



TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

GIOVANNY MEJIA PAREJA
FACULTAD DE ESTUDIOS EN AMBIENTES VIRTUALES
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROCESO DE CALIDAD E INNOVACIÓN
UNIVERSIDAD EAN

Estudiante – Especialización en Gerencia de Procesos de Calidad e Innovación –
Universidad EAN – correo electrónico: gmejiapa7349@correo.ean.edu.co

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

GIOVANNY MEJIA PAREJA

Informe Final de Investigación para optar el título de Especialista en Gerencia de
Procesos de Calidad e Innovación”Tendencias de Innovación en Latinoamérica”

Director:

MBA (C) JORGE LUIS MARTELO GAVIRIA.

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE ESTUDIOS EN AMBIENTES VIRTUALES
BOGOTÁ D.C 2013

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

Nota de aceptación

Jurado

Jurado

Bogotá, Junio 18 de 2013.

Agradecimientos:

Mis sinceros agradecimientos a la Doctora Luz María Jiménez Narváez, por su autorización para hacer uso de su publicación “Ubicación socio-económica del diseño” (pp 1-10). en esta monografía quien aportó a la Facultad de Estudios en Ambientes Virtuales este conocimiento para contribuir ante el compromiso en investigación adquirido por el programa de Gerencia de Procesos de Calidad e Innovación con el Ministerio de Educación mediante otorgación del registro calificado (Resolución 2868 del 25 de abril de 2008) , al profesor Jorge Luis Martelo por su paciencia y apoyo, a mi abuela Celmira Mejía que siempre creyó en mí y me entregó más de lo que me merecía, a mi padre Jairo Mejía que me ha enseñado el valor de la constancia ,a mi mamá Martha Pareja por sus recomendaciones, a mis tíos Manuel Mejía y Víctor Mejía por siempre estar conmigo, a mi esposa Yolima Ambrosio por su amor , a mis hijos Jesús y Karen Mejía por convertirse en mi inspiración y finalmente a mi Dios y su hijo Jesucristo por darme todo lo que tengo.

Tabla de Contenido

RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
1. INTRODUCCION	9
2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	11
2.1 El problema	11
2.2 Formulación del problema	11
3. OBJETIVOS	12
3.1 General.....	12
3.2 Específicos	12
4. METODO.....	13
4.1 Búsqueda de Fuentes de información:	13
4.2 Selección de la Información	14
4.3 Aplicación de instrumentos.....	14
4.4 Aplicación del procedimiento	15
5. MARCO TEORICO.....	17
6. DESARROLLO	20
6.1 RESEÑA HISTORICA DE LA INFLUENCIA DE EUROPA Y NORTE AMERICA EN EL PROCESO DE DISEÑO E INNOVACION A NIVEL DE AMERICA LATINA.....	20
6.2 LA VALORACION SOCIAL DEL DISEÑO EN AMERICA LATINA	24
6.3 INNOVACIÓN EN AMÉRICA LATINA.....	27
6.4 CASOS DE EMPRESAS INNOVADORAS EN AMERICA LATINA	29
6.5 CASO DE ÉXITO MEDELLÍN, UN PROCESO DE INNOVACIÓN DE TALLA MUNDIAL.	52
7. CONCLUSIONES	60
8. REFERENCIAS.....	61

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. METODO.....	13
Ilustración 2 CASO DE INNOVACION EN ROLLING HOSTEL	29
Ilustración 3 CASO DE INNOVACION EN PSYCHO WORLD.....	30
Ilustración 4 CASO DE INNOVACION EN 24X7 CULTURAL.....	30
Ilustración 5 CASO DE INNOVACIÓN EN SOLAR CIENCIA AGRICOLA	31
Ilustración 6 CASO DE INNOVACION EN LOS TAMALES DE MAGALY	32
Ilustración 7 CASO DE INNOVACION EN CAFAM.....	33
Ilustración 8 CASO DE INNOVACIÓN EN EDUCATINA.....	34
Ilustración 9 CASO DE INNOVACIÓN EN COMIDA RAPIDA Y AL PASO.....	35
Ilustración 10 CASO DE INNOVACIÓN EN MONOCHROME Y REWINDBIKES	36
Ilustración 11 CASO DE INNOVACIÓN EN COMIMSA.....	37
Ilustración 12 CASO DE INNOVACIÓN EN CASA BAHIA.....	40
Ilustración 13 CASO DE INNOVACIÓN EN LA FUNDACIÓN PARAGUAYA	42
Ilustración 14 HUEVOS SANTA ANITA.....	44
Ilustración 15 CASO DE INNOVACIÓN EN INDUSTRIAS NÓMADA C.A.	45
Ilustración 16 CASO DE INNOVACIÓN EN CEMEX	46
Ilustración 17 CASO DE INNOVACIÓN EN MECHANICAL STUDIO.....	47
Ilustración 18 CASO DE INNOVACIÓN EN WANAKOGAMES.....	48
Ilustración 19 CASO DE INNOVACIÓN EN EL SISAV.....	49
Ilustración 20 CASO DE INNOVACIÓN EN ZERNIKE AMERICA LATINA S.A.....	50
Ilustración 21 CASO DE INNOVACIÓN EN SARDIMAR S.A.....	51
Ilustración 22 CONSTRUCCIÓN INTELIGENTE.....	57
Ilustración 23 ESCALERAS ELECTRICAS	57
Ilustración 24 METRO CABLE.....	58
Ilustración 25 METRO.....	58

RESUMEN

Este trabajo inicia mostrando una reseña histórica de la influencia de Europa y norte américa del proceso de innovación en américa latina, pasando a una valoración social del diseño y su afectación en cuanto a la innovación, esto nos conlleva a tener una idea clara de cuáles son las tendencias Latinoamericanas de innovación.

Partiendo de esa influencia europea y norteamericana continuamos con la valoración social del diseño en Latinoamérica, la falta de infraestructura, la poca demanda del diseño industrial, el poco apoyo en la educación, son algunos factores que han sumado para el bajo desarrollo de nuestro entorno frente a países desarrollados.

El proceso de innovación en américa latina aunque ha sido lento ya se está proyectando como una de las alternativas de desarrollo y competitividad.

Para ilustrar el proceso de innovación, el presente trabajo incluye 20 casos de éxito de empresas Latinoamericanas que han logrado proyectarse gracias a su iniciativa de innovar.

Como factor común de éxito de estas empresas se encontró que su objetivo principal es entregar un producto diferente, competitivo y sustentable buscando siempre la satisfacción del cliente, este proceso solo se logra con la innovación.

Se abre un capítulo especial para el caso de Medellín, capital del Departamento de Antioquia que ha logrado ser reconocida por su proceso de innovación a nivel mundial, con el premio a la ciudad más innovadora del mundo.

ABSTRACT

This work starts showing a historical review of the influence of Europe and North America in the innovation process in Latin America, going to a social value of design and its impact in terms of innovation, this leads us to have a clear idea of what innovation Latin American trends.

On that European and American influence continued with the social value of design in Latin America, lack of infrastructure, the low demand of industrial design, the lack of support in education, are some factors that have added to the low development of our front to developed countries.

The innovation process in Latin America but has been slow and is being projected as one of the alternative development and competitiveness.

To illustrate the process of innovation, this paper includes 20 case studies of Latin American companies that have managed to project through its initiative to innovate. As common factor of success of these companies found that their main objective is to deliver a different product, always seeking competitive and sustainable customer satisfaction, this process is only achieved through innovation.

It opens a special chapter to the case of Medellin, Antioquia department capital which has become recognized for its innovation process worldwide, with the award for most innovative city in the world.

1. INTRODUCCION

La evidencia internacional confirma que los niveles más altos de desarrollo corresponden a países que muestran también altos niveles de emprendimiento innovador en sus economías. Lo que está menos claro es cómo pueden llegar a ese estado las naciones que aún están lejos de él como las Latinoamericanas.

La innovación está directamente relacionada con el crecimiento económico, el tamaño y la dinámica de los mercados, la estrategia de las empresas, la identificación de necesidades latentes en los consumidores, la generación y adaptación de conocimiento y tecnología, la capacidad de los individuos para crear y actuar en grupos interdisciplinarios y la gestión de procesos para mantener un flujo de nuevos productos y servicios, es importante conocer la adopción y adaptación de innovaciones que apalanquen el desarrollo de las empresas en Latinoamérica, y así disminuir las brechas con países desarrollados y con las empresas líderes de los mercados.

Es importante identificar la importancia de la innovación en el crecimiento y desarrollo de las empresas en Latinoamérica, determinar la necesidad de ajustar las diferentes tendencias de innovación de los países desarrollados a las necesidades de Latinoamérica y finalmente establecer el nivel de innovación Latinoamericano frente a países desarrollados.

El presente trabajo en esencia está desarrollado en el numeral 6, y muestra las tendencias de innovación en América Latina.

En el aparte 6.1 se presenta la reseña histórica de la influencia de Europa y Norte américa en el proceso de diseño e innovación a nivel de americano.

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

En el aparte 6.2 se presenta la valoración social del diseño en América Latina.

En el aparte 6.3 se ofrece Innovación en América Latina.

En el aparte 6.4 se incluyeron 20 casos de éxito de innovación Latinoamericana.

En el aparte 6.5 se expone como Medellín se ha convertido en una ciudad innovadora no solo Colombia sino para el mundo, esto un caso de orgullo.

2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

2.1 El problema

Los resultados a nivel mundial en cuanto al desarrollo de los países, viene directamente relacionado con sus procesos de innovación, en américa latina es evidente que aún no se le ha dado la importancia suficiente a este tema.

2.2 Formulación del problema

¿Cuáles son las tendencias de innovación en América Latina?

3. OBJETIVOS

3.1 General

Dar a conocer el proceso histórico y su influencia en Latinoamérica de las tendencias de innovación

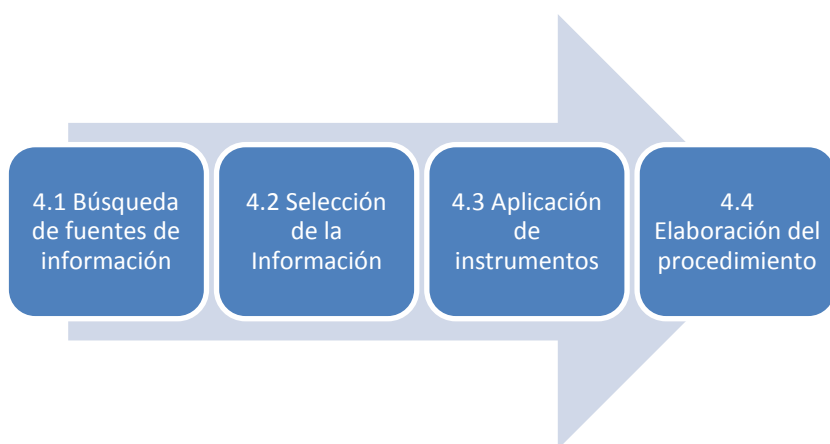
3.2 Específicos

- Identificar la importancia de la innovación en el crecimiento y desarrollo de las empresas en Latinoamérica.
- Determinar la necesidad de ajustar las diferentes tendencias de innovación de los países desarrollados a las necesidades de Latinoamérica.
- Establecer el nivel de innovación de Latinoamérica frente a países desarrollados

4. METODO

El método utilizado fue la Investigación Bibliográfica, esta metodología conlleva a buscar información en todos los medios existentes relacionados sobre la innovación y su desarrollo en Latinoamérica, este trabajo fue desarrollado por Giovanni Mejía Pareja con el apoyo del Profesor Jorge Luis Martelo (Tutor), la secuencia seguida fue:

Ilustración 1. METODO



Fuente: El autor.

