

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# INNOVACIÓN CÁMARA DE COMERCIO

---

INNOVACIÓN CON PROPÓSITO:  
ESTRATEGIA OBLIGATORIA  
PARA SOBREVIVIR EN EL MERCADO

**LUIS F. SAMPER**



**LA  
SONRISA**



**RENTABILIDAD  
Y VALOR**



**INNOVACIÓN  
Y PROPÓSITO**



**PASOS PARA  
EL PROPÓSITO**



**PROPÓSITO Y  
ESTRATEGIA**



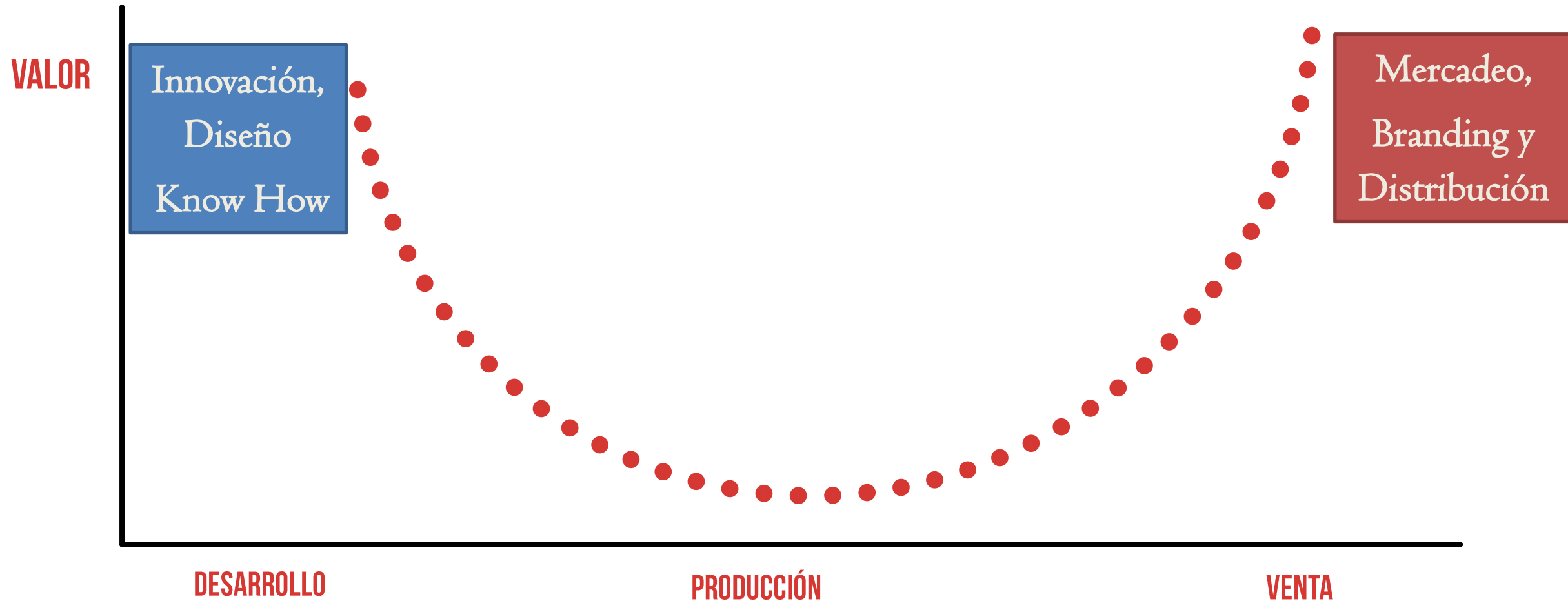
**DEFINIENDO  
NUESTRO  
PROPÓSITO**



**BREAK**

# A. EL POR QUÉ DE LA INNOVACIÓN: DÓNDE SE GENERA VALOR

# CURVA DE LA SONRISA



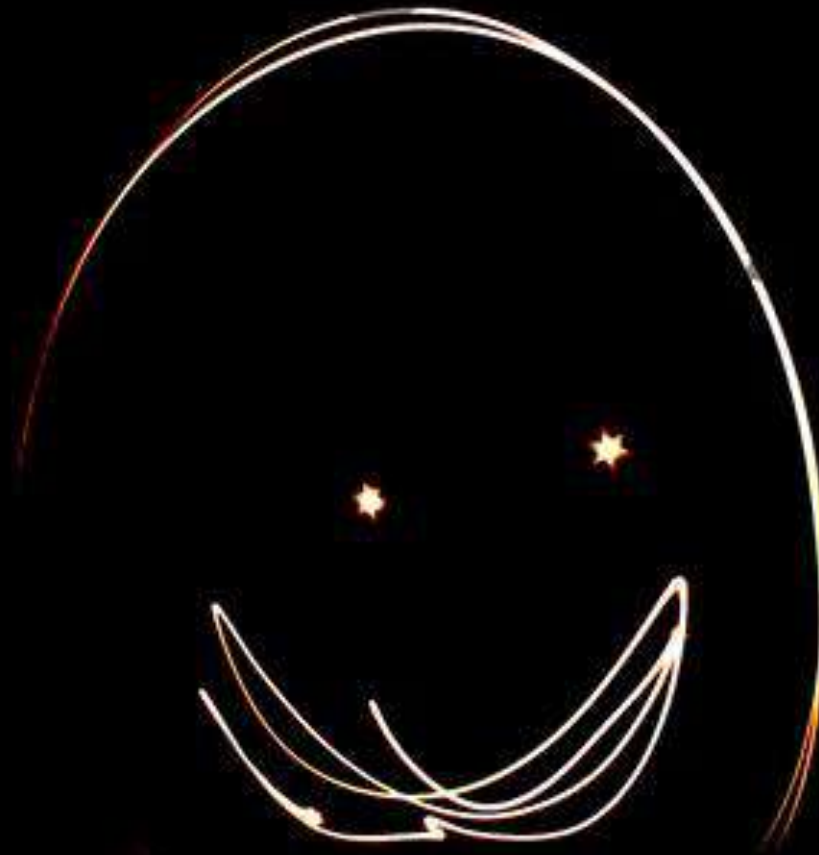


# INNOVACIÓN ES CLAVE PARA GENERAR VALOR Y SOBREVIVIR



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

**REFLEXIONEMOS SOBRE NUESTRA SONRISA.....**



LA PLATAFORMA DE CAPTURA DE DATOS  
MÁS EFICIENTE DEL MERCADO...



Tapsolutions

**FILOSOFÍA:**

Es mejor crear puentes que levantar muros...

# ¿CÓMO OPERAS? / MOTOR DE DISTRIBUCIÓN

Formato de inscripción, Adición y Modificación del Trabajador y Grupo Familiar.

