



**Primer seminario**

---

# **DESARROLLO DE NUEVAS ÁREAS PARA LA INNOVACIÓN INSTITUCIONAL**

**Expositores:**

**Guadalupe Alférez**

**Ramón Cruz**

**24 y 25 de junio de 2021**

# LOS PONENTES

**María Guadalupe  
Alfárez Hernández**



- Consultora y capacitadora en planeación para la sostenibilidad, reestructuras organizacionales, innovación, educación híbrida y a distancia, liderazgo y revitalización de equipos de trabajo
- Docente universitaria
- Matemática por la UNAM
- Maestra y candidata al Doctorado en Desarrollo Humano por la Universidad Iberoamericana

**Ramón Cruz  
Altamirano**



- Consultor en innovación, gestión de ciencia y tecnología, creación de valor público, ecología, cambio climático y mercadotecnia social
- Docente universitario
- Doctor (PhD) en ecología por la Universidad Estatal de Rostov de la ex URSS

# EN ESTE SEMINARIO APRENDERÁS:

---

- Por qué es importante la innovación
- Por qué las instituciones deben maximizar el valor público que aportan a la sociedad
- Por qué co-crear valor público con los usuarios y *stakeholders*
- Cómo aplicar una metodología y un protocolo estructurado de innovación ad hoc para cada institución
- Cuáles son las habilidades y competencias del liderazgo para la innovación

# Sesión No. 1

---

24 de junio de 2021

- Innovación
- La cocreación como metodología
- Protocolos de innovación

DESARROLLO DE NUEVAS ÁREAS PARA LA INNOVACIÓN INSTITUCIONAL

# ENTORNO NUEVO PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS (1/2)

---

- Nuevas condiciones del mercado
- Mercados modificados por el internet
  - Privados
    - Amazon, Airb&b y Uber, entre otros
  - Públicos:
    - Facilidad acceso a la información (adeudos, consumos, otros)
    - Interactividad con los servicios proporcionados por el estado.
    - Interactividad entre usuarios

# ENTORNO NUEVO PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS (2/2)

---

- Globalización de los mercados
- Nuevos retos (algunos desconocidos)
  - Amenazas sociales (pandemias, migración forzada, guerra por el agua...)
  - Calentamiento global
  - Cada vez mas difícil concientizar a la población sobre la necesidad de pagar los servicios públicos
  - Ciclo del agua alterado
  - Eficiencia en un entorno de austeridad extrema
  - Hacer nuevas cosas con el mismo personal
  - Ampliar mercados

# INEXISTENCIA DE PRESIÓN COMPETITIVA PARA LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS



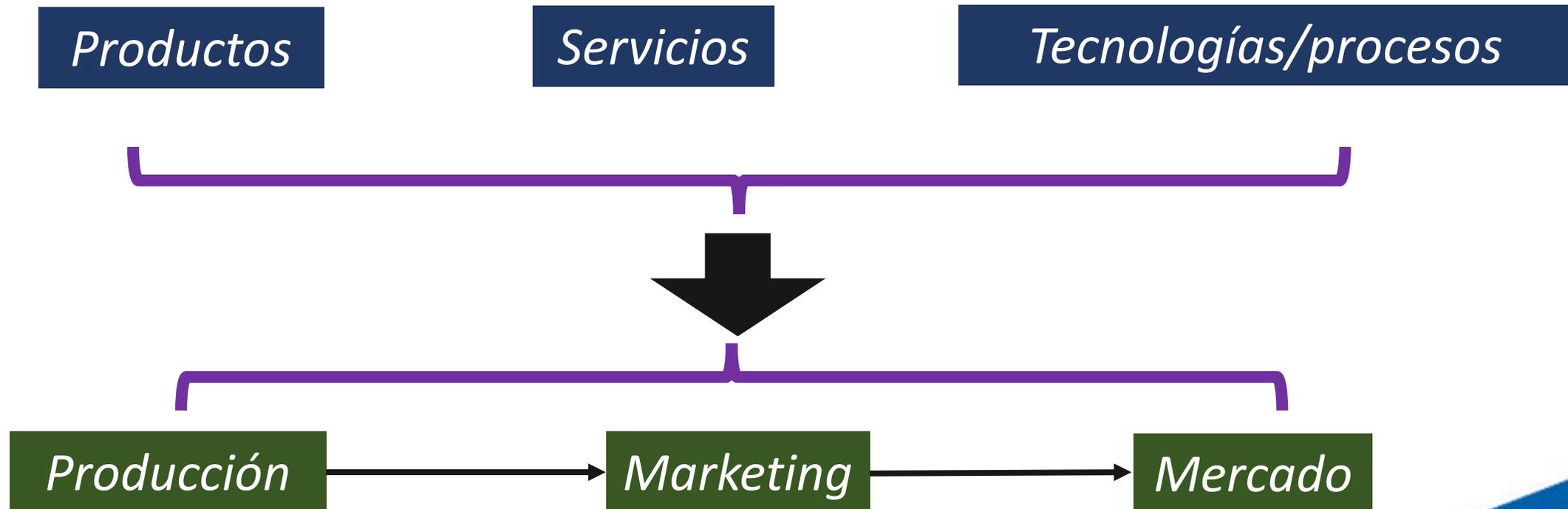
- Cuasimonopolio, no tienen competidores
- “Clientela” cautiva:
  - No tiene opciones
  - No pueden cambiar de proveedor
  - Solo les queda la presión política

