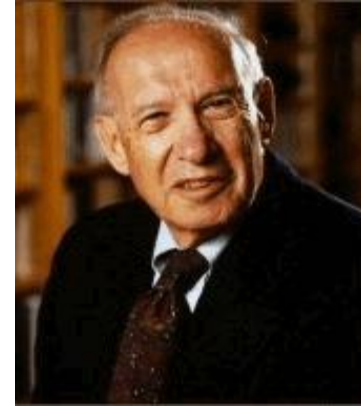


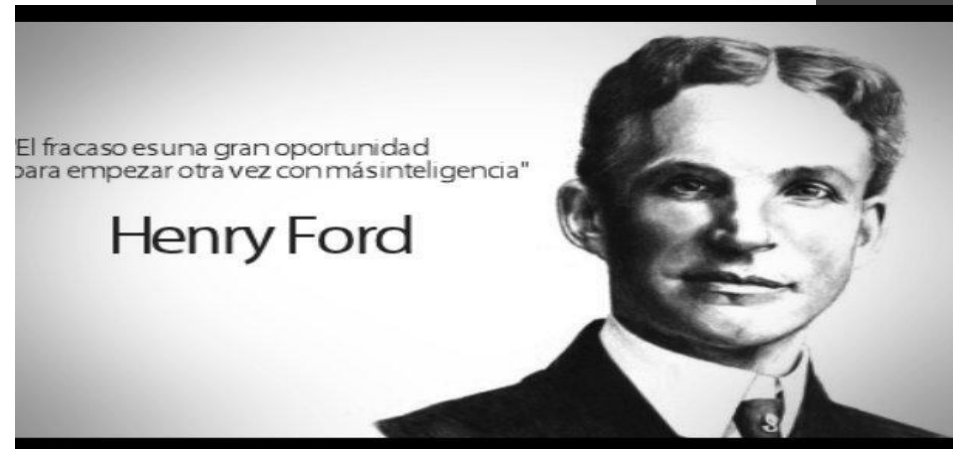


Innovación y Estrategia



" Donde hay una empresa de éxito,
alguien tomó alguna vez una
decisión valiente "

Peter Drucker
(1909 - 2005)



Idea Central

ECONOMIA GLOBAL

- Las empresas deben actuar en una economía global con flujo de capital, personas e innovación.
- Generar valor a las partes interesadas de la compañías

ESTRATEGIAS GLOBALES

- De acuerdo a las necesidades del mercado
- Reemplazan a las estrategias “país por país”
- Integra el conocimiento de diferentes partes del mundo
- Genera innovación mas allá de la empresa, en el sector y en el país

Argumentos

LA CONECTIVIDAD GLOBAL Y SUS TENDENCIAS

- Permite cerrar acuerdos en cualquier parte del mundo.
- Los activos intangibles basados en la información (marcas, competencias del personal y relaciones estratégicas), son cada vez más importantes que los activos tangibles.



Comunicación “uber alles”

- La información tiene más movilidad que el capital o las personas, llega simultáneamente a cualquier parte del mundo.

Estrategias globales

- Las compañías integran negocios dispersos por distintas zonas geográficas

Estándares mundiales

- Disponer de datos comparativos de rendimiento, utilizando el mismo sistema métrico en todo el mundo.

Conexión directa

- Los clientes tienen más opciones y se convierten en compradores globales más informados.

Argumentos



Ventaja colaborativa

- Para ganar fuerza para competir en mercados globales más exigentes, las compañías colaboran

Multilocalismo

- Algunos procesos de negocio se prestan a economías de ámbito global, mientras que otros requieren una diferenciación local.

Integración en la comunidad

- Desarrollar lazos internos en lugares concretos, valorar las tradiciones locales y adaptarse a los sistemas locales.

Competir por el talento

- El capital humano es cada vez más importante que el capital financiero
- Nuevas maneras de motivar y retener talento

Argumentos



ORGANIZACIÓN DEL FUTURO

- Compañías prosperas darán autoridad a sus empleados para que innoven.