1. Datos del trabajador

Nombre: Bogotá

Dirección residencia: 20/01/2015

Cédula: 79964190

Teléfono: 7023383

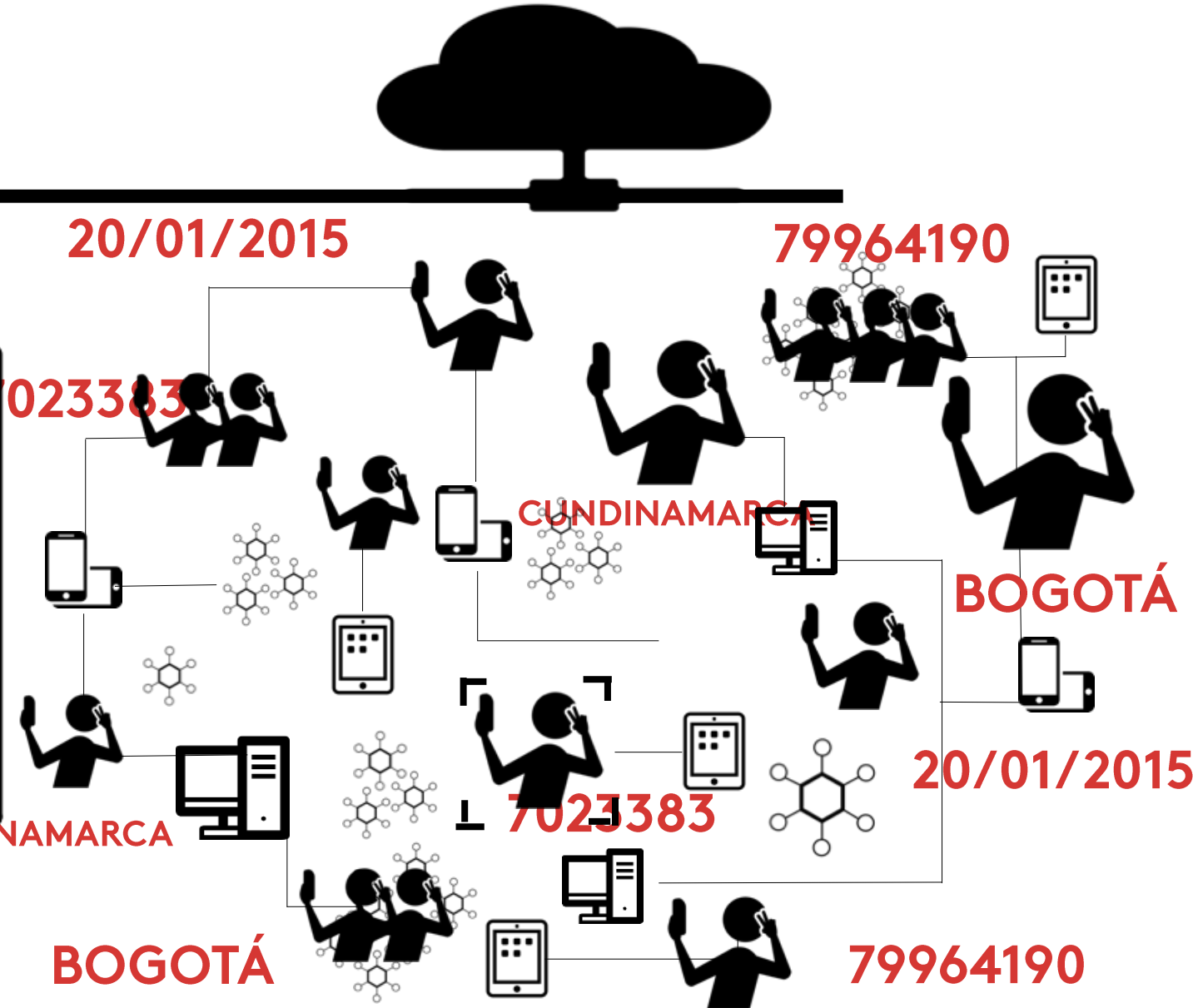
CIUDAD	BOGOTÁ
DEPARTAMENTO	CUNDINAMARCA
FECHA	20/01/15
CÉDULA	79964190
TELÉFONO	7023383

Adición


Nombre: Segundo apellido

En caso de padre pensionado, afiliado a otra Caja o estar laborando escriba la entidad pensionadora, nombre de la Caja o empresa donde labora.

Bajo la gravedad de juramento declaro que este informe ha sido examinado por mí y que todos los datos son exactos.