4.1 Búsqueda de Fuentes de información:

La información será extraída de diferentes fuentes como son libros, revistas sitios de internet. Siendo concatenada en una base de información lista para ser analizada

- Capítulos de monografías
- Artículos
- Referencias bibliográficas

- Publicaciones en Internet
- Documentos de Investigación.

4.2 Selección de la Información

Inicialmente se realizó un análisis global de la información recolectada, arrojando así información cuantitativa y cualitativa, por nivel de cumplimiento de implementación de requisitos comunes necesarios para la investigación

4.3 Aplicación de instrumentos

Una vez ya identificados los instrumentos de apoyo que se van a utilizar, se procede a verificar que su estado físico (que esté listo para su uso).

- Computador
- Internet
- Libros y revistas.
- Corriente eléctrica

4.4 Aplicación del procedimiento

Para la ejecución del proyecto se siguió el siguiente procedimiento:

Recopilación, sistematización y análisis de la información recopilada de las fuentes secundarias.

La información será extraída de diferentes fuentes como son libros, revistas sitios de internet. Siendo concatenada en una base de información lista para ser analizada

Fase de codificación o recopilación de los datos.

Inicialmente se realizó un análisis global de la información recolectada, arrojando así información cuantitativa y cualitativa, por nivel de cumplimiento de implementación de requisitos comunes necesarios para la investigación.

Resultados obtenidos.

Con la información debidamente consolidada se procedió al análisis de datos sobre los cuales se sustenta la investigación. Aquella información fue resumida ó incluida directamente en el documento y de la cual parten las conclusiones finales.

A continuación relaciono los pasos seguidos:

- Planteamiento inicial del trabajo a realizar.
- Delimitación del tema

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

- Campo de aplicación
- Tipo de material a incluir
- Premisas Tipo de descripción bibliográfica
- Fuentes a consultar
- Tipo de ordenación de descripciones
- Periodo cronológico a abarcar
- Recopilación de la información precisa obtiene Fuentes oportunas
- Organización del resultado de la investigación
- Antecedentes del tema.

Para mayor información sobre el procedimiento de un método de investigación

Bibliográfica se puede ingresar a la siguiente dirección virtual:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/garcia_l_h/capitulo4.pdf.

5. MARCO TEORICO

El reto de las empresas del siglo XXI está dado por mantener su competitividad incorporando valor agregado real a los productos y servicios, desde el diseño y la planeación hasta la innovación. Ahora bien, los cambios tecnológicos se están dando a pasos agigantados, por lo tanto, es necesario estar actualizados en las nuevas tendencias del conocimiento y los nuevos descubrimientos, así que, bienvenidos a la era del Conocimiento y para alcanzarla se hace necesario trabajar desde la base, somos los individuos los que debemos adquirir las capacidades, los compromisos y los retos para cambiar y mejorar.

La innovación es quizá la herramienta más efectiva para conquistar nuevos mercados, pero a la vez la que presenta más riesgo porque es una aventura a lo desconocido. "La innovación es el elemento clave que explica la competitividad" (Escorsa, 1997,p. 19). Innovación y competitividad van de la mano, pero no necesariamente una existe sin la otra. Además, la innovación esta ligada a todos los niveles de competitividad de la organización y se puede aplicar en cualquiera de éstos.

Ahora bien si el reto es ser Competitivo esto se puede lograr sin ser innovador, con sólo mantener sistemas de mejora continua podría lograrse algunos objetivos, pero esto no es suficiente cuando el mercado se encuentra saturado, cuando la demanda es alta y cuando existen necesidades que los productos o servicios existentes no logran satisfacer. En este punto, la innovación se convierte en un proceso fundamental para alcanzar la

competitividad, debido a que los esfuerzos por mejorar han alcanzado su límite y ya no son suficientes para seguir adelante.

Pero hay que entender que la innovación, por sí sola, no garantiza necesariamente, que se alcance la competitividad. Se deben establecer metodologías y estrategias definidas para poder innovar. Realizar un estudio frío de los factores que intervienen en el proceso para la innovación y de las oportunidades existentes en los diferentes escenarios, siempre serán herramientas elementales.

La innovación es como una lámpara, así que no podemos introducirnos en una profunda caverna oscura si no sabemos si nuestra lámpara será lo suficientemente potente para iluminar todo el panorama. Si no se planea adecuadamente la innovación puede conducir a un fracaso, por tanto debe evaluarse el riesgo que la innovación conlleva.

Comenzaremos por entender el término “innovación” para que de allí en adelante se pueda seleccionar el enfoque o los factores que se desean profundizar.

El término Innovación, “en su concepción básica la palabra innovar proviene del latín innovare, que significa mudar o alterar algo introduciéndole novedades”¹ (Ortiz/Nagles) es "el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado"² (Escorza), “generación de una nueva idea y su incorporación en producto, proceso o servicio, que lleve al crecimiento económico nacional, a aumentar el empleo y a originar beneficios”³ (Ivancevich).

Las anteriores definiciones nos dicen que innovar es desarrollar algo nuevo o que no se conoce para obtener un reconocimiento comercial y por ende una meta de resultados económicos. Se trata entonces, de utilizar el conocimiento como la base para crear y desarrollar soluciones nuevas en productos, servicios o en la gestión interna de la empresa para que los clientes y/o usuarios lo perciban y lo prefieran.

Pero qué hacer para lograrlo? Se debe ver como un proceso sistémico adoptado por la empresa que quiera adquirir el compromiso de innovar, no sin antes mencionar (lo que se lee en todos los artículos que tratan del tema) que las empresas no pueden darse el lujo de seguir como hasta ahora porque desaparecerán en el futuro inmediato.

6. DESARROLLO

6.1 RESEÑA HISTORICA DE LA INFLUENCIA DE EUROPA Y NORTE AMERICA EN EL PROCESO DE DISEÑO E INNOVACION A NIVEL DE AMERICA LATINA

Recopilación del trabajo de Jimenez,L.M. (2000).*Ubicación socio-económica del diseño*. Documento de trabajo, COLOMBIA (pp 1-10).

La revolución industrial en Inglaterra para el siglo XVIII es el resultado de conjugar los avances tanto tecnológicos con los procesos sociales, es el desarrollo de la industria basada en una nueva forma de producción en la economía agraria y de manufactura artesanal.

Fue James Watt con su invento de la máquina de vapor que constituyo la base de producción de energía a finales de las décadas de 1870 y 1880, siendo el inicio para la realización de otras máquinas más especializadas, marcando la ruptura entre una economía artesanal imperante hasta el siglo XIX y una economía industrial regida por una conciencia básicamente capitalista, esto apoyado por un proceso paralelo de avances científicos y tecnológicos.

La fuerza de trabajo (los obreros), se relacionan con una infraestructura industrial, capaz de producir productos, que serían llamados mercancías, ellos mismos empiezan a utilizar, consumir y necesitar de esos productos.

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

Según las teorías clásicas de los economistas Smith o Ricardo, entre más división y especialización del trabajo exista en una sociedad más crecerá la demanda de productos. Es así, como surge la primera idea de consumo.

Son tres factores que se convierten en el soporte de todo el aparato productivo capitalista: hombres o fuerza de trabajo, mercancía o productos e invención o fuerza de capital, para el siglo XIX, todo interés estaba regido por la nueva idea de productividad, plasmada en la máquina.

Nuevos mecanismos de reglamentación sobre la producción son establecidos, como la incorporación de la idea de salud, higiene y protección del obrero, Se logra la regulación y el cumplimiento de la nueva legislación laboral.

Empieza a surgir una nueva área conocida como las tecnologías blandas, que mejoran las relaciones entre los seres humanos y los bienes de producción, con un objetivo principalmente de índole productivo.

En Norteamérica para el siglo XX, dentro del periodo de las guerras mundiales el rango de desarrollo tecnológico es muy amplio, y empieza a sobrepasar las tasas de crecimiento y producción en términos generales de toda Europa.

Para América Latina a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, se inicia una etapa de la industrialización, como la telefonía, la ingeniería civil para la construcción de grandes infraestructuras viales, la generación eléctrica, la repartición de todos los

servicios, en ciudades que empiezan a crecer, incluyendo cambios en las estructuras de gobierno y del estado. es un periodo menor a treinta años.

Cuando finalizan las guerras en Europa, es necesario iniciar la reconstrucción de los países afectados. Este proceso que comienza después de la segunda guerra mundial, entre 1948 y 1952, auspiciado por Estados Unidos, que proporciona los recursos económicos necesarios la reconstrucción de una nueva sociedad en la Europa de Occidente.

La construcción se basó en una sociedad con cimientos basados en la tecnología y el desarrollo paralelo de la ciencia, ya se podía prever el transporte masivo de personas, o el de automóviles, así como el intrincado entramado de servicios públicos. Para la reconstrucción de los hogares, se necesitó de una gran expresión de diseño, con la apertura a los medios de comunicación, el manejo de la información visual a través del cine y la televisión, con el crecimiento poblacional y con la idea de progreso, los muebles, los electrodomésticos y en general todos los artefactos, pasaron a ser parte de la reconstrucción de los hogares, que incrementaron la demanda de objetos industriales que se adaptaran a esas exigencias.

Para la primera mitad del siglo XX, el énfasis estaba centrado en la máquina y su perfeccionamiento. A través de la técnica y el estudio de las capacidades físicas del hombre. Esto permitiría lograr un mejor acoplamiento entre la máquina y el hombre, y los productos

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

Para comienzos de los años cuarenta, tanto en Europa, como en Estados Unidos, aún quedaba una infraestructura industrial que provenía de la industria militar. Grandes fábricas para la elaboración de miles de uniformes, equipos de telecomunicaciones, aviones, armas, vehículos. Esta infraestructura se acondicionó rápidamente para la producción de una demanda creciente de productos de la naciente sociedad consumista.

6.2 LA VALORACION SOCIAL DEL DISEÑO EN AMERICA LATINA

Recopilación de Jimenez,L.M.(2000).*Ubicación socio-económica del diseño*. Documento de trabajo, COLOMBIA(pp 1-10).