CREAR CULTURA DE INNOVACION

- Las compañías deben animar a las personas a ser exploradoras de ideas

FOMENTAR INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO

- Identificar y reconocer a aquellos que producen innovación y que se convierten en mentores ayudando a otros a adoptar sus buenas prácticas.

COLABORACION A TRAVES DE LA EMPRESA EXTENDIDA

- Visualizar toda su cadena para identificar sinergias o expectativas en conflicto y transferir valor.

LA PROXIMA LINEA DE RESULTADOS

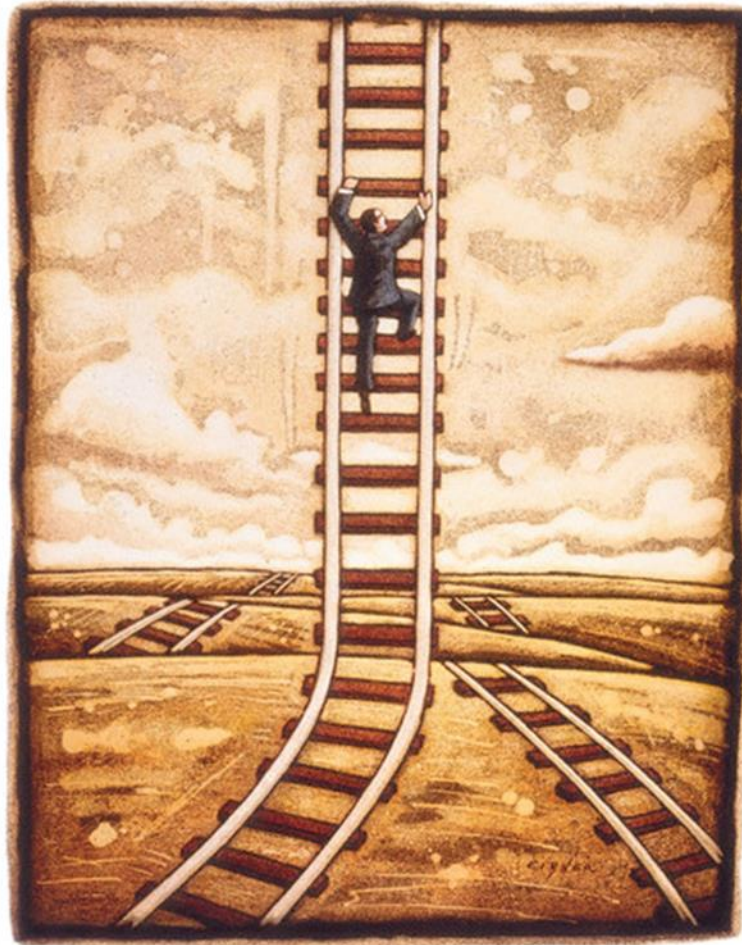
- El futuro depende de líderes cosmopolitas que se adecuen a la complejidad global, que piensen en sentido horizontal.

Importancia Estratégica

Son importantes estratégicamente por la situación cambiante de los entornos competitivos a nivel mundial, debiendo ser las compañías flexibles, dinámicas y adaptables a dichos cambios, todo bajo un contexto de visión estratégica empresarial.

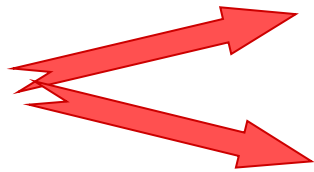


LA INNOVACION ES CLAVE





1.960



AMANCIO ORTEGA

BATAS Y CAMISIONES

HOY



INDITEX

- 107.000 MM DE FACTURACION
- 6.800 MM DE Bº, 3.603 EMPLEADOS
- INGLATERRA, FRANCIA, PORTUGAL, USA
- FUTURO: GRECIA, MEXICO, ITALIA
- MASSIMO DUTTI, PULL & BEAR