**EL MODELO TAPSOLUTIONS:  
MAYOR EFECTIVIDAD,  
CONFIANZA Y CALIDAD  
+  
INCLUSIÓN**

Reducción en los tiempos  
de procesamiento hasta en un

**70.0%**

Disminuye los costos  
de captura hasta en un

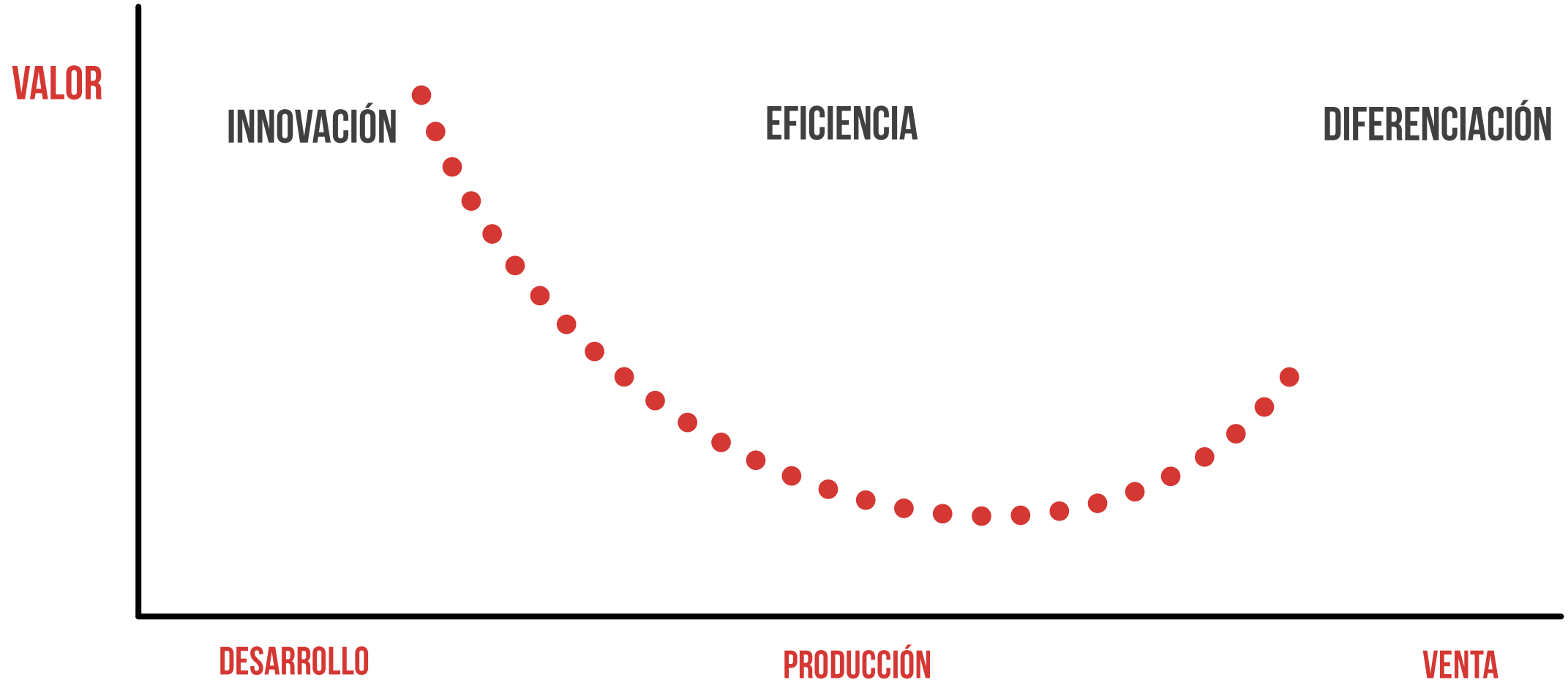
**50.0%**

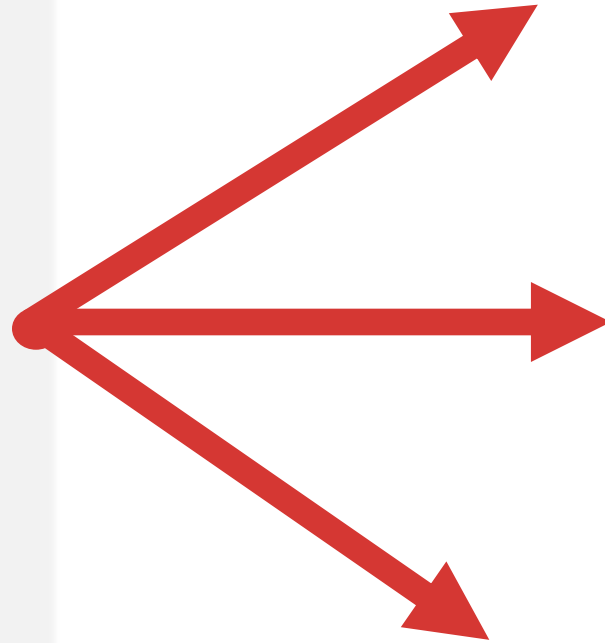
Calidad en los datos capturados  
superiores al

**99.0%**

Inclusión económica a comunidades vulnerables.  
Más de **23,000** son miembros de la red de captura de tappers

