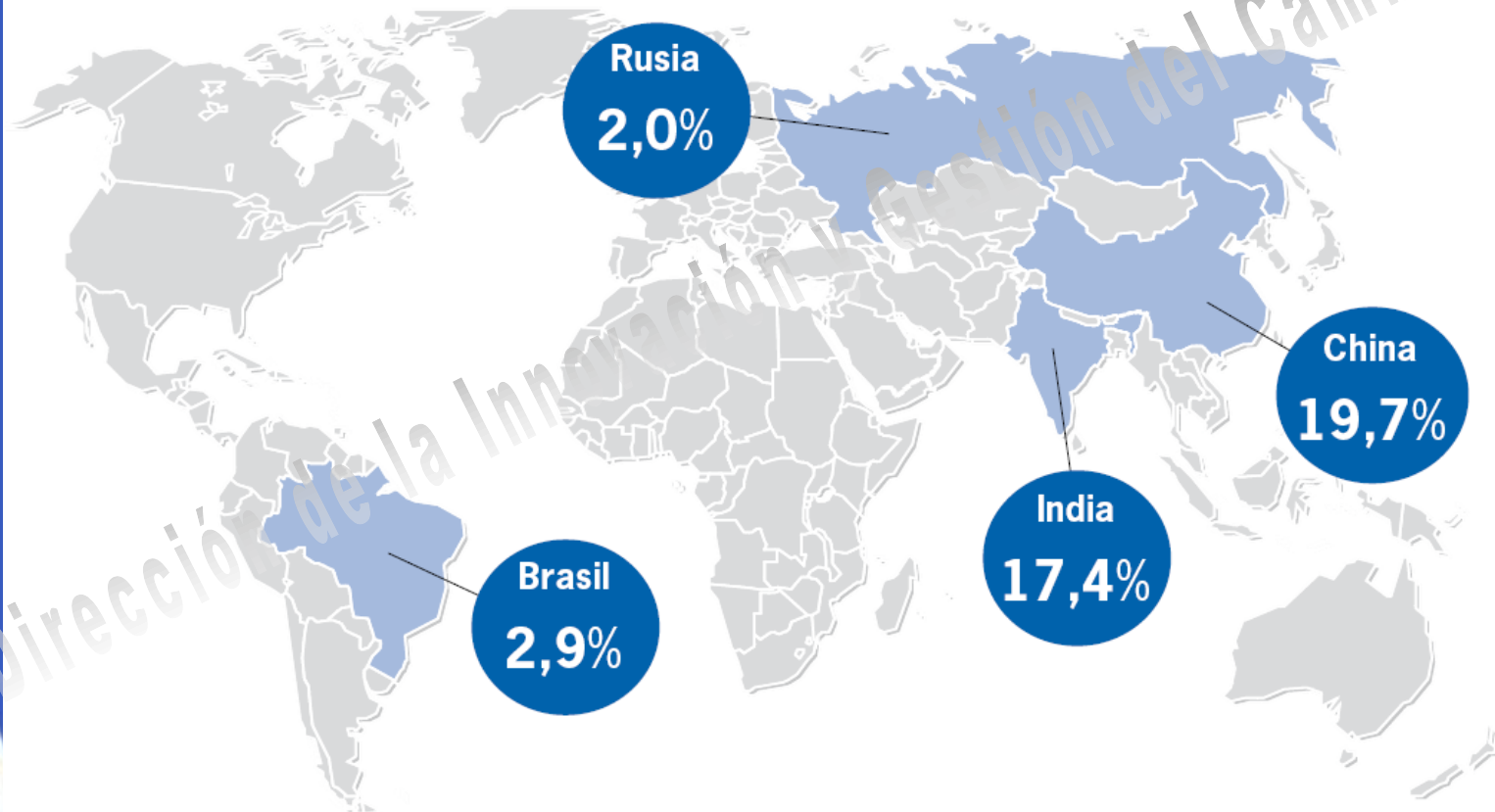


Estrategia e innovación

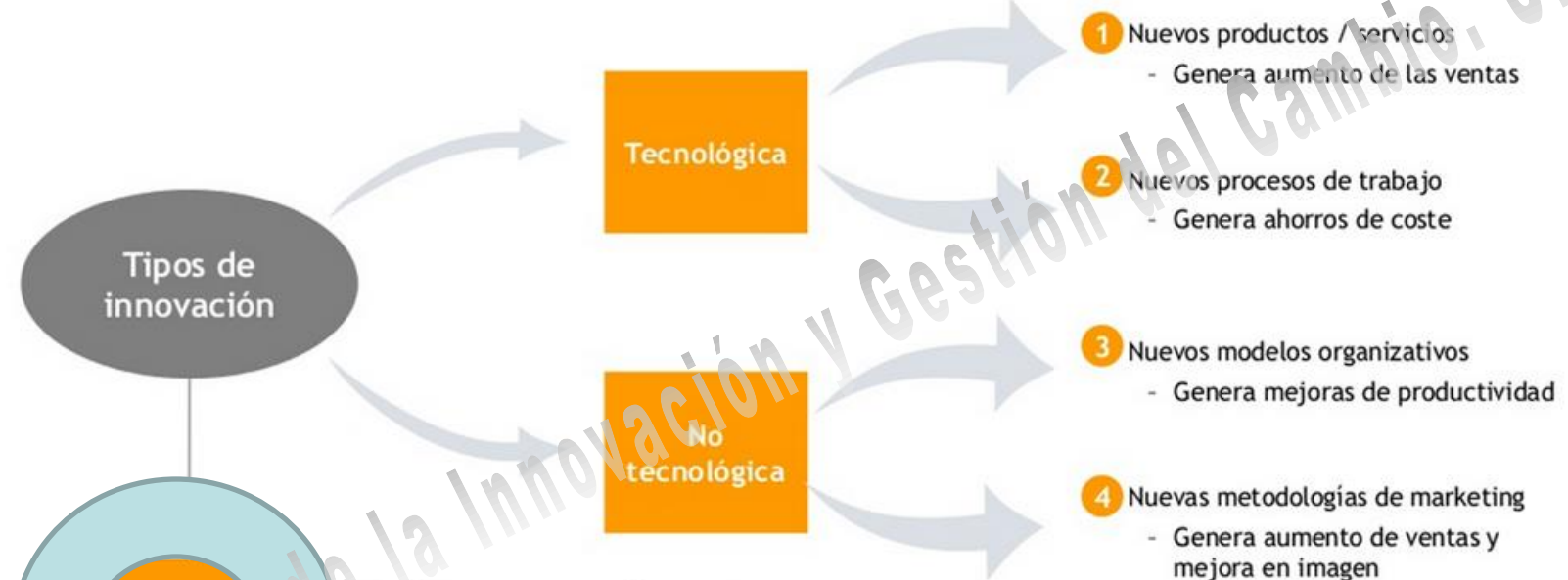
Análisis del ENTORNO GLOBAL

Porcentaje de la población mundial



Estrategia e innovación

De acuerdo al Manual de Oslo, la innovación se puede dividir en cuatro tipologías



En los últimos tiempos está ganando peso la innovación en modelo de negocio: cambiar radicalmente la forma en la que una empresa genera beneficios

Ahora innovar no es una opción. Es la estrategia clave para la supervivencia y desarrollo de la empresa en el mercado.



FASES DE LA INNOVACIÓN INTUITIVA



Cambio. UHU



Universidad de Huelva

Prof. Dr. Manu M

rsidad de Huelva

Estrategia e innovación

Desde el reto o la idea a la explotación

El objetivo del 50% de las empresas que innovan es **AUMENTAR SUS VENTAS**



El 31% de las empresas que innova **COLABORA** con otros agentes del ecosistema



Las ventas de nuevos productos supusieron el **33%** de la facturación para las empresas



Definir
retos

Generar ideas

Madurar ideas

Desarrollo de proyectos

Explotación de la innovación

Modelo Innovation in a box by Innolandia.es



El origen de la mitad de las ideas es **INTERNO**: personas de la propia organización



La financiación para los proyectos se realiza con un **81%** de **FONDOS PROPIOS**

FASES DE LA INNOVACIÓN INTUITIVA



Cambio. UHU



Universidad de Huelva

Prof. Dr. Manu M

rsidad de Huelva

Estrategia e innovación



Estrategia e Innovación: Segmentación de Clientes

Desarrollo de Mercado como **Desarrollo**
de nuevos tipos de clientes que nacen:

Segmentación de Clientes



Universidad de Huelva

Estrategia e Innovación: Segmentación de Clientes



Nuevos tiempos, nuevos modelos

- 1 · Los nuevos clientes
- 2 · Los nuevos destinos competidores
- 3 · Los nuevos productos, servicios y mercados
- 4 · Los nuevos modelos de comercialización y márketing
- 5 · Los nuevos modelos de gobernanza y de promoción
- 6 · Las nuevas responsabilidades de la empresa

Motivos para implantar la innovación en la organización.

- Satisfacer las necesidades del cliente
- Mejorar la calidad del servicio
- Mejorar la productividad
- Mejorar la imagen de la empresa
- Ser competitivo
- Mejorar la rentabilidad
- Cumplir nuevas regulaciones o normativas



Motivos para implantar la innovación en la organización.