La explicación que en nuestro entorno Latinoamericano la valoración del diseño este por debajo de otros, se le atribuye a que los procesos sociales, económicos e industriales que se han mencionado, no fueron del todo paralelos. Adicional a lo expuesto también ha influido: La poca demanda del diseño industrial en el espacio social, así como un retraso en el desarrollo de la infraestructura tecnológica e industrial, la desarticulación del marco académico de las universidades con la estructura y unas políticas gubernamentales de desarrollo económico, poco claras, ambiguas, frágiles, frente a los procesos de estímulo a la innovación científica, tecnológica y de productos.

En América Latina, la actividad del diseño puede dividirse en dos grandes corrientes

El primer movimiento proviene de la nueva estructura de la modernidad, que se presenta durante los años cincuenta, en menos de una década, los arquitectos, ingenieros y artistas, se identifican con la visión del diseño de Europa y Estados Unidos

Este movimiento liderado, conjuntamente entre la técnica, con los nuevos procesos constructivos, desde la Arquitectura con un extenso apoyo teórico, y desde el arte, configura un giro intelectual desencadenante en el diseño industrial.

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

Para 1979, se realiza el XI Congreso ICSID⁴, primer congreso de diseño internacional en Iberoamérica, tuvo lugar en México⁵, fue dirigido por Alejandro Lazo, y su tema fue: Diseño Industrial como factor de desarrollo humano. Este fue, por así decirlo, el primer reconocimiento internacional de la presencia del diseño en América Latina.

Recordemos que para los años setenta, la infraestructura industrial de América Latina, llevaba décadas de rezago frente a la infraestructura europea o norteamericana.

Tal vez el problema fundamental, al que se ha enfrentado el diseño en Latinoamérica, subyace en copiar un modelo muy rígido de diseño europeo y norteamericano que se adaptaba muy poco al ambiente industrial de Latinoamérica.

En América Latina, hay un cierto crecimiento económico durante los años sesenta y setenta, debido principalmente a la crisis del petróleo, que benefició a algunos países que disponían de reservas petroleras, y por un proceso de crecimiento poblacional en las ciudades. Esto permitió un auge de la industrialización.

Además del crecimiento económico, surge un gran número de literatura relacionada con el diseño industrial, desde los aspectos de los factores humanos en el diseño, como también sobre los aspectos estéticos, técnicos y económicos escala temática, para los años sesenta, se nota una fuerte influencia proveniente de la estética y de la filosofía, el movimiento metodologista, llamado –la manualística del diseño-, encabezado por Christopher Jones. Para los años ochenta una reflexión centrada en la historia, la relación del diseño con la calidad de vida y los nuevos sistemas de información dominados por la

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

electrónica, empiezan a surgir los primeros libros de la historia del diseño. Y en los años noventa, una postura enfocada ampliar los límites de los campos de acción del diseño industrial.

6.3 INNOVACIÓN EN AMÉRICA LATINA

A finales de los años 80 la idea de innovación comienza a rondar a los gobiernos como una visión de desarrollo, en Asia ya había dado ese gran salto cruzando la frontera tecnológica sin hacer grandes inversiones en I+D.

En los años 90 en América Latina aún no se había realizado ningún tipo de encuesta referente al estado de innovación como en otros países europeos y asiáticos, cinco años después y tomando como referencia el manual de Oslo, se evidencio que toda la región debía unirse para poderlo aplicar.

A finales de los 90 se realiza la primera encuesta a nivel Latinoamericano sobre innovación, pero los resultados no fueron los esperados ya que no fueron compatibles entre si y el objetivo que era responder a los indicadores internacionales no se cumplió.

Este resultado motivo a RICYT(LA RED DE INDICADORES DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA -IBEROAMERICANA E INTERAMERICANA) y a otros organismos internacionales a redactar un manual para la realización de esta encuesta teniendo en cuenta las particularidades de cada país.

En la actualidad la mayoría de los países Latinoamericanos ya han realizado esta encuesta y en este momento cuentan con información de más de 10 años, este ha sido el inicio del impulso para el desarrollo de la innovación en Latinoamérica, vemos que su desarrollo no se basa únicamente en la estabilidad macroeconómica y en el control de

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

la inflación si no en el desarrollo productivo y en la innovación que son los pilares de la estrategia de desarrollo.

Es necesario seguir estimulando y fortaleciendo todos los sistemas de innovación existentes los cuales se encuentran en un proceso de desarrollo, los diferentes gobiernos deben apoyar las capacidades científicas y tecnológicas incrementando así las posibilidades de transformar todos los avances generados en oportunidades de negocio, orientados a la competitividad para la generación de empleos, calidad, nuevos servicios, productos y mercados ya sean locales o internacionales y convertirnos así en una fuerza innovadora y prometedora para el mundo.

6.4 CASOS DE EMPRESAS INNOVADORAS EN AMERICA LATINA

A continuación se muestran 20 ilustraciones de empresas, entidades o grupos, que se han decidido a innovar, perdiendo el miedo al qué dirán y buscando siempre la mejora continua, dando siempre a sus clientes lo mejor según sus necesidades. Esto los ha llevado a construir grandes productos reconocidos a nivel Latinoamericano.

Ilustración 2 CASO DE INNOVACION EN ROLLING HOSTEL

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>ROLLING HOSTEL</i>
PAIS	<i>CHILE</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>TURISMO</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACION EN INNOVACION	<p>Todo nace en Córdoba, España 1997 con un estudiante chileno de Ingeniería Forestal Pablo Dütilh y el Karel Dhundt, estudiante también de la misma carrera, Dütilh era guía turístico en su país y le comenta a su compañero de sus experiencias como guía y de la hermosa Patagonia, en el 2004 Karel Dhundt viajó a Chile y esta experiencia lo cautivó de tal manera que le propone a su amigo ofrecer ese viaje a ciudadanos de su natal Bélgica. La estrategia consistía en que Dhundt se haría cargo de proveer pasajeros desde su país y Dütilh de la logística, de armar rutas y llevar a los clientes, dada su condición de guía turístico</p> <p>Algo importante era el medio de transporte y surge la idea de construir ellos mismos un vehículo con las exigencias de alojamiento, alimentación y transporte para 12 pasajeros (un bus hotel) para ello recurrieron a arquitectos para hacer el diseño de este aparato único y, una vez concluido compran un bus de transporte urbano aplicándole todos los diseños desarrollados,</p> <p>Después de 10 meses ya tenían el medio de transporte y el diseño de las rutas donde ninguna otra empresa de turismo ofrecía realizando su primer viaje con pasajeros enviados desde Bélgica, esto fue un éxito que se convirtió en una de las agencias de turismo más poderosas de Chile.</p> <p>“Lo innovador es que nosotros proponemos el viaje en un vehículo único”, dice Pablo Dütilh, quien además de ser el guía de los pasajeros ejerce como gerente general de Rolling Hostel.</p>

Fuente: Innova Chile. 2007. 70 Casos de innovación. Pág 22. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/209219/70-Casos-de-Innovacion>

Ilustración 3 CASO DE INNOVACION EN PSYCHO WORLD

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>PSYCHO WORLD</i>
PAIS	<i>CHILE</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>TECNOLOGIA</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>En la calle Esmeralda, en pleno centro de Valparaíso, están las oficinas de Psycho World, una de las más importantes factorías de juegos para teléfonos celulares que existe en Chile. Sus socios fundadores, Max Celedón y César Hernández estudiaron juntos Ingeniería en la Universidad Técnica Federico Santa María, En el año 2002 ambos decidieron participar en un auspiciado por una filial chilena de Sony Ericsson para desarrollar una aplicación para celulares el cual ganaron.</p> <p>Poco tiempo después, ambos ingenieros, respondiendo al llamado de una empresa sueca, diseñaron el <i>Stonker</i>, un juego tipo puzzle que, si bien a ellos les resulta hoy día bastante primitivo y casi no se usa, los introdujo en los circuitos reales del rubro. Ese fue el inicio de PsychoWorld. Desde entonces, la empresa ha desarrollado cerca de 20 juegos asociados al fútbol, carreras de autos o juegos de destreza tipo Mario Bros.</p> <p>En 2003, se adjudicó un Capital Semilla para desarrollar suproducto estrella. Se trata del <i>Instant Mobile Messenger</i> (IMM), una aplicación innovadora que permite a los teléfonos móviles conectarse a cualquier sistema de messenger, ya sea ICQ, Yahoo, o MSN de Microsoft Diseñado para funcionar con una amplia gama demarcas de celulares, fue la primera en el mundo en su tipo y hoy se distribuye incluso en Estados Unidos.</p>

Fuente: Innova Chile. 2007. 70 Casos de innovación. Pág 28. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/209219/70-Casos-de-Innovacion>

Ilustración 4 CASO DE INNOVACION EN 24X7 CULTURAL

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>27X7 CULTURAL</i>
PAIS	<i>BRASIL</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>VENTA DE LIBROS</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>La empresa 24x7 Cultural en Brasil innovó al adaptar máquinas expendedoras de gaseosas para vender libros 24 horas al día, los 7 días a la semana, en ubicaciones poco usuales como las estaciones del Metro. Una oferta tentadora: la mayoría de los libros cuestan menos de \$2.30. La selección</p>

	<p>de libros incluye traducciones de Sherlock Holmes, Paulo Coelho e incluso un diccionario de matemática. La medida satisface a las personas que usualmente no visitan las librerías y están buscando una distracción durante sus viajes. Esto hace que la lectura sea popular y accesible.</p> <p>Actualmente, esta empresa vende 10,000 libros mensuales en sus más de 40 máquinas de libros ubicadas en Sao Pablo y Rio de Janeiro. Al igual que Toyota, este es otro ejemplo absolutamente brillante de innovación en canales de distribución.</p>
--	---

Fuente: Morales.M.2013.Capitulo1.Recuperado de <http://librodeinnovacion.com/wordpress/wp-Content/uploads/2011/01/Cap%C3%ADtulo-1-Release-1.0.doc>.