# ¿LA SONRISA TAPSOLUTIONS?





**DENOMINACIÓN  
DE ORIGEN  
CAFÉ DE COLOMBIA**



**DO REGIONALES**



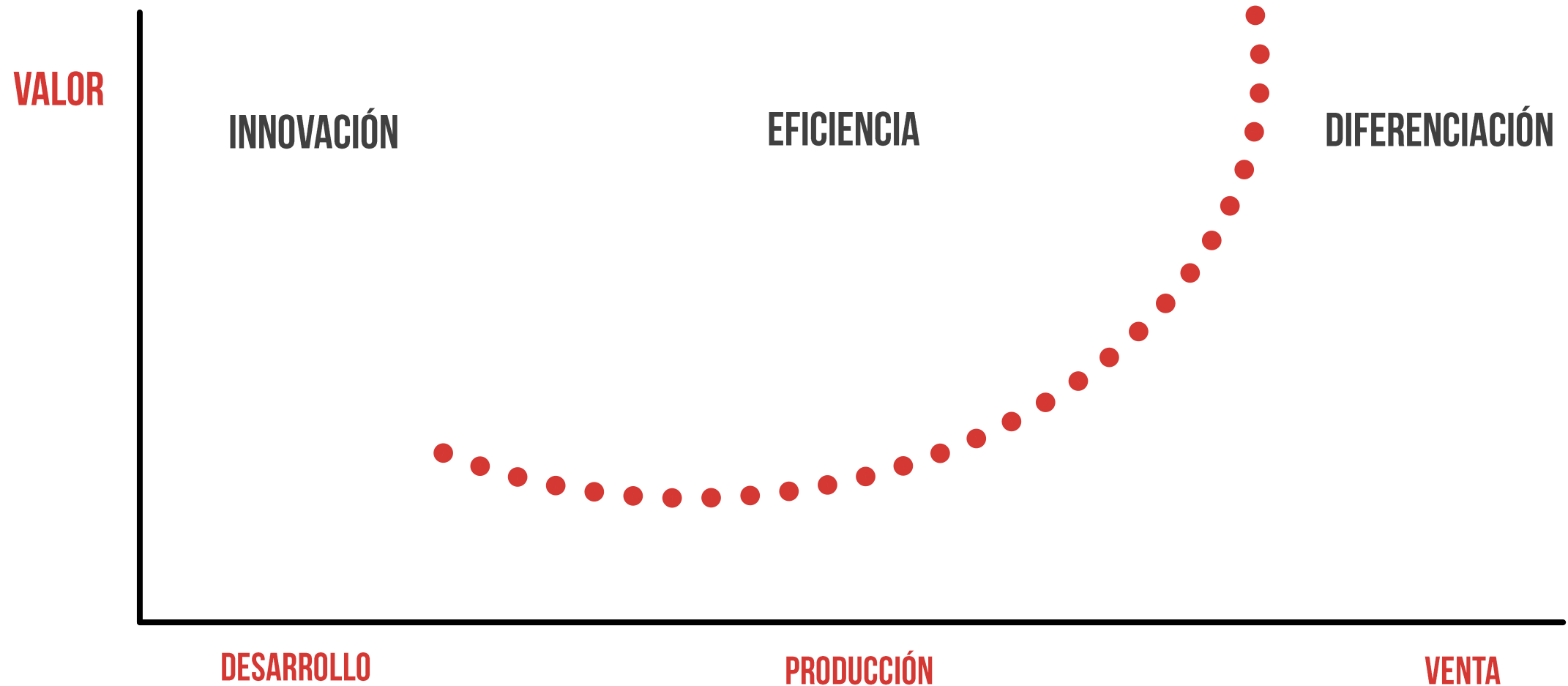






**TIENDA JUAN VALDEZ® ORÍGENES - BOGOTÁ**


# ¿QUÉ SONRISA TIENE JUAN VALDEZ?



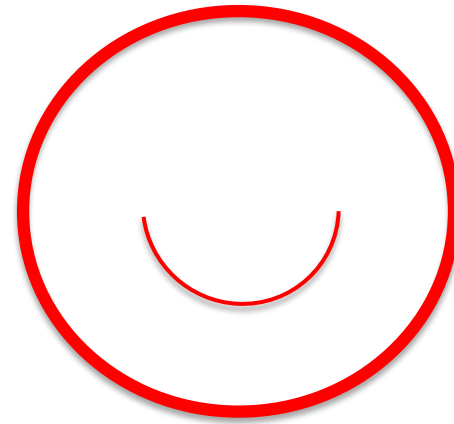
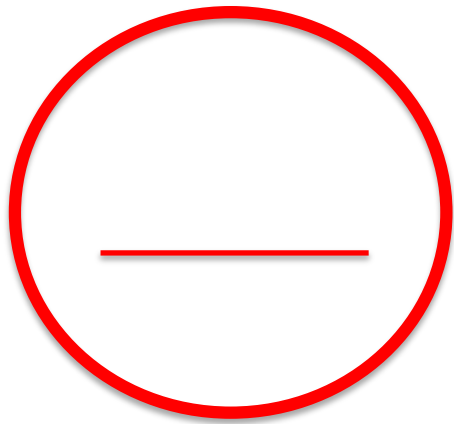
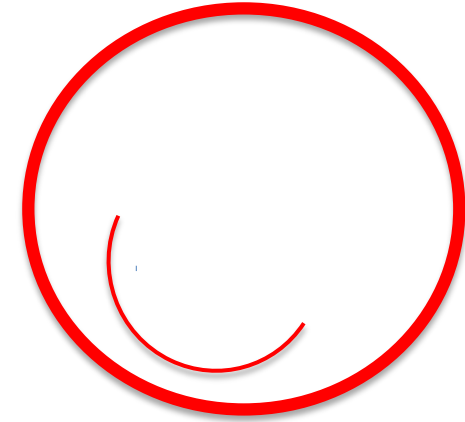
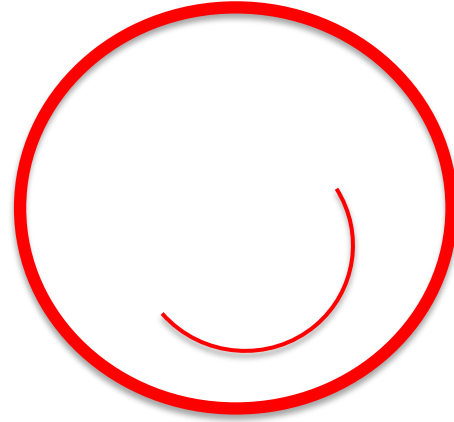
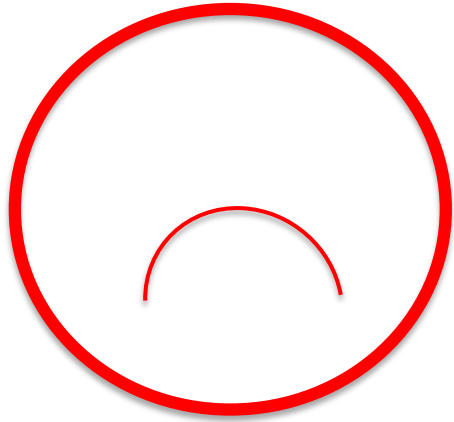


# LA “SONRI-REFLEXIÓN”:

## ¿Cómo es la sonrisa de mi compañía?

- De mis principales competidores
    - De mi industria –
  - En Colombia, en el mundo
- 

**¿La que tengo es la que quiero?**





**B. EL POR QUÉ DE LA  
INNOVACIÓN:  
PERSPECTIVA EMPRESARIAL  
Y FINANCIERA**

# GESTIONAR LA PRODUCTIVIDAD Y LA INNOVACIÓN ES CLAVE PARA LA RENTABILIDAD

La Ecuación Básica del Árbol de Rentabilidad



Valor de la Empresa

$\frac{\text{Utilidad}}{\text{Inversión}}$  f (Capacidad de Innovar, Capacidad de Diferenciarse)