- Satisfacer las necesidades del cliente

- El marketing ha cambiado.
- El cliente está en el centro de la estrategia
- La comunicación es bidireccional
- Ahora no se debe vender, se informa, aporta valor y conversa.
- El mundo es móvil.

Innovar no sólo mejora la satisfacción del cliente, sino que aumenta el sentimiento positivo hacia la marca



Premios Eficacia, de la Asociación Española de Anunciantes

La marca turística Islas Canarias, premiada como estrategia más innovadora

Es la marca turística española más premiada

acciones de comunicación, convirtiéndola en **la marca turística española más premiada con más de 30 galardones nacionales e internacionales.**

250 acciones para 19 países

Promotur Turismo de Canarias ha venido realizando una intensa labor a través de acciones que responden a una línea estratégica previamente marcada y con objetivos claros, donde los **medios digitales y la microsegmentación motivacional** han llevado a la marca a superar a todos sus competidores.

En lugar de una campaña al año, Islas Canarias desarrolla **250 acciones y contenidos de comunicación en 15 idiomas para 19 países**; 400 contenidos y acciones audiovisuales; **1.500 adaptaciones microsegmentadas**, 30 experiencias en 14 ciudades; **50 plataformas digitales** (web, microsites, apps...); así como **2.700 contenidos visuales microsegmentados** (infografías, ilustraciones, fotografías...).

Los 10 nuevos perfiles de turistas que el sector deberá satisfacer

Viajeros
family-friendly
Millennials
Dinks
Halal
Lujo
Bobos
Singles
Pank



EL ENTORNO GLOBAL

El mundo está cambiando



Estrategia e innovación



Nuevos tiempos, nuevos modelos

- 1 · Los nuevos clientes
- 2 · Los nuevos destinos competidores
- 3 · Los nuevos productos, servicios y mercados
- 4 · Los nuevos modelos de comercialización y marketing
- 5 · Los nuevos modelos de gobernanza y de promoción
- 6 · Las nuevas responsabilidades de la empresa

Estrategia e innovación

OBSERVATORIO DE INTELIGENCIA COMPETITIVA

**Entender el entorno es el primer
paso para innovar**

Proporcionar información (últimas tendencias, productos y soluciones) de manera ágil para poder tomar decisiones informadas y efectivas para lograr una ventaja competitiva y desarrollar la estrategia de la empresa.