Ilustración 5 CASO DE INNOVACIÓN EN SOLAR CIENCIA AGRICOLA

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>SOLAR CIENCIA AGRICOLA</i>
PAIS	<i>COLOMBIA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>AGRICOLA</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Germán Castaño, estudió literatura y su amor, y admiración por la agronomía le permitió convertirse en cofundador de ‘Solar Ciencia Agrícola’, una empresa que busca hacer el registro e industrialización de productos de soluciones agrícolas innovadoras, más conocidos como reguladores fisiológicos.</p> <p>“Nuestro primer producto es uno que se aplica a las plantas y suple la oferta ambiental, es decir, agua, temperatura y luz. La planta necesita de estos nutrientes para poder trabajar y producir. Nuestro invento permite que aunque ésta no tenga ese suministro, produzca normalmente“, afirma Castaño.</p> <p>Al igual que él, Nicolás Cock entró al mundo de la innovación gracias a la creación del primer colorante azul del mundo de origen natural, el cual el proviene de un fruto con el nombre de ‘La Jagua’ y que ha logrado despertar el interés de parte de unas de las principales multinacionales del mundo.</p>

Fuente: Telefónica.2013.Colombiaalavanguardiaelainnovaciónempresarial.pag1.Recuperado: <http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/colombia/2013/05/03/colombia-hacia-la-vanguardia-de-la-innovacion-empresarial/>

Ilustración 6 CASO DE INNOVACION EN LOS TAMALES DE MAGALY

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>LOS TAMALES DE MAGALY</i>
PAIS	<i>PERU</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>ALIMENTOS</i>
DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Magaly Silva es una mujer luchadora de carácter fuerte y decidido, partiendo que la gastronomía Peruana hoy atraviesa un boom posesionándose como la primera de América Latina, por su variedad y sabor, esto llevo a Magaly a darse cuenta que la tendencia de la cocina peruana estaba cambiando y que la gente quería sabores diferentes , además que querían consumir alimentos saludables, dando esto como respuesta la producción de tamales nunca producidos en América Latina como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tamales rellenos de langostino • De quinua • Garbanzo • Maíz morado • Lagarto entre otros <p>Hoy en día no solo en su país realiza la venta de los tamales sino ya realiza exportaciones a países como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • EEUU • CHINA • ITALIA • CHILE • ALEMANIA • FRANCIA • ESPAÑA • COLOMBIA <p>La industria de Magaly se está proyectando para ampliar sus exportaciones a otros países en los cuales su comida ya es conocida.</p>

Fuente: Universidad Ricardo palma.2010. LOS INNOVADORES PERUANOS: CASOS PARADIGMATICOS EN MARKETIN.Pag1.Recuperado:http://perfeccionate.urp.edu.pe/server/ciees/index.php?option=com_content&view=article&id=169:los-innovadores-peruanos-casos-paradigmaticos-en-marketing&catid=48:blog-geremprende&Itemid=37

Ilustración 7 CASO DE INNOVACION EN CAFAM

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>CAFAM</i>
PAIS	<i>COLOMBIA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>COMPENSACION FAMILIAR</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Desde 1981 la Caja de Compensación Familiar desarrolla el Programa de Educación Continuada para Adultos como una respuesta a los bajos niveles educativos de la población colombiana y a la necesidad social de incorporar a las gentes del país a la vida nacional mediante una educación que potencie la participación, la responsabilidad y la integración social.</p> <p>El Programa de Educación Continuada de CAFAM para jóvenes adultos representa un cambio del paradigma tradicional de la educación de jóvenes y adultos en Colombia. Este programa propone la educación como una estrategia para el desarrollo humano, el cual es la base para el desarrollo social y económico.</p> <p>El desarrollo humano está enfocado al cultivo del potencial del ser humano en sus diferentes aspectos: intelectual, afectivo y social.</p> <p>Características del programa: Abierto , flexible, semi-escolarizado, se basa en el autoaprendizaje y tiene materiales propios. En resumen, los adultos y jóvenes expresan los logros alcanzados en el Programa en términos de desarrollo personal y manifiestan que han adquirido mayor conciencia individual de la dignidad humana, de sus responsabilidades consigo mismo, con su familia son su trabajo y con su comunidad. Además han cambiado su perspectiva ante la vida y se consideran personas útiles a la sociedad por cuanto han podido intervenir en su entorno sociocultural. En cuanto a resultados cuantitativos el Programa ha alcanzado una gran cobertura nacional llegando a 23 de los 32 departamentos a un buen número de</p>

	<p>municipios y veredas y actualmente se atienden 70.000 jóvenes y adultos por año en todo el territorio nacional.</p>
--	--

Fuente: SISTEMA EDUCATIVO Nacional de la República de Colombia. 1993.

Operadores programas de alfabetización: Educación Continuada CAFAM. Págs. 1-15.

Recuperado: http://www.oei.es/quipu/colombia/programa_cafam.pdf

Ilustración 8 CASO DE INNOVACIÓN EN EDUCATINA

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>EDUCATINA</i>
PAIS	<i>ARGENTINA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>EDUCACIÓN E-LEARNING</i>
DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Denise Abulafia Bioquímica, doctora en Biología Celular y especialista en Biotecnología Médica. Docente por vocación.</p> <p>Diseñó una plataforma de aprendizaje audiovisual totalmente gratuita. Hacia el futuro, su emprendimiento puede cambiar la forma de acceso a contenidos educativos. "El proyecto Educatina se basa en una plataforma de internet donde, a través de videos, los temas más difíciles pueden ser explicados en forma sencilla y en pocos minutos. Además, todo el contenido está supervisado de manera que pueda ser utilizado como material de estudio para la comunidad escolar de nivel medio o secundaria", señala Denise. "Creemos que es un gran aporte para entender que la educación está cambiando y que existe una gran oportunidad de seguir aprendiendo en la web", agrega. Detrás de Educatina hay un equipo de trabajo que tiene como objetivo convertirse en el portal más importante de apoyo escolar, apalancado en los programas tecnológicos que facilitan computadoras a toda la población secundaria del país que impulsan muchos gobiernos de América latina. El proyecto recibió el primer premio del Programa Conectar Igualdad por los contenidos audiovisuales. La plataforma cuenta hoy con más de 1200 videos, y luego de una reciente inversión de 350 mil dólares, se producirán tres mil videos más. Pero el objetivo no es depender del aporte de capital, sino convertirse, en el corto plazo, en un portal autosustentable con un modelo de negocio similar al de MercadoLibre, donde cualquier persona puede requerir una capacitación sobre un tema y un profesor le</p>

	ofrece el contenido producido para la ocasión por un monto consensuado entre las partes. Luego los profesores son calificados y el portal genera ingresos cobrando una comisión sobre el monto del servicio prestado.
--	---

Fuente: Africano.L. 2012. Los 10 innovadores de la argentina más destacados del 2012.

Pag 4. Recuperado: <http://www.conexionbrando.com/1531697-los-10-innovadores-de-la-argentina-mas-destacados-del-2012>

Ilustración 9 CASO DE INNOVACIÓN EN COMIDA RAPIDA Y AL PASO

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>COMIDAS NAC & POP</i>
PAIS	<i>ARGENTINA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>ALIMENTOS</i>
DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Alex Gordon dueño de la cadena de comidas Nac& Pop Con una vasta experiencia en el negocio gastronómico, desarrolló una cadena de comida al paso que interpretó uno de los conceptos culturales del momento.</p> <p>de acuerdo con su experiencia gastronómica (desde los 13 años que trabaja en restaurantes) y su andar por varios países del mundo, en Buenos Aires no había restaurantes de comida impulsiva al paso que estuvieran abiertos las 24 horas. Además, se dio cuenta de que había un sentimiento de alegría en la sociedad que se podía capitalizar en el consumo y se expresaba en el discurso callejero. "Al poco tiempo de llegar y con dinero prestado, tuve la oportunidad de poner en valor el tradicional restaurante La Robla y abrir un local de comida al paso en Corrientes y Montevideo. En pocos meses, ya eran dos emprendimientos rentables y adopté el concepto de Nac& Pop para transformar el local de comida rápida en una cadena. Estaba convencido de que el formato de 24 horas para locales en ciertas ubicaciones tenía que andar bien, sobre todo en horarios nocturnos". La oferta gastronómica en Nac& Pop crece en forma horizontal, con un ticket promedio de 17 pesos. Según Gordon, este tipo de comercios fomentan el consumo de la población que lentamente recupera la calle como lugar de esparcimiento. A la hora de pensar en su negocio, el dueño de la cadena explica que una de las claves del éxito fue la rapidez con que abrieron los locales (tardan entre una semana y 35 días), por lo que generaron un efecto de asombro en los consumidores: en un año y medio abrieron diez locales y para fin de año esperan tener catorce, por donde pasarán más de 150 mil clientes por mes. "La sorpresa y la velocidad construyeron la marca", apunta. Pero Nac& Pop no solo vende panchos y hamburguesas, también sumó pochoclo,</p>

	<p>preservativos y bebidas energizantes. Su dueño dice que está dispuesto a vender todo lo que le ofrezcan, siempre que esté dentro de la capacidad de pago del bolsillo de sus consumidores. Según Gordon, el público de Nac& Pop es la perfecta síntesis entre la audiencia que frecuenta el Centro Cultural Konex y los lectores de la revistas Barcelona y La Garganta. "Ahora estoy enfocado en la creación de un fideicomiso de inversores, con opción de compra de la marca para ampliar la cadena y seguir creciendo", dice.</p>
--	--

Fuente: Africano.L. 2012. Los 10 innovadores de la argentina más destacados del 2012.

Pag 6. Recuperado: <http://www.conexionbrando.com/1531697-los-10-innovadores-de-la-argentina-mas-destacados-del-2012>

Ilustración 10 CASO DE INNOVACIÓN EN MONOCHROME Y REWINDBIKES

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>MONOCHROME Y REWINDBIKES</i>
PAIS	<i>ARGENTINA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>TRANSPORTE</i>
DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>NatanBurta , dueño de Monochrome y RewindBikes, Es un joven diseñador industrial amante de las bicicletas que impulsa, a través de un negocio innovador, su utilización como medio transporte. Comenzó con un proyecto de reciclado de bicicletas y ahora tiene su propio negocio de fabricación de bicis con estilo retro.</p> <p>luego de varios años de trabajar en diferentes estudios de arquitectura en Australia, NatanBurta quedó totalmente asombrado e indignado mientras buscaba entre muchas bicicleterías del país información para un emprendimiento que aún no tenía definido: las bicicletas viejas o abandonadas eran utilizadas como relleno sanitario en muchos basureros. Recordó sus momentos de infancia subido a la bici y decidió torcer el destino de lo que ahora era considerado un desecho. Con su socio diagramaron un proyecto que se denominó Monochrome, en el que se dedicaron a reciclar bicicletas en desuso, aportándoles diseño y valor sustentable. Con este proyecto ganaron varios premios como Buenos Aires Emprende, Innovar, Embajadores Nokia y el concurso BID Challenge en la categoría "Empresa innovadora con alto potencial de crecimiento", entre otros. Pero no conforme con esto, Natan tomó nota del boom que está viviendo la bicicleta a nivel mundial y redobló la apuesta con la apertura de una fábrica de bicicletas a pedido. "Todos nuestros productos son</p>

	<p>artesanales y hechos en la Argentina. Un cliente puede venir a nuestro local y definir cómo quiere que sea su bicicleta, eligiendo no solo el color, sino la forma del asiento, los accesorios y el cuadro", explica Burta mientras termina de acomodar la mesa de trabajo de lo que será su taller de armado en su nuevo local ubicado en Palermo, justo en una cuadra donde hay una bicisenda. Montado sobre su segundo emprendimiento, decidió enfocarse en dos rasgos distintivos que caracterizan a sus productos y que no están presentes en el mercado: la identidad de marca y el concepto de sustentabilidad. "Reemplazamos el proceso de cromado por la utilización de acero inoxidable, que dura de por vida; utilizamos cuero vegetal para los asientos; y en el caso de bicicletas recicladas, utilizamos el proceso de blastinado, que les quita el óxido y es mucho más ecológico que el tradicional arenado. Además, iniciamos un ciclo productivo sustentable al dar trabajo a varios artesanos para la realización de los cuadros de las bicicletas nuevas", apunta Natan. La idea prendió y logró armar y vender una flota corporativa para Google Argentina y alquila sus bicicletas a los pasajeros de hoteles boutique. También exportó a países como Brasil, Colombia, Chile, y otros con gran tradición bicicletera como Bélgica y Holanda.</p>
--	--

Fuente: Africano.L. 2012. Los 10 innovadores de la Argentina más destacados del 2012.