Valor de la  
Empresa

Prima de Mercado sobre  
Valor en Libros

Valor en Libros de la  
Deuda

Valor  
en Libros del Patrimonio

Valor Intangibles  
Reportados y No  
Reportados

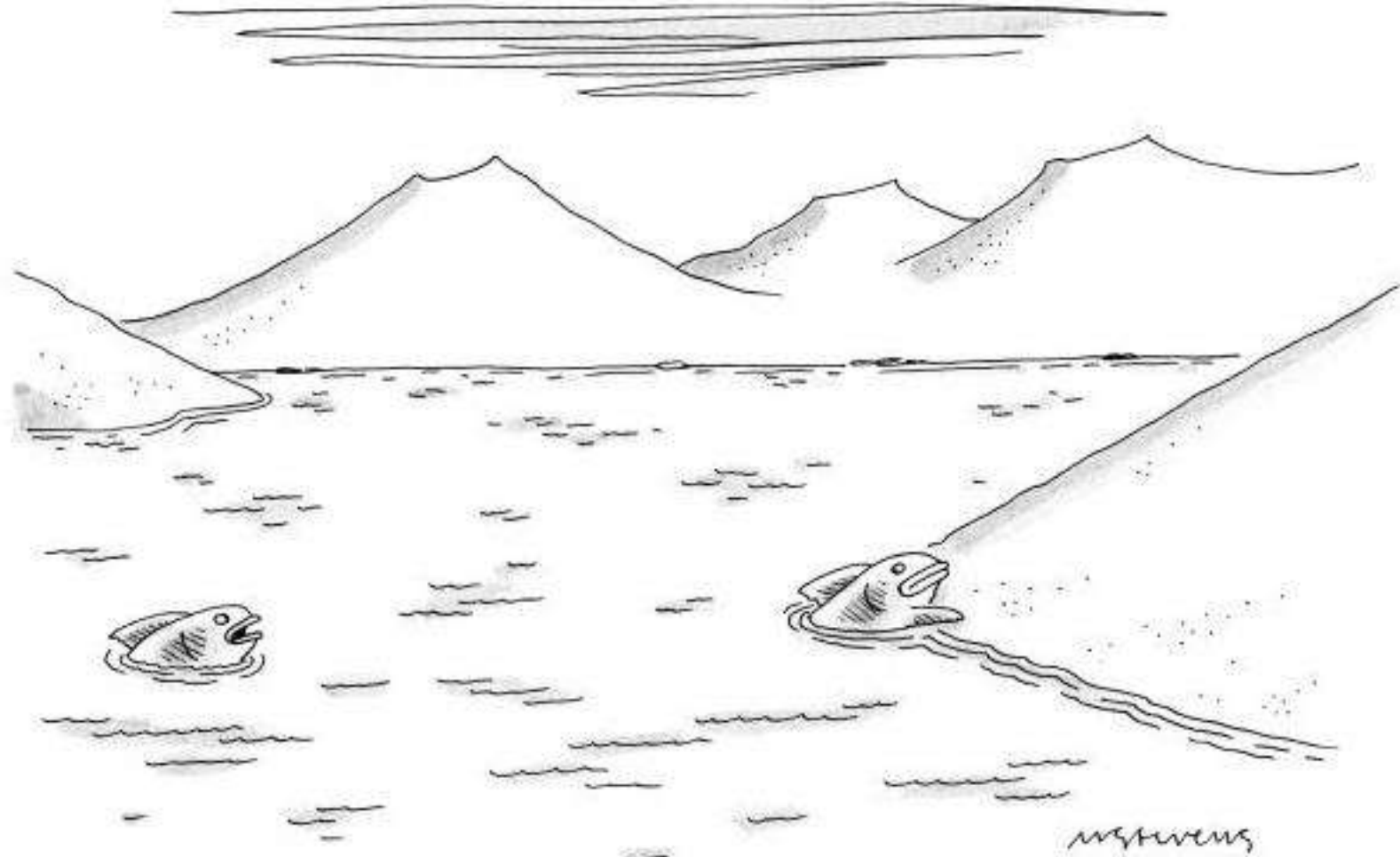
Valor Neto de  
Activos Tangibles

**Y LO QUE GENERA  
MAYOR VALOR A  
SU EMPRESA:  
LOS INTANGIBLES**

# ¿CUÁNTO VALE ESTE NEGOCIO?

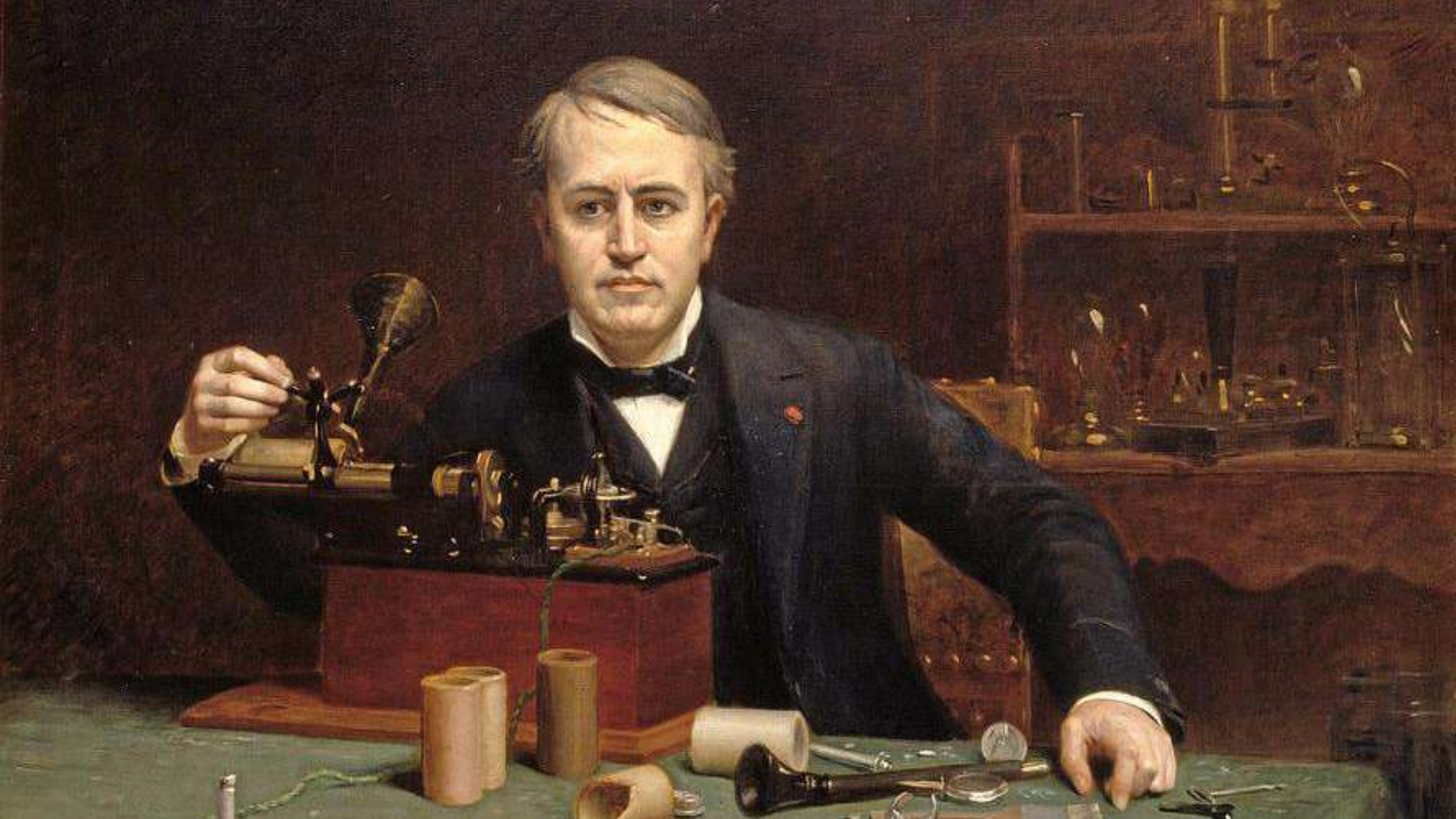


# C. INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA PARA CREAR VALOR Y SOBREVIVIR



*“¿Por qué no te quedas y te esfuerzas en ser un mejor pescado?”* The New Yorker









**OIMOS SUS IDEAS**

**CULTURA DE COLABORACIÓN**



SE NECESITA UN PROPÓSITO



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# D. EL PROPÓSITO COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL DE LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN

# UN PROPÓSITO QUE UNIFIQUE:

- > Que convoque a clientes, empleados, accionistas, a la GENTE
- > Que permita que los innovadores sueñen y apalanque el cambio cultural
- > Que sea material de inspiración permanente para el líder
- > Que provea contenido y conversación relevante a diferentes audiencias
- > Que sea material para nuevas alianzas

El hilo  
conductor  
que

**evita perder  
el rumbo**

# ALGUNOS EJEMPLOS CERCANOS...



“Generando energía inteligente contribuimos a la prosperidad de la sociedad”



“Desarrollo de las familias, trabajadores y empresas como motor de transformación social”



“Conectamos conocimiento para hacer vibrar el sistema moda”

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# LA GENTE VIVE LA VIDA ALREDEDOR DE PROPÓSITOS



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# E. RANKING DE INNOVACIÓN

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

LUIS ANDRADE SE DEFIENDE

25

# Dinero

**TRIBUTARIA:**  
la revancha de  
Carrasquilla  
Pág. 28

Le llegó  
la hora **AL**  
**FRACKING**  
Pág. 32

**LOS**  
**LATINOS:**  
más viejos y  
sólidos  
Pág. 40

Las cuentas  
de **EPM**  
Pág. 42



## RANKING DE

# INNOVACIÓN



ESTOS SON LAS EMPRESAS MÁS INNOVADORAS DEL PAÍS, EN EL ESTUDIO QUE ADELAN  
LA ANDRÉ Y LA REVISTA DINERO. ENCARBETAN LAS FIRMAS INDUSTRIALES Y DE  
MEDIOAMBIENTE, ESPECIALMENTE LA REGIÓN DE VALLECAÚCANO.

# LOS COMPONENTES DEL RANKING DINERO-ANDI

Condiciones necesarias para que la innovación se adopte como cultura organizacional

10%

Capacidad para que ocurra de manera recurrente y sistemática

40%

Resultados en Conocimiento y Ventas

50%





Condiciones necesarias para que la innovación se adopte como cultura organizacional

Capacidad para que ocurra de manera recurrente y sistemática

Resultados en Conocimiento y Ventas

## LO QUE CALIFICARON DINERO-ANDI

Cultura de la Innovación - Tácticas

Estrategia de Innovación - Alineación con metas grandes y ambiciosas - MEGA

Titularidad Organizativa - Importancia a la innovación en la estructura organizacional

Transversalidad - Personas dedicadas / involucradas como % de empleados

Implementación de un Sistema de Innovación - Existencia y Actividades

Relacionamiento con aliados y Sistema de Ciencia y Tecnología

Presupuesto para C,T I

Portafolio de Proyectos

Gestión de Propiedad Intelectual

Número de innovaciones implementadas - en mercado

Mercado o Segmento Destino y Novedad

Nuevos Negocios

## Propósito

Cultura de la Innovación - Tácticas

×

Estrategia de Innovación - Alineación con metas grandes y ambiciosas - MEGA

×

Titularidad Organizativa - Importancia a la innovación en la estructura organizacional