Estrategia e innovación

Análisis del ENTORNO

El mundo está cambiando



Estrategias de innovación para adaptarse al entorno

El entorno VUCA describe la complejidad de nuestros días



Estrategias de innovación para adaptarse al entorno

El entorno VUCA describe la complejidad de nuestros días

Las siglas VUCA, en inglés, responde a los conceptos de

- (V) Volatilidad,
- (U) Incertidumbre,
- (C) Complejidad
- (A) Ambigüedad

Habitualmente se lo utiliza para calificar entornos complejos donde las tareas pueden variar y cambiar tan rápido como su ambiente.

El término VUCA se empieza a aplicar en el ámbito empresarial luego de la crisis económica del 2008 y sobre todo en este período de tiempo donde los cambios tecnológicos avanzan con tanta rapidez que desconcierta cualquier planificación haciendo que las empresas se vean obligadas a realizar modificaciones en su gestión de forma más rápida y radical. Esto se ve en diferentes contextos, sin importar el rubro: servicios, industria, producción y tecnología.



Estrategias de innovación para adaptarse al entorno

ENTORNOS VUCA: UN NUEVO ESCENARIO.



Liderazgo y cambio

¿Cómo ser líder en un entorno
VUCA?

VUCA	VUCA PRIMER	CUALIDADES DE LIDERAZGO
Volatilidad	Visión	Comunicadores
Incertidumbre	Entendimiento	Empatía
Complejidad	Claridad	Directo y transparente
Ambigüedad	Agilidad	Flexibilidad



Estrategia e innovación

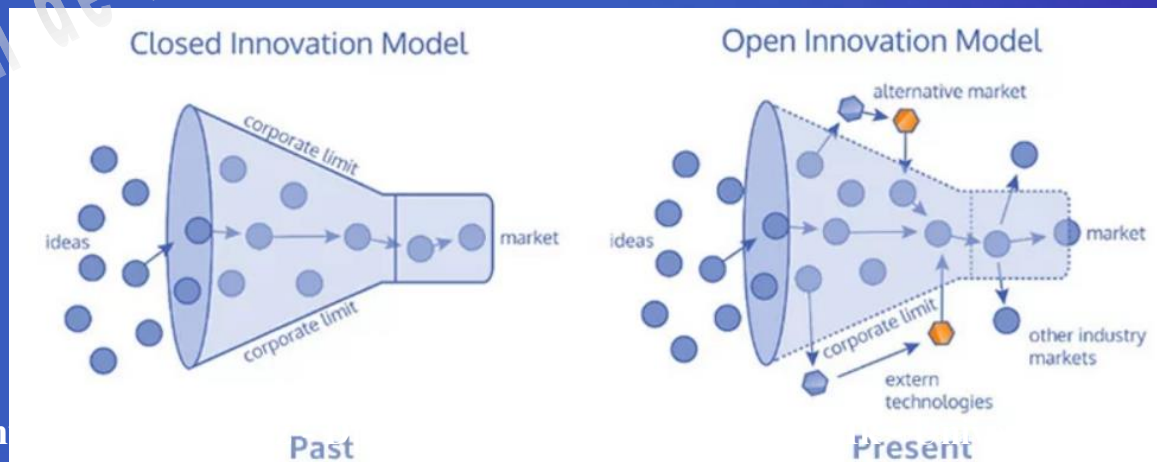
¿Qué es open innovation o la innovación abierta?

La innovación abierta es un término acuñado por el profesor Henry Chesbrough en el 2003 su libro "Open innovation : the new imperative for creating and profiting from technology". Se propone una estrategia de innovación mediante la que las empresas se relacionan y cooperan con su entorno exterior.

Tradicionalmente **las empresas innovaban** con los recursos de los que disponían interiormente, recursos que son limitados como tiempo, dinero o talento. Esta limitación de recursos hace que las empresas tengan que focalizar mucho en el resultado obtenido, centrarse en el éxito producto resultante y esto limita la creatividad y aparición de nuevas oportunidades. Solo tenemos una bala.

La innovación abierta **nace por necesidad**, la globalización, la competitividad, la situación macroeconómica mundial o la rapidez que está asumiendo el mercado hace que **las empresas no puedan asumir todos estos retos de forma individual** y necesiten buscar apoyos en el exterior.

En el modelo cerrado, los proyectos se ponen en marcha desde el conocimiento científico y tecnológico de la empresa. Posteriormente pasan a la fase de desarrollo y **solo llegarán al mercado unos pocos proyectos que superen todas las fases** y se conviertan en nuevos productos y servicios, este proceso es **lineal y dispone de una única entrada**. Por contra, en el modelo de innovación abierta los productos pueden entrar y salir en diferentes momentos de esas fases, de la misma manera existen múltiples formas de llevar un producto al mercado.