Pag 8. Recuperado: <http://www.conexionbrando.com/1531697-los-10-innovadores-de-la-argentina-mas-destacados-del-2012>

Ilustración 11 CASO DE INNOVACIÓN EN COMIMSA

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>COMIMSA</i>
PAIS	<i>MEXICO</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>INVESTIGACION Y DESARROLLO TECNOLÓGICO.</i>
DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>COMIMSA ha desarrollado un modelo de actuación innovador, el cual le permite no sólo operar con autosuficiencia financiera, sino que además logra una verdadera vinculación con el sector industrial, con el sector académico y con otros centros de investigación.</p> <p>Uno de los primeros grandes retos de COMIMSA fue detectar sobre qué nichos de mercado podríamos competir; es decir, qué productos podrían desarrollarse con las capacidades científicas y tecnológicas reales del país y desarrollarlos siguiendo el esquema de reconversión . De esta manera logran</p>

	<p>obtener una guía básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer un desarrollo tecnológico • Obtener un producto • Crear una industria • Convocar a la Iniciativa Privada para su dirección empresaria • Acompañamiento del Estado para evitar la morbilidad infantil de las empresas pues, en países en desarrollo como México es alta en los dos primeros años • Una vez salvado el periodo de morbilidad, toda la fuerza del Estado acompañaría a la empresa en el mercado interno y, sobre todo, en el externo. <p>Recientemente COMIMSA ha creado el Centro de Asesoría Integral en Propiedad Intelectual, con apoyo del Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI) y del gobierno del estado de Coahuila para crear ventajas competitivas en la empresa a través del uso de la propiedad intelectual.</p> <p>Algunos de los casos de éxito son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paquete tecnológico para la disminución de la contaminación en las ladrilleras del municipio de Saltillo. • Construcción de un modelo de simulación de los sistemas de producción y transporte del Campo Cantarell. • Reingeniería de la red de transporte de crudo por ductos. • Consultoría a la SCT en la construcción y supervisión de puentes. • Adecuación y revisión de las ingenierías de proyecto para la explotación de crudo ligero marino (producción temprana), en la plataforma de enlace.
	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de manifiesto de impacto ambiental, modalidad intermedia con visión regional; y estudio de riesgo, modalidad análisis de riesgo con visión regional en el Proyecto Integral Cuenca de Burgos 2000-2012. • Elaboración de un modelo 3D (as-built) en PDMS, sus planos respectivos y la capacitación para el manejo de

	<p>la información en el sistema de seis plataformas del activo de explotación Litoral de Tabasco.</p> <ul style="list-style-type: none">• Inventario de los procesos que generan aguas residuales industriales, determinación de su volumen y grado de contaminación, así como alternativas de tratamiento o reutilización en la Terminal Marítima de Dos Bocas, Tabasco.• Sistema de Información Empresarial Mexicano, versión 1.x.• Programa de Desarrollo Profesional en Soldadura Industrial. <p>Por años se ha hablado de que debe haber un acoplamiento de la cadena de valor: gobierno, academia (ciencia y tecnología) e industria. La academia, haciendo investigación (básica y aplicada) en las universidades; el gobierno, actuando en funciones específicas y la industria, produciendo y abriendo ventanas de mercado a la tecnología.</p> <p>Esto no es nada original. Al ejemplo de COMIMSA se suman los Centros de Investigación en Ciencia Aplicada y Tecnología Avanzada (CICATAS) del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Politécnico Nacional (Cinvestav), exitosas formas de desarrollo de la cadena academia-gobierno-industria.</p>
--	---

Fuente: Sanchez.Feliciano.2013. COMIMSA, un exitoso caso de innovación en México.

Pag 1.

Recuperado:<http://www.foroconsultivo.org.mx/innovacion.gaceta/component/content/article/90-columna-invitada/120-comimsa-un-exitoso-caso-de-innovacion-en-mexico>

Ilustración 12 CASO DE INNOVACIÓN EN CASA BAHIA

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>CASA BAHIA</i>
PAIS	<i>BRASIL</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>GRANDES SUPERFICIES</i>
DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Al ser la cadena detallista más grande de Brasil (con más de 500 tiendas), CASA BAHIA convirtió a los "pobres" en los "ricos," al crear una oportunidad donde otras compañías habían fracasado. Con un énfasis afín en las ventas a la Base de los segmentos de la Pirámide a precios bajísimos y un sistema propio de evaluación de crédito que se basa el historial de pagos y no los ingresos formales, CB gana más de US \$1.000 millones cada año. CB comprueba que vender las mejores marcas (electrodomésticos y muebles) a los pobres de Brasil es un negocio viable. Es el líder del mercado con el 15-20% del mercado.</p> <p>Los pobres de Brasil, que sueñan con comprar productos de las mejores marcas ya no tienen que soñar. CB ofrece electrodomésticos y muebles de las mejores marcas con un financiamiento a pagos de bajo costo y un servicio al cliente excepcional. CASA BAHIA utiliza un singular modelo de financiamiento (90% de las ventas son financiadas) que incluye un sistema propio de evaluación de crédito. Esto les permite establecer la lealtad hacia la marca (80% de sus ventas mensuales provienen de clientes que regresan).</p> <p>Los pobres no pueden pagar grandes sumas de dinero en el acto, pero sí pueden y pagarán una pequeña suma cada mes con excelentes historias repetidas de cancelar un producto al final.</p> <p>DECISIONES INNOVADORAS CLAVE DE CASA BAHIA</p> <p>A continuación analizamos elementos innovadores en cada etapa de la cadena de valor del negocio:</p> <p>MODELOS DE NEGOCIOS: Vender las mejores marcas a precios bajísimos, financiar estas ventas a pagos - se logró mediante estrictas verificaciones de crédito con base en los historiales de pagos y la confianza misma.</p>

	<p>PRODUCTOS: Aunque los clientes de CB son pobres, todavía quieren el sueño que vieron en la televisión, no una versión más barata del sueño. Por lo tanto, CB ofrece las mejores marcas de electrodomésticos y muebles.</p> <p>SERVICIOS: CB ofrece financiamiento a sus clientes con planes de pagos que van desde 1 a 15 meses. CB hace un énfasis especial en el servicio al cliente. Como resultado, muchos clientes "vienen como clientes y se van como amigos."</p> <p>LOGÍSTICA: Estricto sistema de distribución y la cadena de suministro para garantizar la disponibilidad; una enorme bodega para almacenar el inventario que viene con las compras a granel para mejores precios.</p> <p>REDES Y ALIANZAS: Alianzas con las mejores marcas como Sony, JVC, Toshiba, Whirlpool, etc. para obtener los mejores tratos a los precios más bajos</p> <p>MERCADOS: CASA BAHIA está dirigido a los pobres más pobres del Brasil que ganan menos de \$12.000 al año, tradicionalmente evitados por otros detallistas. Estas personas representan un enorme potencial de mercado y representan un 84% de la población.</p>
--	--

Fuente:Morales.M.2010. Ejemplo de Innovación: Casas Bahía en Brasil.Pag 1.Recuperado:
<http://innopassion.blogspot.com/2010/02/ejemplo-de-innovacion-casas-bahia-en.html>

Ilustración 13 CASO DE INNOVACIÓN EN LA FUNDACIÓN PARAGUAYA

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>FUNDACIÓN PARAGUAYA</i>
PAIS	<i>PARAGUAY</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>Promoción de emprendedores a través del crédito y la capacitación sin fines de lucro</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>La Fundación Paraguaya, fundada en 1985, es la institución pionera en la promoción de emprendedores a través del crédito y la capacitación en el Paraguay. Trabaja en todo el país, a través de 17 oficinas regionales y abarca más de 136 ciudades.</p> <p>Estableció en Paraguay el primer Programa de Desarrollo Microempresario.</p> <p>Persuadió al Banco Central del Paraguay que permita a Bancos y Compañías Financieras a hacer préstamos a personas de escasos recursos.</p> <p>La primera ONG en trabajar con el sector informal a través de créditos de negocios y entrenamiento.</p> <p>Primera institución en utilizar un vínculo con el mercado para financiar un programa de microcrédito.</p> <p>La primera ONG en proveer educación económica a niños, niñas y jóvenes y de desarrollar asociaciones con otros sectores especialmente el sector privado que permitió obtener sponsorship corporativo para cubrir el costo total de los programas.</p> <p>Fundó la primera Incubadora de Empresas para jóvenes en Paraguay.</p> <p>Estableció la única Escuela Agrícola en el mundo (¡Que sepamos!) que trata de lograr la completa autosuficiencia (rechazando expresamente subsidios del gobierno) a la vez que ofrece educación de primer nivel en agricultura orgánica y prácticas de negocios.</p> <p>Impacto</p>

	<p>Es la ONG más grande de Paraguay con 17 oficinas y 150 empleados a tiempo completo, apoyando microempresas en más de 136 pueblos y ciudades de todo el país.</p> <p>Han desembolsado más de 37,5 millones de dólares (que representan más de 186.000 créditos) y actualmente ofrecemos asistencia técnica, entrenamiento en gerenciamiento y créditos a más de 36.000 micro emprendedores.</p> <p>Estudios indican que el resultado de esto ha sido la creación de cerca de 16.000 nuevos empleos a nivel nacional.</p>
	<p>La Fundación también ha apoyado a 17 instituciones locales para la réplica del modelo de nuestro programa de microcrédito – influenciando nuestra experiencia para un máximo impacto.</p> <p>El programa de Educación Emprendedora ha alcanzado a más de 55.000 niños, niñas y jóvenes desde su inicio, contando con la</p>
	<p>experiencia de más de 5000 voluntarios del sector privado.</p> <p>El impacto positivo del programa de Educación Emprendedora, tanto para los alumnos como para los voluntarios, lo cual se puede ver en el impresionante crecimiento que ha tenido (más del 60% en los últimos tres años). Así como en la ironía de que nuestro principal rival comercial, es ahora nuestro principal sponsor.</p> <p>El Colegio de Organizaciones para el Desarrollo Social.</p> <p>Conjuntamente con otras organizaciones sin fines de lucro han conformado un Colegio de Organizaciones de Desarrollo Social para fortalecer su papel en la solución de los problemas que afectan a nuestros pueblos. Bajo el auspicio de la Fundación Avina, técnicos de la Fundación Paraguaya han desarrollado y aplicado un Sistema de Evaluación de Desarrollo Organizacional, instrumento que sirve para evaluar la transparencia, desarrollo organizacional, impacto y legalidad de las entidades socias del Colegio.</p>

Fuente: Fundación Paraguaya.2012.Quienes somos. Pag 1.Recuperado:

<http://www.fundacionparaguaya.org.py/es/quienes.php?id=73>

Ilustración 14 HUEVOS SANTA ANITA

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>HUEVOS SANTA ANITA</i>
PAIS	<i>COLOMBIA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>ALIMENTOS</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Una Mipyme colombiana que surgió hace 48 años y que ahora genera más de 700 empleos, acaba de lanzar al mercado un huevo life, que contiene un 25% menos en grasa y un mayor porcentaje de Omega 3.</p> <p>En el caso de Santa Anita fueron muchos años de investigación los que se tomaron para llegar a un huevo life, que ya empezó a comercializarse en ciudades como <u>Bogotá</u> y que es propio para deportistas, modelos y personas que tienen algunos problemas de salud.</p> <p>Esta es la primera empresa que en Colombia logra un huevo</p>
	<p>bajo en grasa sin perder las propiedades nutritivas, dijo Claudia Angarita, una nutricionista colombiana, especializada en productos reducidos en calorías y que fue consultada por Latinpyme.</p> <p>Luis Fernando Tascón, presidente de la compañía, precisó que los nuevos huevos se obtienen a través de un proceso alimenticio de las gallinas, basado en materias primas vegetales como maíz, sorgo y linaza.</p> <p>La avicultura colombiana ha logrado importantes avances en materia de innovación y ya existe la posibilidad de exportar – por primera vez en la historia- huevos a mercados como el mexicano, que es el que tiene el mayor consumo per cápita del mundo.</p> <p>Aunque el nuevo producto se comercializará por ahora en el mercado colombiano, tanto en grandes superficies como en otros puntos de venta, los directivos de la compañía no descartan que en el futuro se abastezcan mercados internacionales.</p>

Fuente : Latinpyme.2012. Mipyme colombiana, ejemplo de innovación .Pag 1.

Recuperdo:<http://latinpymes.com/portal/actualidad/item/10307-mipyme-colombiana-ejemplo-de-innovaci%C3%B3n.html>

Ilustración 15 CASO DE INNOVACIÓN EN INDUSTRIAS NÓMADA C.A.

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>INDUSTRIAS NOMADA C.A.</i>
PAIS	<i>VENEZUELA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>MANUFACTURERA</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Es una compañía fundada en 1993 con la finalidad de diseñar y confeccionar morrales y bolsos, compitiendo con reconocidas marcas importadas. Esto se logra gracias a los altos estándares de calidad exigidos en Nómada (Industrias Nómada, 2009). El éxito de Industrias Nómada se traduce en la visión de nichos dentro del mercado nacional y dentro de mercados internacionales (USA), así como la implementación de oportunas y adecuadas estrategias de trabajo, lo cual ha permitido un crecimiento sostenido de la compañía (Centro Nacional para la Competitividad, 2009). Los valores de desempeño de la compañía están basados en la pasión por los productos que elaboran ofreciendo diseños únicos con materiales de alta calidad. El diseño de sus productos se basan en dos características: funcionalidad y Comodidad. Hoy en día Nómada es la primera marca de fabricación</p> <p>nacional de venta en tiendas deportivas. El concepto de Calidad de Servicio, de esta organización, comprende garantía de trabajo, entrega a tiempo, reconocimiento de las necesidades y requerimientos del cliente. En el área corporativa (productos publicitarios) cuentan con clientes como: Coca-Cola, Empresas Polar, Diageo, Cadbury Adams, Calox, HBO, IBM y Nestlé, entre otros clientes (Centro Nacional para la Competitividad, ob. cit.).</p> <p>Otra herramienta en la gestión empresarial de Industrias Nómada, es el uso de las Tecnologías de información y comunicaciones, agregando valor a sus actividades operacionales y de gestión empresarial en general, permitiendo a la empresa obtener ventajas competitivas. A través su página web exponen sus productos, facilitando a los clientes, actuales y futuros, su ubicación en Internet y el acceso a su imagen y descripción y además puedan solicitar productos personalizados. Igualmente, a través de ese medio,</p>

	<p>los clientes pueden contactarlos a través del correo electrónico, e Industrias Nómada puede transmitir a sus clientes información de catálogos de productos nuevos o un boletín de noticias de forma inmediata y sin costos adicionales.</p> <p>Principio de éxito: Visión de nichos de mercado nacional e internacional, además de oportunas y adecuadas estrategias de trabajo, enfocándose en la calidad en el servicio.</p>
--	--

Fuente: Teran.A,Bucci.N,Samuel.Blas.2012. Principios de éxito en innovación. Casos venezolanos.Pag 6. Recuperado:<http://www.laccei.org/LACCEI2012-Panama/RefereedPapers/RP144.pdf>

Ilustración 16 CASO DE INNOVACIÓN EN CEMEX

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>CEMEX</i>
PAIS	<i>MEXICO</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>CONSTRUCCION</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Es una compañía global de soluciones para la industria de la construcción, que ofrece productos y servicio a clientes y comunidades en más de 50 países en el mundo. La compañía mexicana ocupa el tercer lugar mundial en ventas de cemento y clinker, con una capacidad de producción de 97 millones de toneladas al año y es la principal empresa productora de concreto premezclado.</p> <p>Recientemente lanzaron cemento Rizal Green, un cemento multipropósito que puede utilizarse tanto en trabajos de albañilería como en proyectos semiestructurales tales como cocheras, bardas y planchas para suelo en construcciones residenciales. Rizal Green, resultado de más de dos años de investigación de laboratorio y mercado, cuenta con una formulación patentada que reduce hasta 32% las emisiones de CO2 cuando se usa como sustituto del cemento Portland común en trabajos de albañilería.</p> <p>A pesar de tener poco tiempo en el mercado, Rizal Green se ha convertido en la marca preferida por contratistas y constructores en las Filipinas, ya que facilita la construcción por su excelente maleabilidad y reducido tiempo de aplicación. Rizal Green es uno de los productos de CEMEX que lleva la ecoetiqueta verde por ser un producto ecológico, lo que significa que está fabricado de tal manera que evita los efectos nocivos al ambiente y garantiza que cada paso en el proceso de producción cumple con las normas estipuladas por</p>

	<p>el Centro para la Protección Ambiental y Desarrollo Sostenible de Filipinas (PCEPSDI).</p> <p>De acuerdo con nuestros cálculos, el cemento ecológico Rizal Green salva 30 árboles por cada casa que se construye y reduce las emisiones de carbono hasta 32%"</p>
--	--

Fuente: Cemex.2010. En búsqueda de innovaciones para una construcción sustentable.Pag 1.

Recuperado:<http://www.cemex.com/ES/DesarrolloSustentable/CasosEstudio/InnovacionConstruccionSustentable.aspx>

Ilustración 17 CASO DE INNOVACIÓN EN MECHANICAL STUDIO

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>MECHANICAL STUDIO</i>
PAIS	<i>CHILE</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>TECNOLOGIA</i>
DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Pablo Suárez, gerente general y fundador de Mechanical Studio, empezó enseñándoles robótica a sus alumnos con los MindStorm, de Lego. Con un pie en el diseño industrial y otro en la robótica, decidió crear su propia empresa, que, en sus inicios, se dedicó a crear soluciones para la industria minera.</p> <p>Han trabajado junto a Codelco, y de esa mancomunidad nacieron cuarenta patentes. Crearon nuevas chancadoras, que, con sólo modificar la geometría, aumentaron en 30% la producción y prolongaron su vida útil. También, brazos robóticos para picar la roca antes de que llegue a la chancadora.</p> <p>Junto a Micrológica crearon el semáforo que está en las micros del Transantiago y que indica que el proceso de validación ha sido exitoso. O en el diseño de las nuevas lavadoras Mademsa, que se venden en varios países de la región. Y también trabajaron con ellos y Tecnocal para crear el Blinger (ver recuadro de Micrológica), el producto estrella que funcionará en el mercado estadounidense.</p> <p>Al mismo tiempo, crean novedosos artilugios para la empresa suiza MacroSwiss. "Es como una empresa hermana, ellos nos pagan royalties por los desarrollos que hacemos", afirma Pablo Suárez. Para ellos desarrollaron el SpyBot, un robot usado por la infantería y que sirve como un scout, que muestra a través de su cámara lo que pasa en el frente de batalla. "Es</p>

	<p>usado para la guerra urbana. Ya que muchas bajas se producen cuando los soldados ingresan a un lugar y son emboscados. Este robot entrega una visión previa de la zona", aclara Suárez.</p> <p>Luego crearon una versión pequeña, el micro SpyBot, que es tan chico que los soldados lo pueden arrojar como si fuera una granada. Una vez en el suelo, "despierta" y comienza su acecho. Ha salido hasta en documentales del DiscoveryChannel. Ahora trabajan en un casco minero, que usa batería de polímero y LED: da la misma autonomía que los cascos tradicionales, pero con una gran reducción de peso.</p>
--	--

Fuente: Ibarra. A. 2008. Mechanical Studio: De la minería a la milicia. Pag 1. Recuperado: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/266618/5-casos-de-innovacion-tecnologica-en-Chile.html>

Ilustración 18 CASO DE INNOVACIÓN EN WANAKOGAMES

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>WANAKOGAMES</i>
PAIS	<i>CHILE</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>TECNOLOGIA</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Es una empresa chilena de videojuegos dedicada a la producción de juegos casuales para PC y para las consolas Xbox 360, Game Boy Advance, Nintendo DS, GameCube, Wii y PlayStation 3. Se le considera el mayor estudio de creación de videojuegos en Latinoamérica. Los fundadores de la empresa fueron los argentinos Esteban Sosnik, Tiburcio de la Cárcova y Wenceslao Casares, Lo suyo son los juegos casuales, esos que se aprenden rápido y se disfrutan en cualquier tiempo libre. Los de WanakoGames(www.wanakogames.com) sabían que hacer un juego para consola como los grandes estudios eran cosas mayores, así que optaron por hacer juegos que se pueden descargar desde la red o del servicio Xbox Live, de Microsoft.</p> <p>Su gran éxito ha sido "AssaultHeroes", que fue reconocido en 2006 por IGN, una publicación especializada en videojuegos, como el mejor juego para Xbox Live. La revista "Forbes" lo llamó uno de los mejores juegos de bajo costo. Así se cumple la premisa de Tiburcio de la Cárcova), el mandamás y uno de los fundadores junto a Wenceslao Casares y Esteban Sosnik: "Queremos ser cabeza de ratón, y no cola de león".</p> <p>En febrero de 2007 Vivendi anunció su compra por US\$ 10 millones (\$5.100 millones). Desde entonces, fabrican juegos</p>

	para la división Sierra Online, encargada de los juegos en red.
--	---

Fuente: Ibarra. A. 2008. Mechanical Studio: De la minería a la milicia. Pag 5. Recuperado: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/266618/5-casos-de-innovacion-tecnologica-en-Chile.html>