×

Transversalidad - Personas dedicadas / involucradas como % de empleados

×

Implementación de un Sistema de Innovación - Existencia y Actividades

×

Relacionamiento con aliados y Sistema de Ciencia y Tecnología

×

Presupuesto para C,T I

Portafolio de Proyectos

×

Gestión de Propiedad Intelectual

Número de innovaciones implementadas - en mercado

×

Mercado o Segmento Destino y Novedad

×

Nuevos Negocios

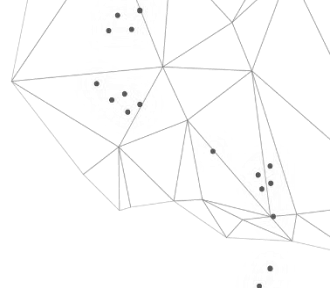
×

# F. PROPÓSITO.

**VUCA Y VACA**

**DISCIPLINA Y AGILIDAD PARA UN  
MUNDO DINÁMICO**

# VIVIMOS EN UN MUNDO VUCA



- **V** = **Volatilidad**. La naturaleza y dinámicas del cambio, y la naturaleza y velocidad de esas fuerzas
- **U** = **Incertidumbre** (*Uncertainty en inglés*). Falta de predictibilidad, perspectivas de sorpresa , comprensión de los eventos.
- **C** = **Complejidad**. Multiplicidad de fuerzas, mezcla de asuntos, y confusión que rodean a la organización.
- **A** = **Ambigüedad**. La distorsión de la realidad, potencial para malentendidos, confusión de causa y efecto



# **PASO 2**

## **PROPÓSITO PASO 2 . APRENDIENDO DE NUESTRA HISTORIA**

**- UNA MIRADA A NUESTRA HISTORIA— GOLAZOS Y GRANDES JUGADAS —  
A FAVOR O EN CONTRA**

- 1. DONDE LA ROMPÍ COMO NEGOCIO O COMO EMPRESA**
- 2. FUE UNA COSA PUNTUAL / OPORTUNIDAD PUNTUAL O NOS ABRIÓ NUEVOS CAMINOS?**



# **PASO 3**

## **PROPÓSITO PASO 3 – SUPERPODERES Y KRYPTONITAS**

**-¿QUÉ HAY DETRÁS DE CADA GANANCIA O PÉRDIDA?**

**SINCERIDAD CON NOSOTROS MISMOS –  
FORTALEZAS Y DEBILIDADES / SUPERPODERES Y KRYPTONITAS.**

**– MIS SUPERPODERES – Y MIS KRYPTONITAS?**

**¿QUÉ HE TRATADO DE HACER Y NO HE PODIDO? ¿POR QUÉ?**

## **PASO 4**

**PROPÓSITO PASO 4 – TENDENCIAS QUE PUEDEN SER OPORTUNIDADES .  
LAS TENDENCIAS**

- PUEDO DETECTAR TENDENCIAS RELEVANTES PARA MI**
- EXPOSICIÓN DE TENDENCIAS – QUE YA FUERON PRESENTADAS U OTRAS.**
- CÓMO IDENTIFICO TENDENCIAS – VER EXPOSICIÓN ANTERIOR DE TENDENCIAS?  
LO ESTOY HACIENDO?**



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# TENDENCIAS INNOVADORAS

PAULA RIVEROS

DIRECTORA

**360** trendlab

 COLCIENCIAS  
CENTRO TECNOLÓGICO INNOVACIÓN

 GOBIERNO DE COLOMBIA

 Cámara  
de Comercio  
de Bogotá

**REPORTE DE TENDENCIAS 2018**

**TENDENCIA 1.**

# **OMNIPRESENCIA**

**Estrategias digitales con contenidos que se complementan. Acciones on line y off-line y que pueden utilizar Inteligencia Artificial.**

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



# REPORTE DE TENDENCIAS 2018

## TENDENCIA 2.

# ECOSISTEMAS DE HOY

Nuevos procesos, modelos de negocio y estrategias de mercadeo que juegan con variedad de personas que pueden beneficiarse.

Dee. Ictación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA EL MANEJO DEL TIEMPO

# REPORTE DE TENDENCIAS 2018

## TENDENCIA 3.

# EL BIENESTAR INTEGRAL

Buscar el balance entre salud mental y emocional, evitar los estereotipos, y dar valor a los beneficios agregados de cada propuesta.

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



# REPORTE DE TENDENCIAS 2018

## TENDENCIA 4.

# INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

Incluir detalles que vienen del Arte, la Ciencia, el Diseño, los Video Juegos u otras disciplinas, para hacer especial una propuesta y dar soluciones más amenas.

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DIFERENTE



# REPORTE DE TENDENCIAS 2018

TENDENCIA 5.