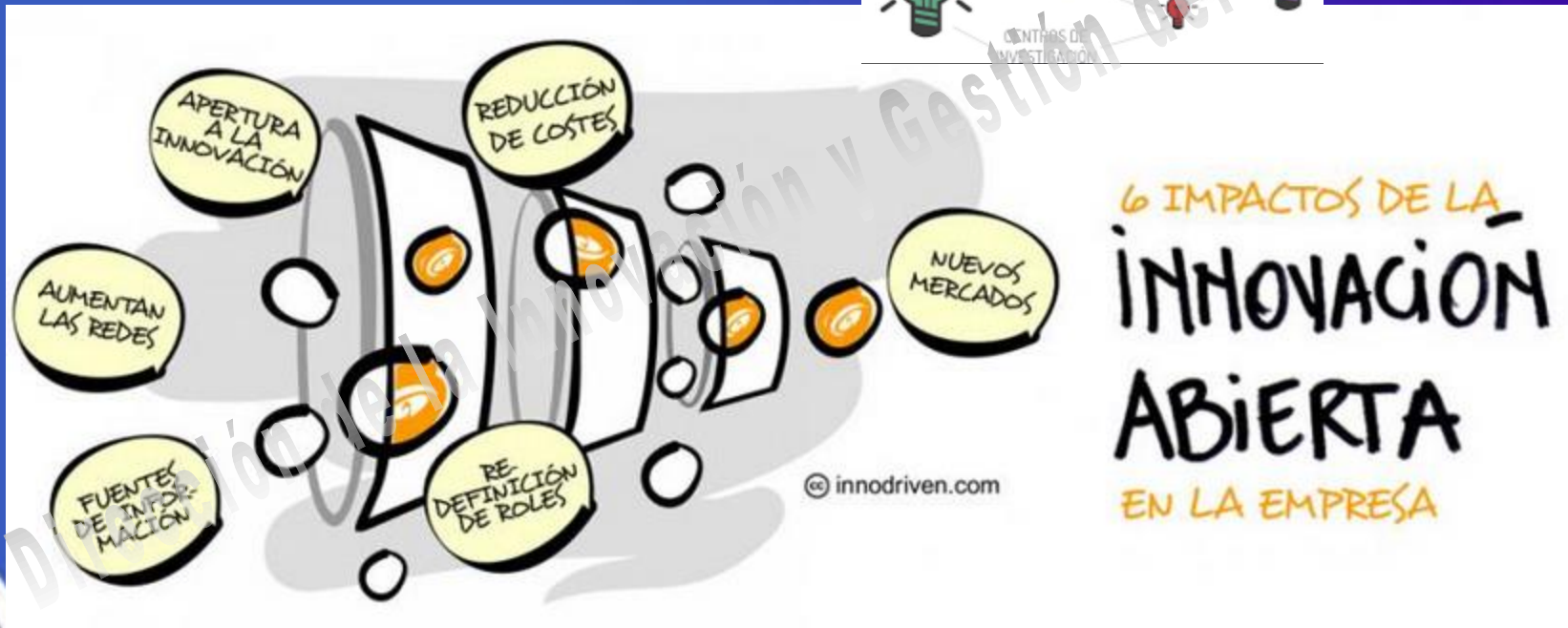


Estrategia e innovación

10 PUNTOS CLAVES DE LA INNOVACION ABIERTA



Estrategia e innovación



Estrategia e innovación



Nuevos tiempos, nuevos modelos

- 1 · Los nuevos clientes
- 2 · Los nuevos destinos competidores
- 3 · Los nuevos productos, servicios y mercados
- 4 · Los nuevos modelos de comercialización y marketing
- 5 · Los nuevos modelos de gobernanza y de promoción
- 6 · Las nuevas responsabilidades de la empresa

FASES DE LA INNOVACIÓN INTUITIVA



Cambio. UHU



Universidad de Huelva

Prof. Dr. Manu M

rsidad de Huelva

Análisis del ENTORNO

Empresas ambidiestras

Por todo ello Javier García Cuenca ha invitado a ser “empresas ambidiestras” con gran capacidad de **observación del entorno** para buscar nuevos nichos y explotarlos, para lo que “la digitalización es una herramienta muy valiosa”.

En este sentido ha puesto el ejemplo de Amazon o Google, grandes corporaciones que “son capaces de gestionar su modelo de negocio actual de forma eficiente y están **siempre observando el entorno para detectar nuevas oportunidades y modelos de negocio** y ponerlos en marcha”.

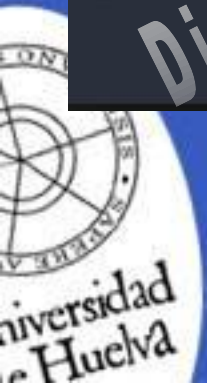


Análisis del ENTORNO

El mundo está cambiando



La era de la conectividad



En 2018 transitaron por los aeropuertos

8.800 M DE
PASAJEROS

La mayoría de los aeropuertos de más rápido crecimiento en el mundo están ubicados en mercados emergentes y una proporción significativa de ellos en la región de Asia-Pacífico

Por mercados

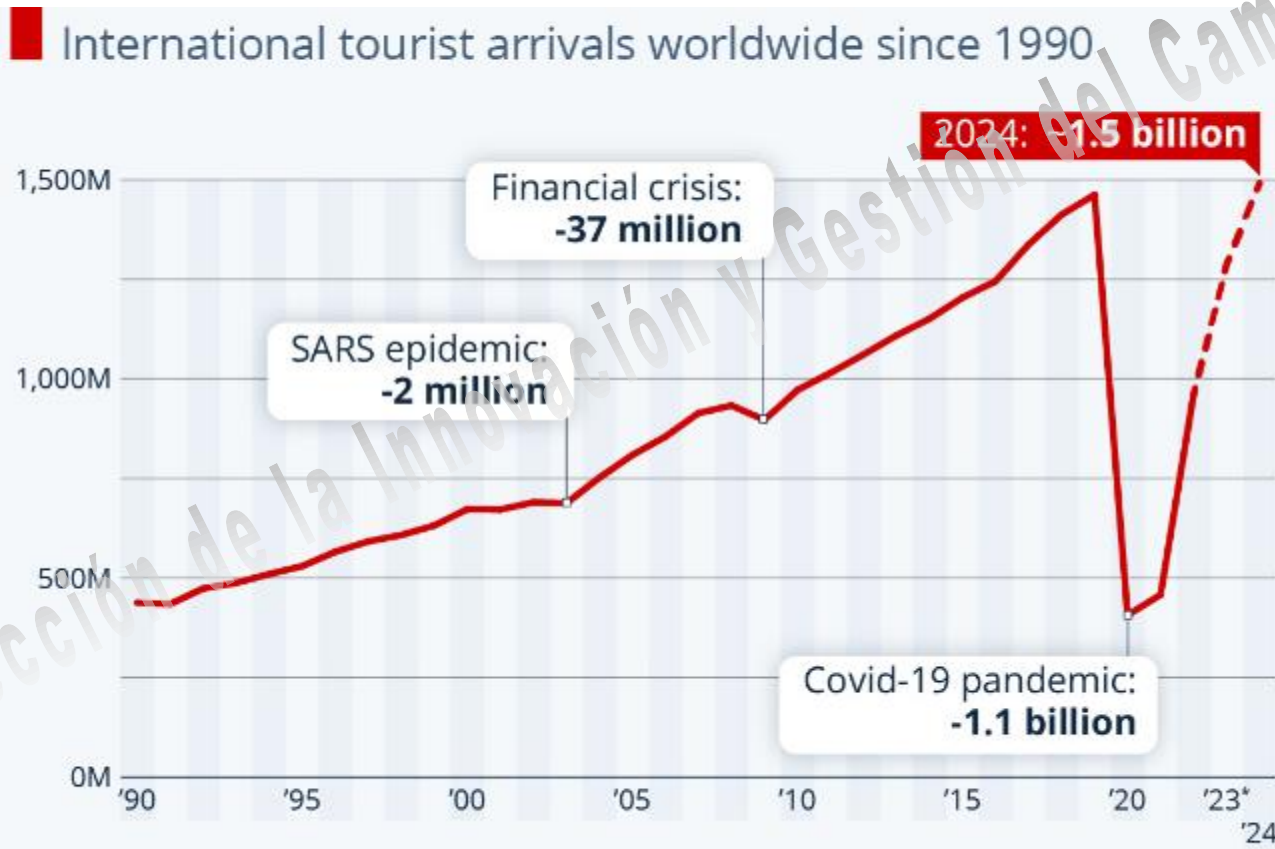
La WATS de IATA incluye el ranking de pasajeros aéreos según su nacionalidad, tanto internacionales como domésticos:

1. **Estados Unidos** (632 millones, 18,6% del total)
2. **República Popular China** (555 millones, 16,3% del total)
3. **India** (161,5 millones, 4,7% del total)
4. **Reino Unido** (147 millones, 4,3% del total)
5. **Alemania** (114,4 millones, 3,4% del total)

Según estimaciones de IATA, a medio plazo, el tráfico de pasajeros experimentará un crecimiento de casi el 30% de 2018 a 2023

El turismo mundial superará en 2024 las cifras prepandemia

Las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo superarán al cierre del año 2024 las cifras prepandemia que se alcanzaron en 2019

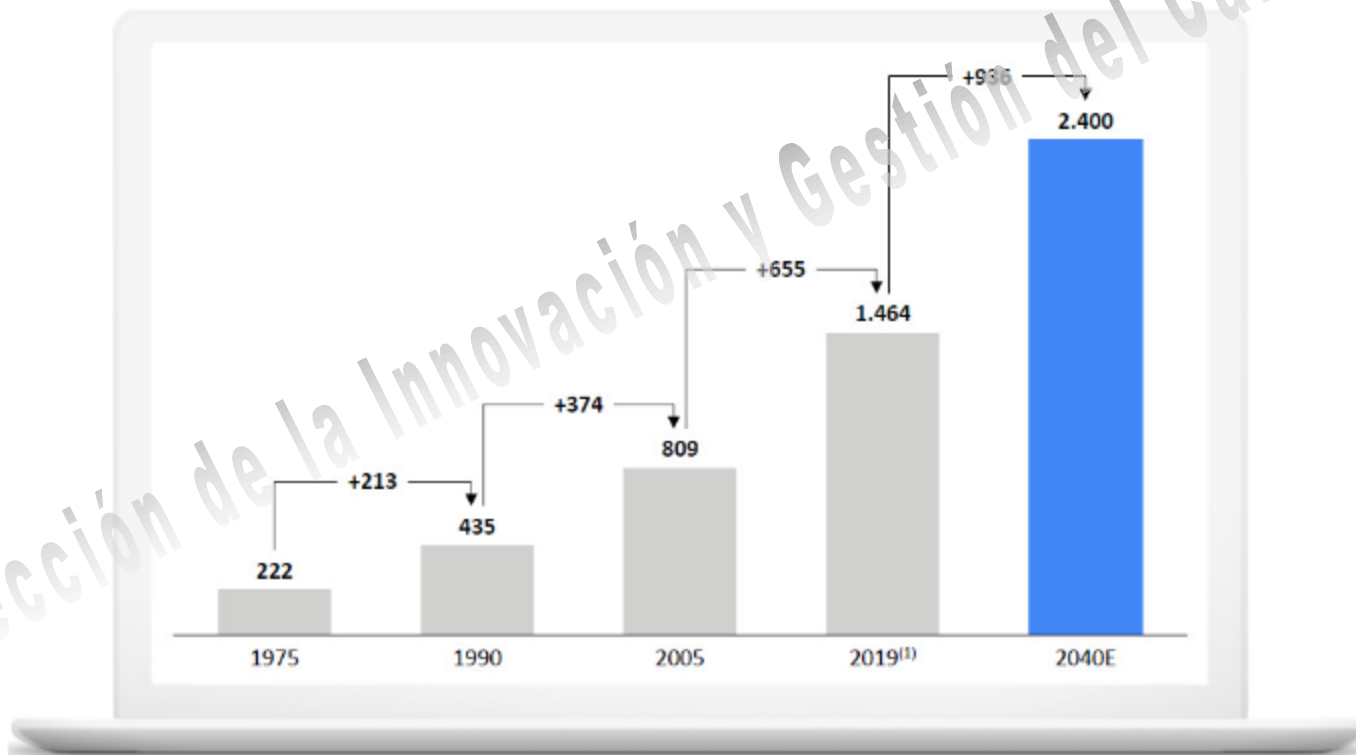


* 2023 figure is provisional, 2024 figure as forecast in Jan. 2024

Source: UNWTO

El turismo mundial superará en 2024 las cifras prepandemia

Las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo superarán al cierre del año 2024 las cifras prepandemia que se alcanzaron en 2019