Ilustración 19 CASO DE INNOVACIÓN EN EL SISAV

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE</i>
PAIS	<i>COLOMBIA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>EDUCACION SUPERIOR</i>
DESCRIPCION DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>la Universidad Autónoma de Occidente, como un caso exitoso en el uso de tecnologías de información y comunicación para la investigación e innovación tecnológica agropecuaria en América latina y el Caribe creó El Sistema de Información del Sector Agropecuario del Valle del Cauca, Sisav, fue reconocido como una experiencia exitosa a nivel latinoamericano.</p> <p>El Sisav es un proyecto de investigación coordinado por la Dirección de Investigaciones y Desarrollo Tecnológico de la Universidad Autónoma de Occidente, que cuenta con la vinculación de la Secretaría de Agricultura y Pesca de la Gobernación del Valle del Cauca, la Fundación Planeta Valle, el Ministerio de Agricultura y de Desarrollo Rural de Colombia, Convenio IICA-DRI y con la participación de 23 entidades del sector que operan en el Valle del Cauca.</p> <p>El Portal se constituye en una 'guía paso a paso' que conduce al usuario al aprovechamiento de los recursos informativos nacionales y mundiales considerados de dominio público y permite incrementar la productividad, competitividad e innovación en el sector agropecuario, aumentar la distribución y generación de sus ingresos y fomentar las relaciones entre los actores sociales.</p> <p>El Sisav cuenta con más de 1.750 documentos de dominio público, suministrados por empresas públicas y privadas de la región relacionadas con las cadenas productivas del Ají,</p>
	<p>Algodón, Avícola, Cacao y Chocolate, Flores Tropicales, Forestal, Guadua, Hortofrutícola, Láctea, Pesca, Productos del Pacífico, Piscícola, Plátano y Banano, y Plantas Aromáticas y Medicinales y 761 enlaces a recursos agropecuarios mundiales.</p> <p>Productores, procesadores, comercializadores, exportadores, técnicos, investigadores, docentes, estudiantes e interesados</p>

	por el mundo del agro pueden encontrar en el Portal resultados de investigaciones, paquetes tecnológicos, datos estadísticos de producción, rendimiento y áreas sembradas de los cultivos de la región vallecaucana, que han sido procesados con valor agregado: resúmenes, palabras clave acordes con tesauros internacionales.
--	--

Fuente: Centro Virtual de Noticias de la Educación.2008. Sisav, caso exitoso en el uso de TIC para investigación e innovación tecnológica agropecuaria.Pag 1.Recuperado : <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-152420.html>

Ilustración 20 CASO DE INNOVACIÓN EN ZERNIKE AMERICA LATINA S.A.

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>ZERNIKE AMERICA LATINA S.A.</i>
PAIS	<i>PANAMA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>FINANCIERO</i>
DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) quiso centrar la atención en la eficiencia energética y los recursos renovables y por lo que puso en marcha el IDEAS Concurso de Innovación Energética 2009 para América Latina y el Caribe.</p> <p>El objetivo principal era poner en marcha el desarrollo de nuevas ideas para abordar el problema de la escasez de energía que afectan a la región, lo cual es particularmente grave en las zonas rurales y de bajos ingresos.</p> <p>El ganador de este concurso fué Zernike América Latina SA, una empresa con sede en Panamá, que ganó en EE.UU. \$ 172.000 para desarrollar soluciones innovadoras de climatización para edificios de gran tamaño en los climas tropicales. El foco principal estará en edificios antiguos con sistemas obsoletos. En lugar de la sustitución de unidades enteras la solución adoptará una tecnología derivada de domótica, que implica el desarrollo de sistemas automatizados inteligentes. Alessandro Favalli, el director general de estimaciones de Zernike que esto va a lograr un ahorro energético de hasta un 35 por ciento.</p>

Fuente: Global Collaboration - Connected Innovation.2009. Air Conditioning Solutions.Pag 1. Recuperado: <http://www.ideaconnection.com/open-innovation-success/Air-Conditioning-Solutions-00121.html>

Ilustración 21 CASO DE INNOVACIÓN EN SARDIMAR S.A.

NOMBRE DE LA EMPRESA	<i>SARDIMAR S.A.</i>
PAIS	<i>COSTA RICA</i>
ACTIVIDAD ECONOMICA	<i>ALIMENTOS</i>
DESCRIPCIÓN DE LA APLICACIÓN EN INNOVACION	<p>Su nombre obedece a que en sus inicios su objetivo era procesar y comercializar sardinas en el mercado costarricense. Hoy en día, Alimentos Prosalud es una de las mayores compañías procesadoras y comercializadoras de productos del mar en la región. Exporta una amplia variedad de productos a más de 20 países en América y Europa. Sus productos incluyen conservas de atún, sardinas, mejillones, pulpo, calamar, salmón, comidas preparadas, salsas para mezclar, harina de pescado y aceite de pescado.</p> <p>Además mediante el proceso de recuperación del 100% de los residuos del proceso productivo, la empresa incursionó en el negocio de fertilizantes orgánicos con sus marcas Fertipez y Nutripez</p> <p>Actualmente la empresa cuenta también con operaciones Propias de distribución en Costa Rica, Guatemala y Panamá.</p> <p>En marzo de 2010 Sardimar S.A. sorprendió a sus competidores al lanzar un nuevo producto como la línea de atunes light incluyendo un paquete amigable para el medio ambiente, todo este proceso de innovación ha permitido a la empresa crear un portafolio de nuevos productos con un potencial de vender tres millones de dólares adicionales en el 2012 y un ahorro para la empresa de quinientos mil dólares. La empresa aspira en el 2015 que el 10% de sus ventas provengan de los productos nuevos que se desarrollen.</p>

Fuente:Innovare.2012.Caso de Éxito: Sistematización Sardimar.Pag 1-15.Recuperado: http://www.google.com.co/#output=search&scient=psy-ab&q=historia+de+sardimar&oq=historia+de+sardimar&gs_l=hp.3..0.1524.7657.0.8181.20.12.0.8.8.0.133.1240.7j5.12.0...0.0...1c.1.15.psy-ab.2hdYLYrY8wk&pbx=1&bav=on.2,or.r_qf.&bvm=bv.47244034,d.eWU&fp=47b877b76c634aa8&biw=1360&bih=638

http://www.quieroinnovar.com/descargas/casos/Caso_de_Exito_Sardimar_Sistematizacion.pdf

6.5 CASO DE ÉXITO MEDELLÍN, UN PROCESO DE INNOVACIÓN DE TALLA MUNDIAL.

Gracias a que las directivas de Medellín han tenido claro las bondades de la innovación y han contado con el apoyo de la empresa privada, esta ciudad se ha convertido en la primera ciudad Colombiana en ganar premios internacionales de innovación.

En su búsqueda constante se ha aventurado a generar un plan regional de Ciencia Tecnología e Innovación, la cual pretende transformar a la capital Antioqueña en una ciudad de Conocimiento.

(2012, 12,30). Cultura de la innovación la ruta de las ciudades inteligentes.

Recuperado de

http://www.rutanmedellin.org/Semana_de_la_Innovacion_2012/index.html

Para lograr este importante objetivo de ciudad, se trabaja en dos frentes. El primero, que busca generar las capacidades necesarias en todos los sectores –público, privado, académico, etc, por medio de programas y proyectos encaminados a sentar las sólidas bases de una cultura innovadora. El segundo, encaminado al fortalecimiento empresarial y el impulso de negocios de alto valor tecnológico que tengan potencial de llegar al mercado internacional y de generar mejor calidad de vida para las personas.

(2013, 03,30). Plan CTi Medellín 2011-2021 . Recuperado de

http://www.programaamerica.org/index.php?option=com_content&view=article&id=100:plan-cti-medellin-2011-2021&catid=8:actualidades

La Estrategia de la ciudad de Medellín en el ámbito e-Innovación da continuidad y amplía las acciones ya emprendidas persiguiendo los siguientes objetivos:

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

1. Contribuir al fortalecimiento del Sistema Regional de innovación.
2. Favorecer el incremento en la cualificación innovadora del capital humano de Medellín contribuyendo a su retención en el territorio.
3. Impulsar y visibilizar los procesos de innovación social en el territorio.
4. Impulsar la implementación de programas de educación creativa.
5. Conocer la realidad innovadora y tecnológica de Medellín.

El pasado 31 de Enero del año en curso, el centro de Innovación y Negocios de Medellín, Ruta N, dio a conocer el Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación PLAN CTI 2011 – 2021 el cual tiene por objetivo “fomentar, promover y coordinar las políticas de apoyo a la investigación y desarrollo científico, tecnológico y de Innovación de Medellín, con miras a la identificación y explotación de nuevos negocios del conocimiento.

Para los próximos 10 años los sectores de Salud - Energía y TICS serán los más impulsados con este proyecto ya que tienen las mayores potencialidades competitivas

Las políticas generadas por la administración de la ciudad también han contribuido a su gran desarrollo entre ellas tenemos:

- La creación de cargos como el de Vicealcalde de ciencia, tecnología e innovación
- incluir en su plan de desarrollo 2012 -2015: Ciencia, Tecnología e Innovación promoviendo y desarrollando emprendimientos en nuevos negocio fortaleciendo el sistema regional de innovación

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

- El apoyo a las instituciones educativas para que tengan un acceso a las herramientas tecnológicas
- Acercar a los ciudadanos a las herramientas de información y comunicación para lograr que la tecnología esté al servicio del desarrollo económico y social (Medellin digital)
- Realización de eventos a nivel internacional como será :
 - Virtual Educa (Junio de 2013) el cual es el principal evento sobre educación, innovación y TIC en América Latina. Encuentro internacional organizado por la Organización de los Estados Americanos – OEA -, en asocio con el Ministerio de Educación Nacional, la Gobernación de Antioquia y la Administración Municipal.
 - Sede para la próxima ceremonia del Premio Innovadores de América, a celebrarse en el primer semestre del 2014.
- La Semana de la Innovación, organizada por Ruta N en alianza con diferentes instituciones de Medellín, es un evento creado desde el año 2010 con el fin de ofrecer una experiencia de aprendizaje y apropiación alrededor de los retos y desafíos que la innovación plantea para Medellín en el camino de la competitividad en el mercado global.

Salazar.(2013, 03,1).Medellín impone su innovación al mundo. Especiales el colombiano. Recuperado de http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/M/medellin_impone_su_innovacion_en_el_mundo/medellin_impone_su_innovacion_en_el_mundo.asp

Gracias al progreso que ha logrado la capital paisa en términos de **innovación y transformación social** Medellín fue finalista en el 2012 al Premio Internacional

Guangzhou a la innovación urbana por su programa **Medellín Digital** que en su apuesta por reducir la brecha digital, ha emprendido el camino para profundizar en la apropiación y uso de las TIC de tal forma que el ciudadano pueda tener la información, las herramientas y las capacidades para modificar su entorno.

Ministerio de Educación Nacional.(2012, 05,21).Medellín obtuvo premio a la innovación por su modelo de virtualización en la educación.. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-305403.html>

En mayo de 2012, la Alcaldía de Medellín recibió la distinción **Innovation Award** por su proyecto "Colegio en la Nube". Este galardón es otorgado por la compañía Citrix de Estados Unidos. "Colegio en la Nube" es un programa liderado por la Secretaría de Educación en asocio con UNE Telecomunicaciones y Medellín Digital. Es un modelo virtual que permite disponer de todo el contenido académico de las instituciones educativas oficiales, en la red. Su objetivo es brindar un mejor servicio de conectividad, internet y computación, con mejores y más ligeras aplicaciones.