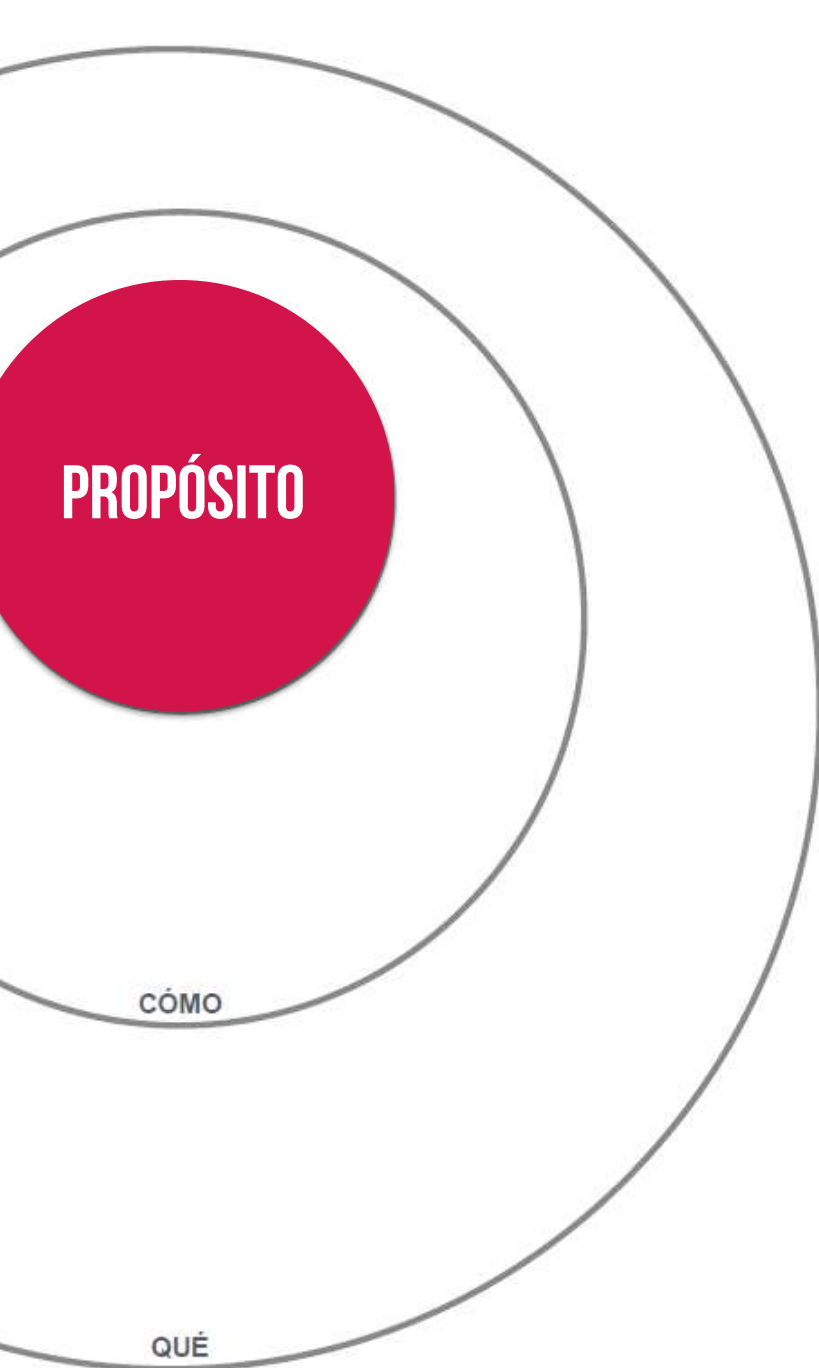
# SOSTENIBILIDAD COMPLETA

La sostenibilidad es un asunto transversal en el negocio que se compone de lo social, económico y medio-ambiental. En el hoy, ser sostenible es creativo, emotivo, divertido.

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DIFERENTE

# PASO 5 AHORA VAMOS A DEFINIR NUESTRO PROPÓSITO

## PARA QUÉ — POR QUÉ EXISTIMOS



**Propósito** es el **por qué / para qué** su empresa está en los negocios. Es aspiracional e inspirador. Define la misión, los valores y la cultura del negocio y tiene un alcance más amplio. Qué es lo que me hace despertar en las mañanas y trabajar donde trabajo - La pregunta del Millennial

**Los Valores** son **el Cómo** una organización toma sus decisiones. Sus comportamientos y Valores, referentes de relacionamiento

**La Misión** es **lo que hace** el negocio. Productos o servicios que ofrecemos.- Debe ser medible y alcanzable



A woman in a blue hoodie is smiling and holding a plant in a field. The background is a blurred outdoor setting with greenery and a yellow structure.

# ORGANIZACIONES LIDERES Y SUS PROPÓSITOS

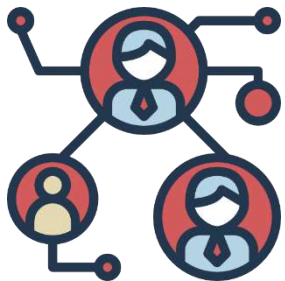
---

CON ÉNFASIS EN SOSTENIBILIDAD Y  
PROPOSITOS CLAROS QUE VENDEN

MAS DE MIL MILLONES DE DÓLARES AL AÑO EN VENTAS







**CONEXIÓN**



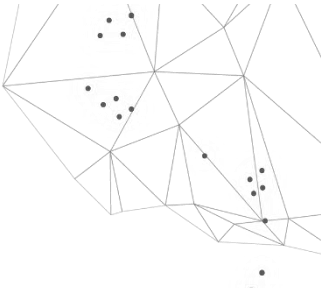
**INSPIRACIÓN**



**INNOVACIÓN**



**LA IMPORTANCIA DEL  
PROPOSITO**



**GENERANDO ENERGÍA  
INTELIGENTE CONTRIBUIMOS A  
LA PROSPERIDAD DE LA  
SOCIEDAD.**



---

**ISAGEN**

# ALIMENTAR SALUDABLEMENTE.

---

ALPINA



**...FINALIDAD ES EL DESARROLLO DE LAS  
FAMILIAS, TRABAJADORES Y EMPRESAS  
COMO MOTOR DE TRANSFORMACIÓN  
SOCIAL....**

---

**COMPENSAR**

# ENRIQUECER LA VIDA CON INTEGRIDAD

GRUPO BOLÍVAR





**CONECTAMOS CONOCIMIENTO PARA  
HACER VIBRAR EL SISTEMA MODA**

---

**INEXMODA**



**FORTALECER LA FLORICULTURA SOSTENIBLE EN  
COLOMBIA PARA QUE NUESTRAS FLORES GENEREN  
BIENESTAR Y EXPERIENCIAS INSPIRADORAS**

**ASOCOLFLORES**



**CONSTRUYENDO  
NUESTRO  
PROPÓSITO**





# DEL PROPÓSITO A LA ESTRATEGIA



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO





**Juan Valdez®**

**CAFÉ PREMIUM COLOMBIANO**

Generamos emociones,  
bienestar y satisfacción  
alrededor del mejor café de  
Colombia.