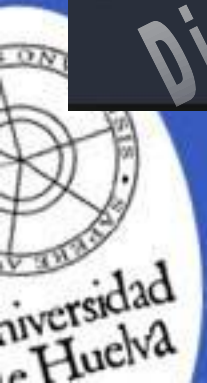


Evolución de las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo y previsión hasta 2040. Fuente: Deloitte, Google

La era de la conectividad



Dirección de la Innovación y Gestión del Cambio, UHU



Análisis del ENTORNO

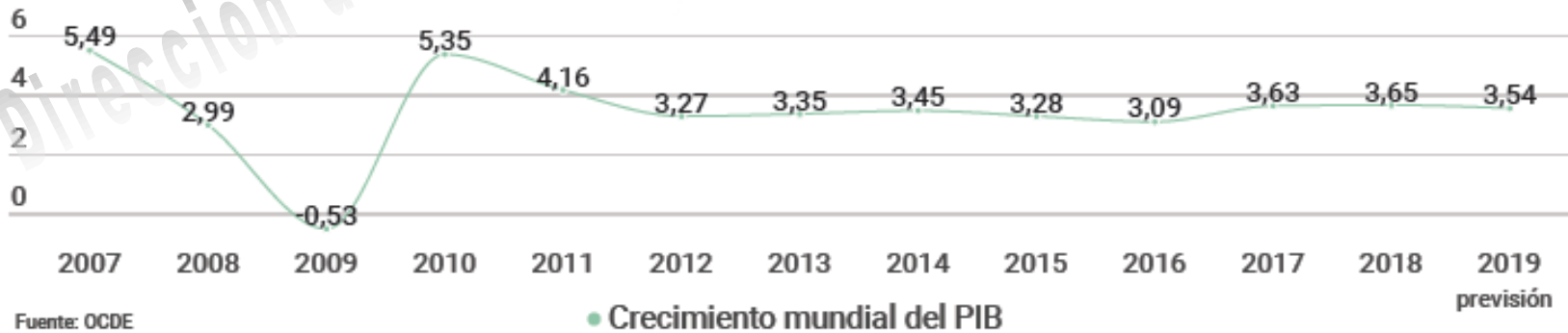
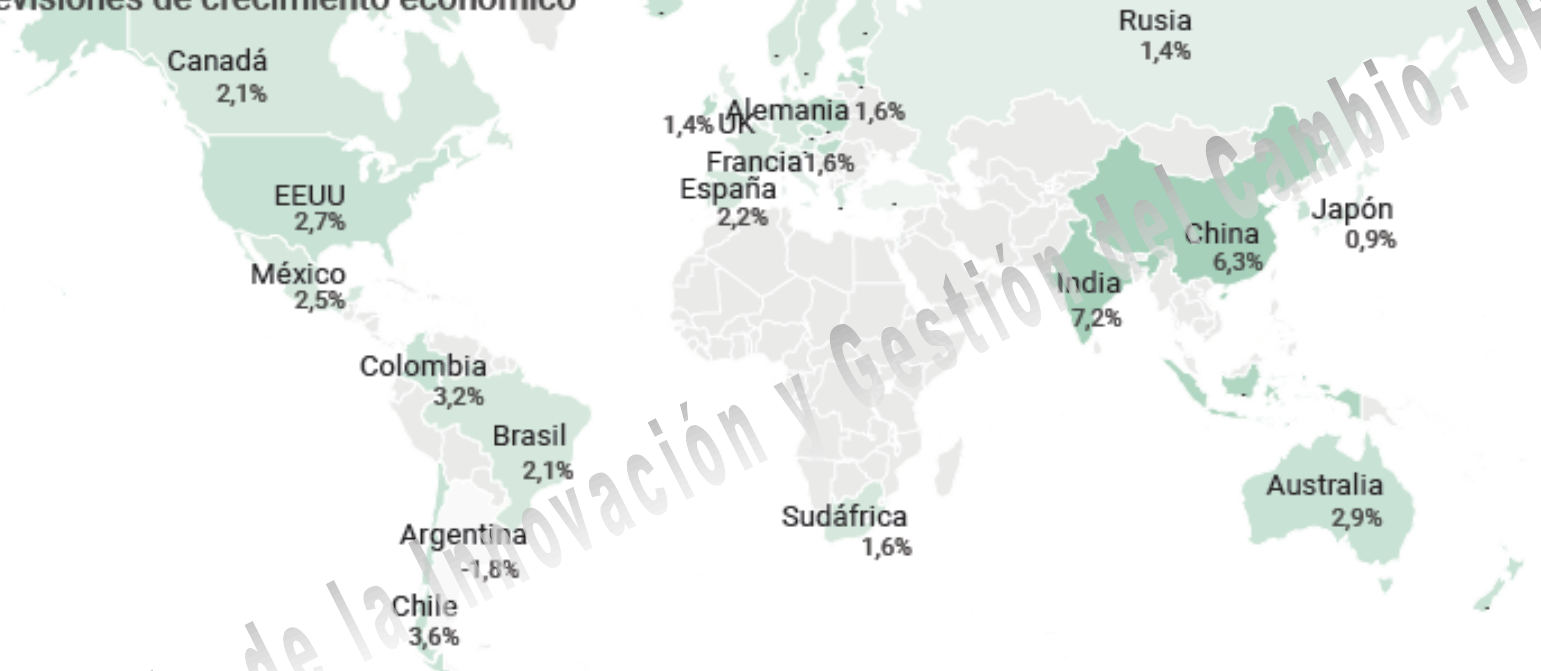
El mundo está cambiando



Condiciones financieras y crecimiento

El mundo en 2019

Previsiones de crecimiento económico



Fuente: OCDE

● Crecimiento mundial del PIB

Recuperación desigual en las principales economías del mundo

PERSPECTIVAS DE LA ECONOMÍA MUNDIAL, ABRIL DE 2021

PROYECCIONES DE CRECIMIENTO POR REGIÓN

(VARIACIÓN PORCENTUAL)



ESTADOS UNIDOS



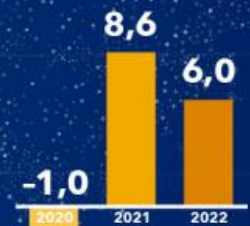
ZONA DEL EURO



ORIENTE MEDIO Y ASIA CENTRAL



ASIA EMERGENTE Y EN DESARROLLO



AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



ÁFRICA SUBSAHARIANA



Fuente: *Perspectivas de la economía mundial*, abril de 2021.