Redacción el Tiempo.(2013, 03,1). Medellín, la ciudad más innovadora del mundo.El Tiempo. Recuperado de http://www.eltiempo.com/colombia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12627468.html

Finalmente en marzo de 2013 Medellín ganó el concurso La ciudad del año, de Citigroup y Wall Street Journal, con realizaciones que se clasifican como de “innovación blanda”, Medellín fue elegida como la ciudad más innovadora del mundo. La capital antioqueña compitió con Nueva York y Tel Aviv, la decisión dependió de una votación por Internet. Los organizadores del concurso valoraron de Medellín procesos de desarrollo emprendidos en los últimos años como la reducción de emisiones de CO2, la creación de

espacios culturales y la reducción de la criminalidad.

El Urban Land Institute (ULI) tomó en cuenta la construcción de infraestructuras integradas de transporte público que, además de reducir las emisiones de CO₂, han contribuido al desarrollo social de zonas marginadas, la reducción de los índices de criminalidad, la construcción de equipamientos y de espacios culturales y la gestión de servicios públicos. Pocas ciudades se han transformado como lo ha hecho Medellín, las tasas de homicidio han caído en un 80 por ciento entre 1991 y 2010. La ciudad construyó librerías públicas, parques y colegios en zonas pobres", señaló el ULI en un comunicado.

Este es un ejemplo que muestra claramente los resultados cuando se toma la decisión de innovar, la innovación debe empezar por nosotros y es un deber proyectarla a nuestro entorno, esto si queremos ser un país con más posibilidades para todos.

A continuación anexo imágenes que muestran porque Medellín ganó el premio de innovación a nivel mundial.

Ilustración 22 CONSTRUCCIÓN INTELIGENTE



Ilustración 23 ESCALERAS ELECTRICAS



Ilustración 24 METRO CABLE



Ilustración 25 METRO



Imágenes recuperadas de

https://www.google.com.co/search?hl=es&q=innovacion+medellin+biblioteca&bav=on.2,or.r_qf.&bvm=bv.47810305,d.eWU&biw=1360&bih=638&um=1&ie=UTF-

TENDENCIAS DE INNOVACIÓN EN LATINOAMÉRICA

8&tbm=isch&source=og&sa=N&tab=wi&ei=5Mm4Ud6OPIa69gSty4CoAw#facrc=_&imgrc=cXhfZr4vLeC

80M%3A%3B1c5e-

hH_y6FQaM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.rutan.org%252Fimages%252Fimages_video%252Fbibliote

cas.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.rutan.org%252Fproyectos_de_innovacion_social.html%3B526%3

B382

7. CONCLUSIONES

Alrededor del mundo el proceso de innovación va orientado al usuario no solo como cliente sino como participe activo del mismo, cada vez más se busca involucrarlo de una forma directa, para las empresas que han desarrollado este tipo de procedimiento los resultados han sido exitosos.

Países como EEUU, Israel, Finlandia y Singapur han logrado que la empresa privada invierta en los procesos de innovación, convirtiéndolos hoy en pilares para el resto del mundo.

En Latinoamérica se ha tratado de copiar esta metodología pero lamentablemente las empresas privadas no le dan el apoyo que se merece por otro lado la parte gubernamental debería favorecer y motivar las instituciones educativas, buscar cooperación de países industrializados e incentivar leyes que apunten al desarrollo innovador.

A pesar de las limitaciones que se han tenido a nivel Latino América, cabe resaltar que la visión de algunos empresarios han llegado a sus empresas a consolidarse no solo a nivel regional si no mundial como empresas o sociedades innovadoras, siempre dándole un valor agregado a sus productos, pensando siempre en la calidad y en cómo hacerle la vida mejor a sus clientes.

Al analizar los 20 casos de éxito de innovación a nivel Latinoamericano vemos que el ente integrador es la identificación de las necesidades que tienen los usuarios de los servicios recibidos, es ver como el solo hecho de pensar como un cliente (como se podría mejorar esto que tengo ahora) nos abre las puertas a un magnifico mundo como lo es la innovación, haciendo la gran diferencia frente a otros proyectos que siempre trabajan de la misma manera, dando los mismos resultados.

Medellín es un gran ejemplo para el mundo de los resultados de la innovación, ellos no han tratado de copiar a nadie, simplemente trabajan sobre sus propias necesidades buscando siempre un bienestar para todos.

8. REFERENCIAS

- Berger, G. (S.f.). *Laboratorio de Investigación en Prospectiva Estratégica y Organizacional Lipsor*. En <http://www.cnam.fr/lipsor/spa/presentacion.php>
- CAFAM DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO CORPORATIVO(2007-2008). Versión 4 del 13/02/2007.
- CAFAM INFORME ANUAL. (1998, 2003, 2006 y 2007)
- Carballo, R. (2007) *Innovación y gestión del conocimiento*. España: Díaz de Santos (Ed.).
- Cassiman, B. (2005) *Cómo mejorar el proceso de innovación*. IESE Business School.
- Charan, R. (2008) Artículo *Nadie puede innovar sólo*. Revista Dinero Edición 307
- Davenport, T. & Prusak, L. (1998) *Conocimiento en acción*. Prentice Hall (Ed.).
- Del río cobían, E. (2006) *La Importancia de la innovación organizativa para la obtención de los beneficios derivados de la introducción de las Tecnologías de la Información*. España: Universidad Complutense de Madrid.
- Drucker, P. (2002) *The Discipline of Innovation*. Harvard, Business School Publishing.
- Drucker, P. (1993) *Gerencia para el Futuro*. Norma (Ed.).
- Escorsa, P. (1997) *Tecnología e innovación en la empresa. Dirección y gestión*. España: UPC (Ed.).
- Fernández, C. (2003, Agosto, 18) Artículo *Conocimiento para innovar*. En Revista Sistema Madrid (Revista de Investigación en gestión de innovación y tecnológica).
- FUNDACIÓN CEEI ALBACETE. Herramienta *autodiagnóstico de la innovación*.
- Gates, R. & Mcdaniel, C. (1999) *Investigación de Mercados Contemporánea*. Cuarta Edición. México, Thomson Editores (Ed.).
- Godet Michel (2007) "Prospectiva estratégica: problemas y métodos" Cuaderno 20. Segunda edición.
- Godet, M. (S.f.) *La Caja de Herramientas de la Prospectiva Estratégica*. Versión Electrónica Área Virtual.

Hamel, G. & Breen, B. (2008) *El futuro de la administración*, Harvard Business School Publishing - Traducción Editorial Norma (Ed.).

Hamel, G. Artículo *innovación de gestión*. En Harvard Business Review

Hammer, M. & Champy, J. (1993) *Reengineering The Corporation*. El Harper Business.
Jackson, M. (1993). *Beyond The Fads: Systems Thinking for Managers*. University of Hull. Working Paper No. 3.

Hansen, M. & Birkinshaw, J. (2007) Artículo *La cadena de valor de la*

Innovación. En Harvard Business Review (Vol. 85 No. 6)

Humphrey, S. (2007) *Dirección para la innovación: liderazgo de los profesionales técnicos*. España: Ediciones Díaz de Santos (Ed.).

Ivancevich, M., Lorenzi, P., Skinner, J. & Crosby, B. (1997). *Gestión. Calidad y Competitividad*. Primera Edición en español. España: McGraw– Hill Interamericana.

Lobo dogarte, W. (S.f.) *Los sistemas, el pensamiento sistémico y los modelos de cultura organizacional*.

López mielgo, N., Montes peón, J., Vásquez, C. & Prieto, J., (S.f.) *Innovación y competitividad. Implicaciones para la gestión de la innovación*.

Luecke, R. (2004) *Desarrollar la gestión de la creatividad y de la innovación*. Harvard Business School – traducción Ediciones Deusto. España (Ed.).

Lussier, R. & Achua, C. (2005) *Liderazgo Teoría, Aplicación y*

Desarrollo de Habilidades. Internacional Thomson Editores (Ed.).

Morales, E. (2008) *Innovar o morir: Cómo obtener resultados excepcionales con baja inversión*. Mayol Ediciones CESA (Ed.).

Nambisan, S. & Sawhney, M. (2007) Artículo *La guía del comprador en el bazar de la innovación*. Harvard Business Review (Vol. 85 No. 6)

Nieto, M., Beltrán, L. & Garzón, M. (2007) *Globalización y Tratados de Libre Comercio*. EAN (Ed.).

OCDE y EUROSTAT (2005) *Manual de Oslo*. Tercera Edición, Comunidad Europea.

Ortiz, E. & Nagles, N. (2007) *Gestión de tecnología e innovación*. Primera edición. Colombia Universidad EAN.

REVISTA EAN (2007) *Hacia la gestión del conocimiento*. (No. 61).

Schilling, M. (2008) *Dirección Estratégica de la Innovación Tecnológica*. Segunda Edición McGraw-Hill (Ed.).

Selva, M. (S.f.) *Globalización y Gestión del Conocimiento*. Universidad de Cádiz.

Senge, P. (1990) *La Quinta Disciplina. Cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente.*, Ediciones Juan Granica (Ed.), España.

Soto, M. (S.f.) *Modelos de Gestión del Conocimiento*, Chile Instituto Profesional Libertador de Los Andes.

SYMNETICS (2006) *Como focalizar una organización en la estrategia*.

Teece, D. (2000) *Dynamic Capabilities and Strategic Management*. En Adriana Martínez M. *La construcción social de las capacidades de innovación, una aproximación sociológica*.

Varela, R. (2001) *Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas* Segunda Edición. Bogotá, D.C: Pearson Educación (Ed.).

Vesga, R. (2005) *Revista Dinero: Management y Foro de presidentes. Innovación*.

Weiers, R. (1986) *Investigación de Mercados*. Primera Edición. México, Prentice Hall Hispanoamericana S.A (Ed.).

Wheelen, T. & Hunger, D. (2007) *Administración Estratégica y Política de Negocios*. Pearson Educación (Ed.).

Jiménez, L. (S.f.) *Ubicación socio-económica y geográfica del diseño*.

Caro, P. (2011) *Análisis de la innovación como factor clave de competitividad empresarial en los diferentes sectores de la realidad productiva de Colombia y el mundo*

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Giovanny Mejía Pareja

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 79.557.349 BHC

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Tendencias de innovación en Latinoamérica

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).


Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

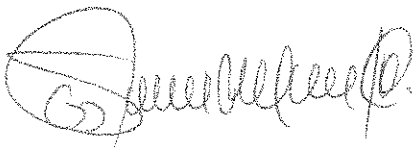
Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Coroquany Mejía Parra</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: 	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>79.557.349</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Estudios en ambientes virtuales</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Experiencia en procesos de calidad e innovación</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____



Fecha de firma: 24-06-2013