# CAMISETA DEPORTIVA HECHA CON RESIDUOS DE CAFÉ





# “DRIP COFFEE” CON OPCIONES REGIONALES







amigos  
de  
Juan Valdez®





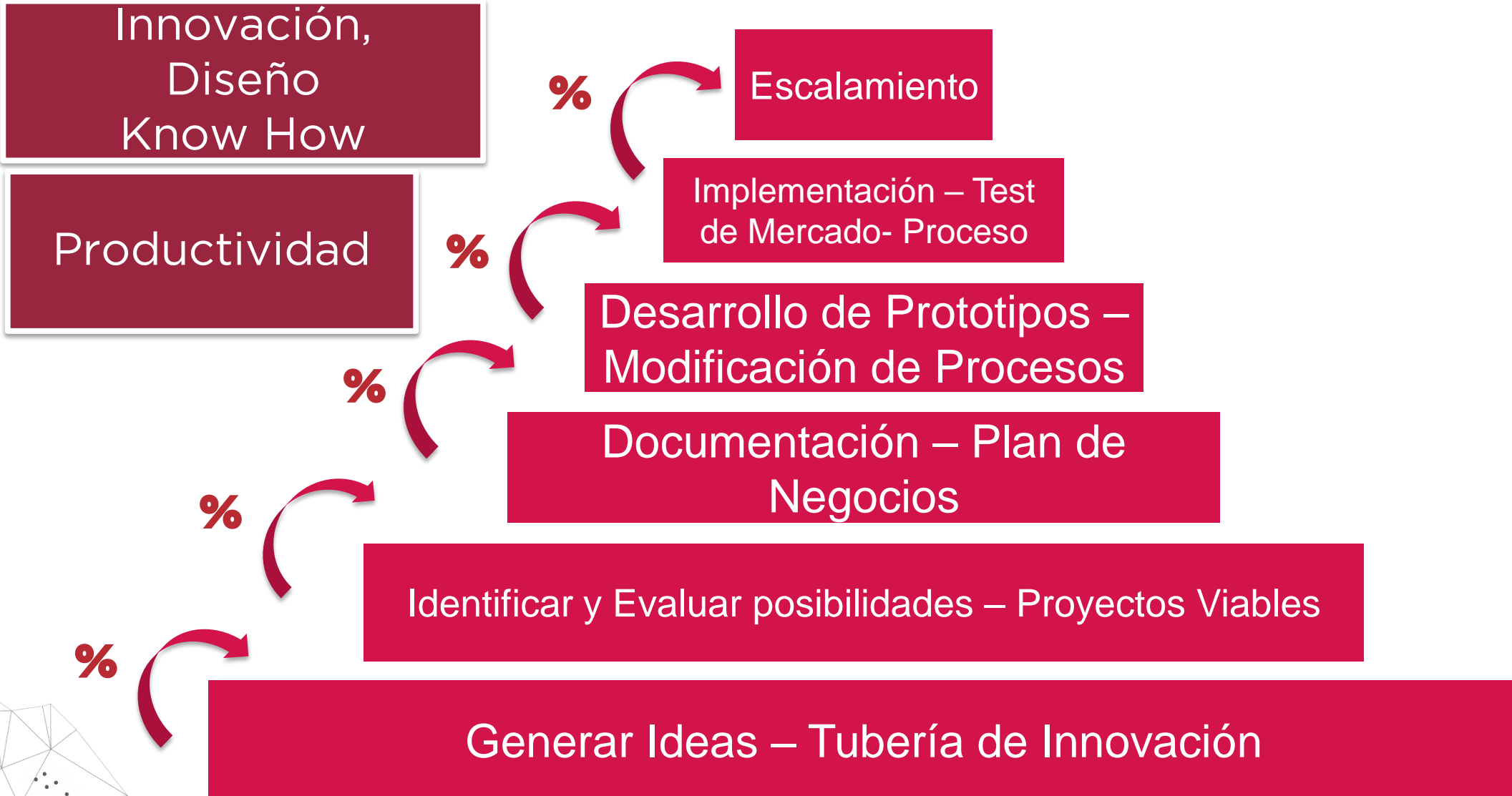
# COLD BREW

CAFÉ NITRO POR  
*Juan Valdez.*

#NOESPARATODOS



# MI SISTEMA DE INNOVACIÓN GENERA VALOR?



# GESTIÓN Y VALOR

## Escalamiento \$

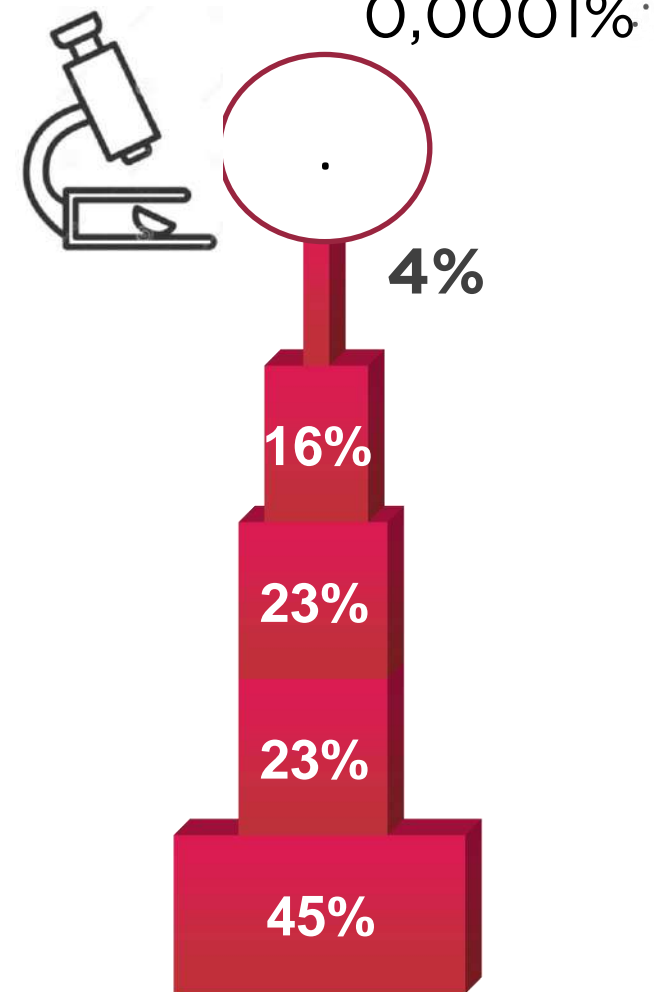
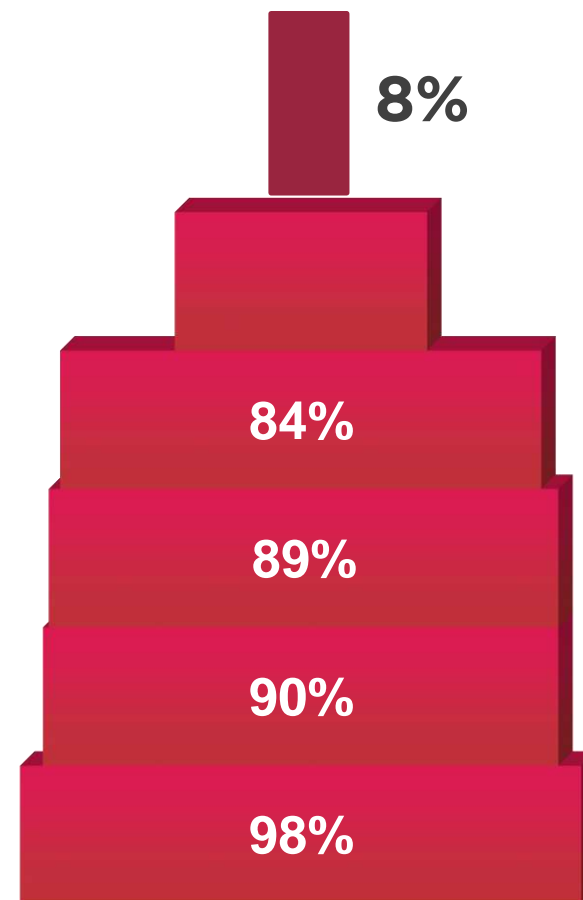
Implementación

Prototipos

Plan de Negocios

Proyectos Viables

Pipeline de Innovación



# EN RESUMEN



- Vivimos en un mundo extremadamente dinámico. **La única constante es el cambio.** Y no hemos visto nada aun ....
- **La Sonrisa.** La capacidad de innovar y de acercarse al cliente/consumidor hace a las empresas más valiosas
- Innovar requiere Ideas y Colaboración. **Requiere equipos y gente.**

# EN RESUMEN



- **Innovar con Propósito** es la base de una estrategia de innovación
- **Para inspirar, conectar y liderar el Propósito o Propósito Superior** es la herramienta ideal. Permite dar coherencia estratégica a las empresas en un mundo cambiante, convoca a aliados, proveedores, clientes y empleados.
- Lo que sigue es definir los procesos relevantes para **aprovechar la inspiración y las ideas** que surgirán con su Propósito

# Luis Fernando SAMPER

EXPERTO EN SOSTENIBILIDAD, MERCADEO Y ESTRATEGIA

# GRACIAS

[luis.samper@4point0brands.com](mailto:luis.samper@4point0brands.com)

**# DEGUSTACIONINNOVACION**

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