Nota: Las barras para cada grupo corresponden (de izquierda a derecha) a 2020, y proyecciones para 2021 y 2022.

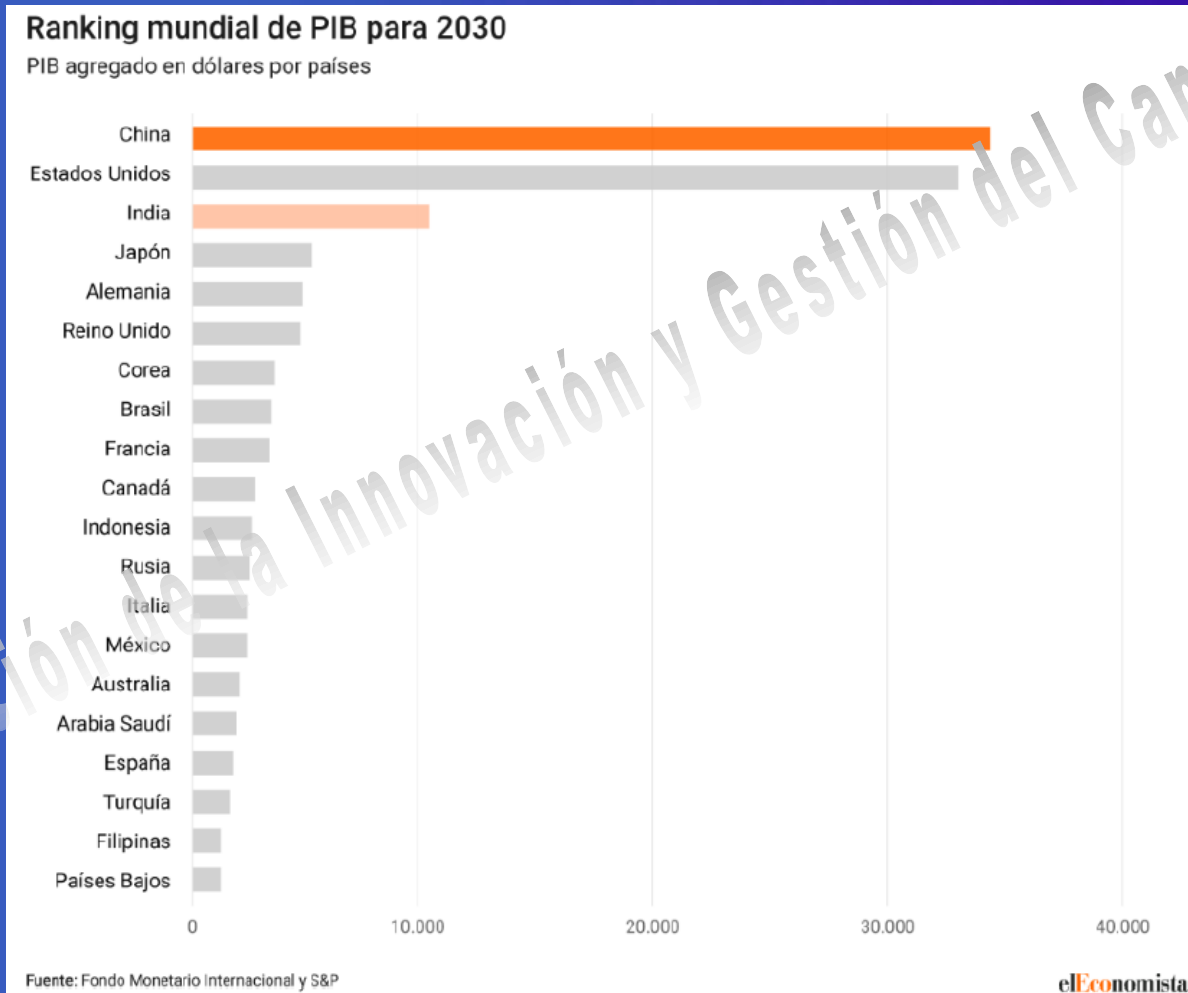
Los países de Asia y el Pacífico firman el mayor tratado comercial del mundo

- China, Japón, Corea del Sur, Australia, Nueva Zelanda y las diez naciones del Sudeste Asiático forman un mercado común con 2.000 millones de personas que suma un tercio de la economía global



Imagen de la videoconferencia con los líderes y los ministros de comercio de 15 países de la región Asia-Pacífico. VNA HANDOUT EFE

La India adelanta a Reino Unido en PIB y se prepara para el asalto a Japón y Alemania: así quedará el ranking global



La India adelanta a Reino Unido en PIB y se prepara para el asalto a Japón y Alemania: así quedará el ranking global

Según los últimos datos publicados por el FMI, la primera economía mundial sigue siendo **EEUU, con un PIB que supera los 26 billones de dólares**, seguida cada vez más de cerca por China que produce cada año el equivalente a 19,24 billones de dólares en bienes y servicios (PIB). El tercer lugar es para Japón con 4,37 billones de dólares y el cuarto para Alemania con un PIB de 4,12 billones de dólares. En el quinto puesto aparece ya la India con un PIB que se aproxima poco a poco a la zona de los 4 billones de dólares. España ha sufrido el sorpasso de México y ha caído a la decimosexta posición con un PIB de 1,42 billones.



Análisis del ENTORNO

El mundo está cambiando



La era de la conectividad

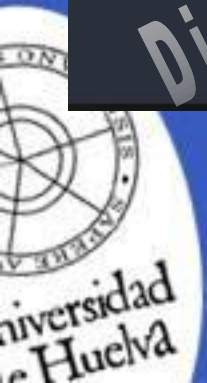
China muestra al mundo hacia dónde

SE DIRIGE INTERNET

China copa ya el 42% de las operaciones de comercio electrónico global y procesa 11 veces más pagos móviles que Estados Unidos. Se consolida así en el top 3 de los países más digitales del mundo, siendo sede además del 34% de los unicornios: startups con una valoración superior a los 1.000 millones de dólares.



La era de la conectividad



Análisis del ENTORNO

El mundo está cambiando



Primera cumbre mundial sobre inteligencia artificial: lo que se ha decidido y cómo te puede afectar

¿Se puede impulsar una ley global que regule la inteligencia artificial?

La primera cumbre internacional sobre seguridad de la IA, celebrada en una antigua base de espías de descifrado de códigos cerca de Londres, se ha centrado en la **inteligencia artificial 'fronteriza' de vanguardia** que, según advierten algunos científicos, podría representar un riesgo para la existencia misma de la humanidad.

La primera resolución que se ha extraído de este encuentro internacional es **un acuerdo mundial entre los delegados de 28 países de trabajar juntos** para contener esos posibles riesgos. Se le ha denominado Declaración de Bletchley.

La IA creará 500 millones de nuevos empleos en los próximos diez años



La inteligencia artificial cambiará para siempre la sociedad en 2030: la singularidad tiene fecha

En el mundo de la inteligencia artificial (IA) se cierne la idea de la "singularidad". Este escurridizo concepto describe el momento en que la IA sobrepasa el control humano y transforma rápidamente la sociedad.

¿Qué es la singularidad tecnológica?

Consiste en la idea de que la historia humana se está acercando a una «singularidad», según la cual **los humanos algún día serán superados por máquinas artificialmente inteligentes o inteligencia biológica cognitivamente mejorada**, o ambas, según la definición del MIT.

Este concepto, que surgió en un principio como mera ciencia ficción, es actualmente un debate serio entre expertos en tecnología, y concretamente en inteligencia artificial (IA). Y, de hecho, Google ha creado su propia universidad para investigar y formar sobre estos temas, la [Singularity University](#).

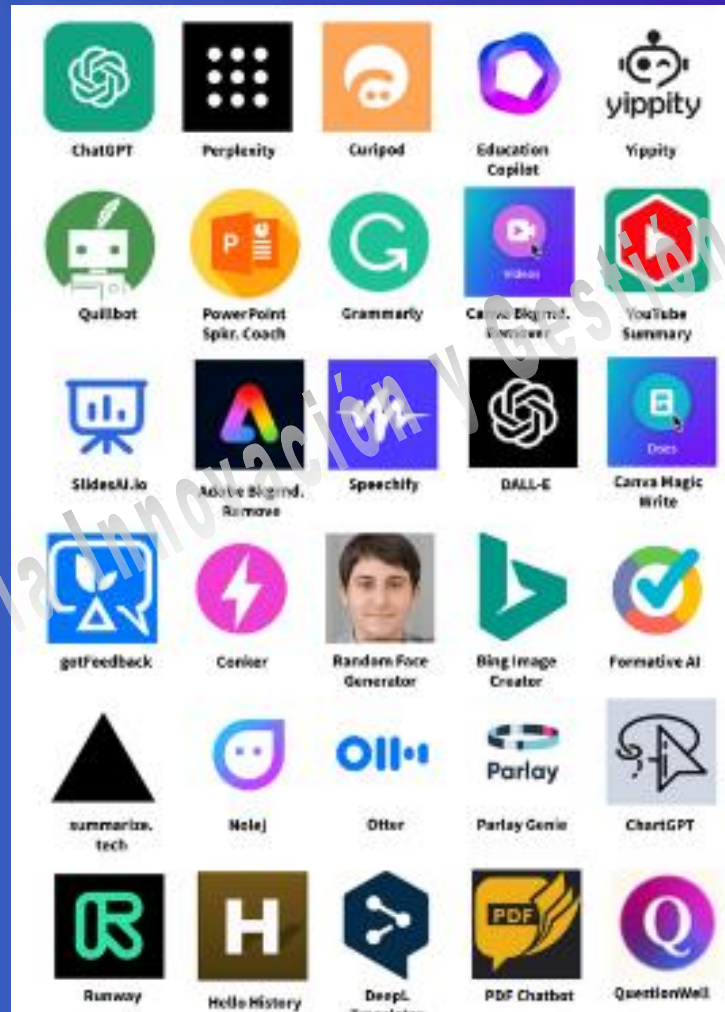
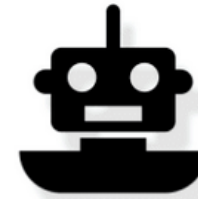


Evolución a un nuevo híbrido: ser humano + tecnología.

- Ser humano: pensamiento crítico, creatividad, colaboración, liderazgo
- Tecnología: alfabetización, riesgos, seguridad, responsabilidad
- Enseñanza con IA: diseño del aprendizaje con herramientas IA
- Evaluación con IA: basada en las mismas actividades del aprendizaje



30 AI tools to use in the classroom



Dirección de la Innovación y Gestión del Cambio, UHU



+30 Libros de Inteligencia Artificial ¡Gratis! [PDF]



https://infolibros.org/libros-pdf-gratis/informatica/inteligencia-artificial/?utm_content=cmp-true

<https://www.youtube.com/watch?v=LV7phq8gyH4>

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva



A modo de epílogo



*“No podemos quedarnos mucho tiempo
donde estamos ahora....”*

(Z. Bauman)