Ventaja: permite ser laxo en la operación

Desventaja: ralentiza la innovación. Están en una situación cómoda. No van a la par de las otros e-services

# INNOVACIÓN

Es la conversión de ideas y conocimiento en nuevos productos, servicios y procesos con éxito en el mercado.



# TIPOS DE INNOVACIÓN

## Innovación cerrada



### Áreas de innovación

- Servicios o productos
- De procesos o flujos de trabajo
- De las estructuras de la organización
- Marco legal y administrativo
- Otros

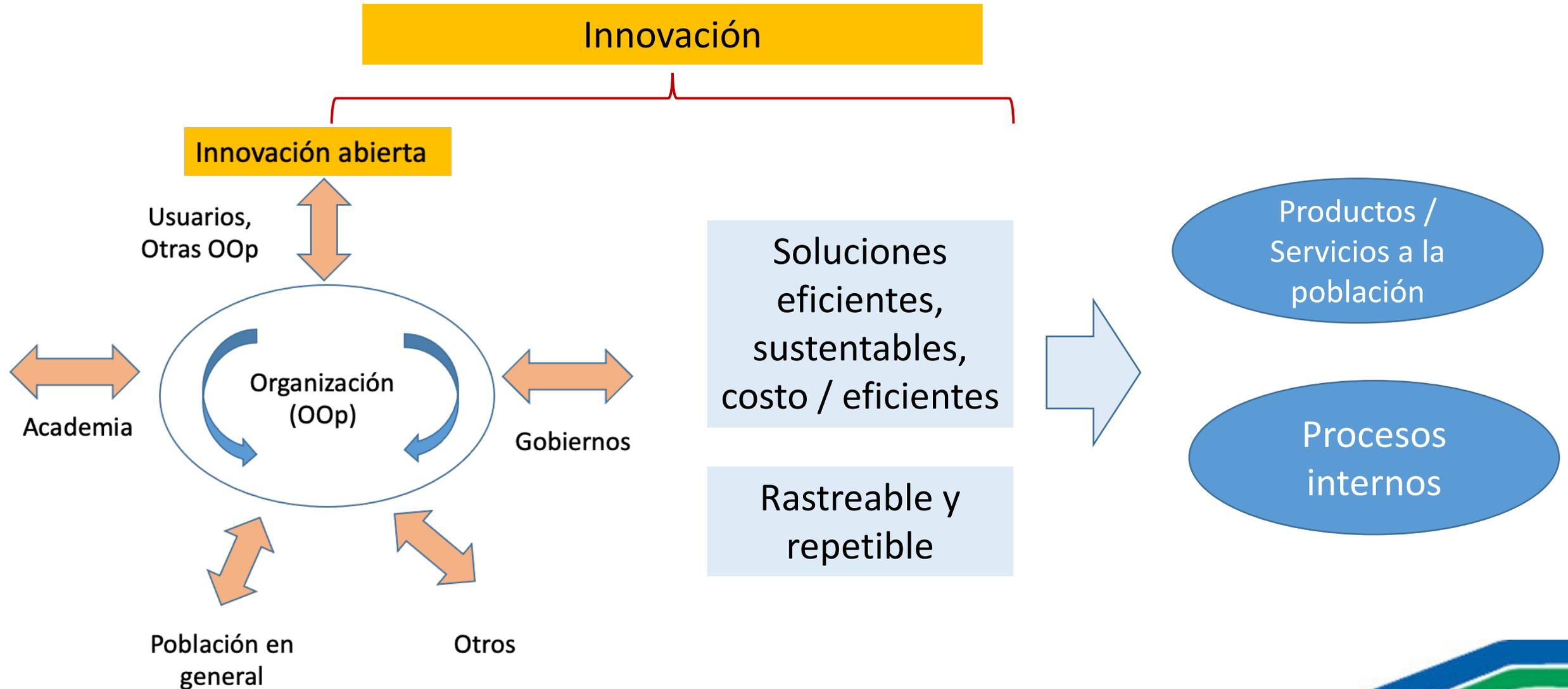
## Innovación abierta



Las organizaciones por sí solas no siempre pueden innovar

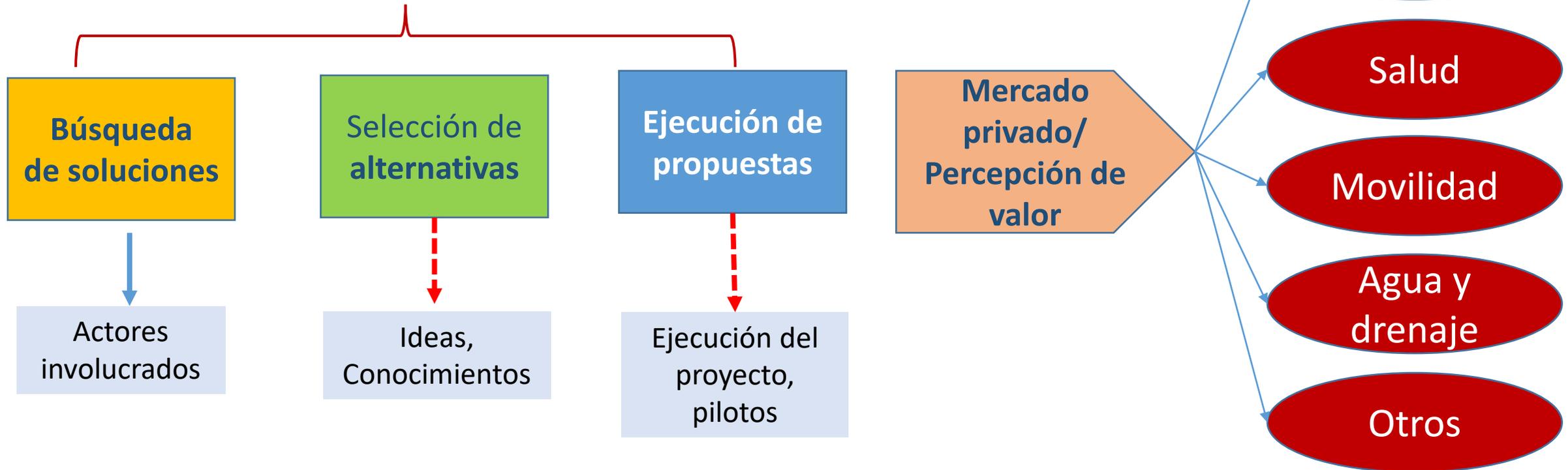
Las instituciones tienen que diseñar estrategias de redes y alianzas para innovar.

# LA COCREACIÓN COMO METODOLOGÍA



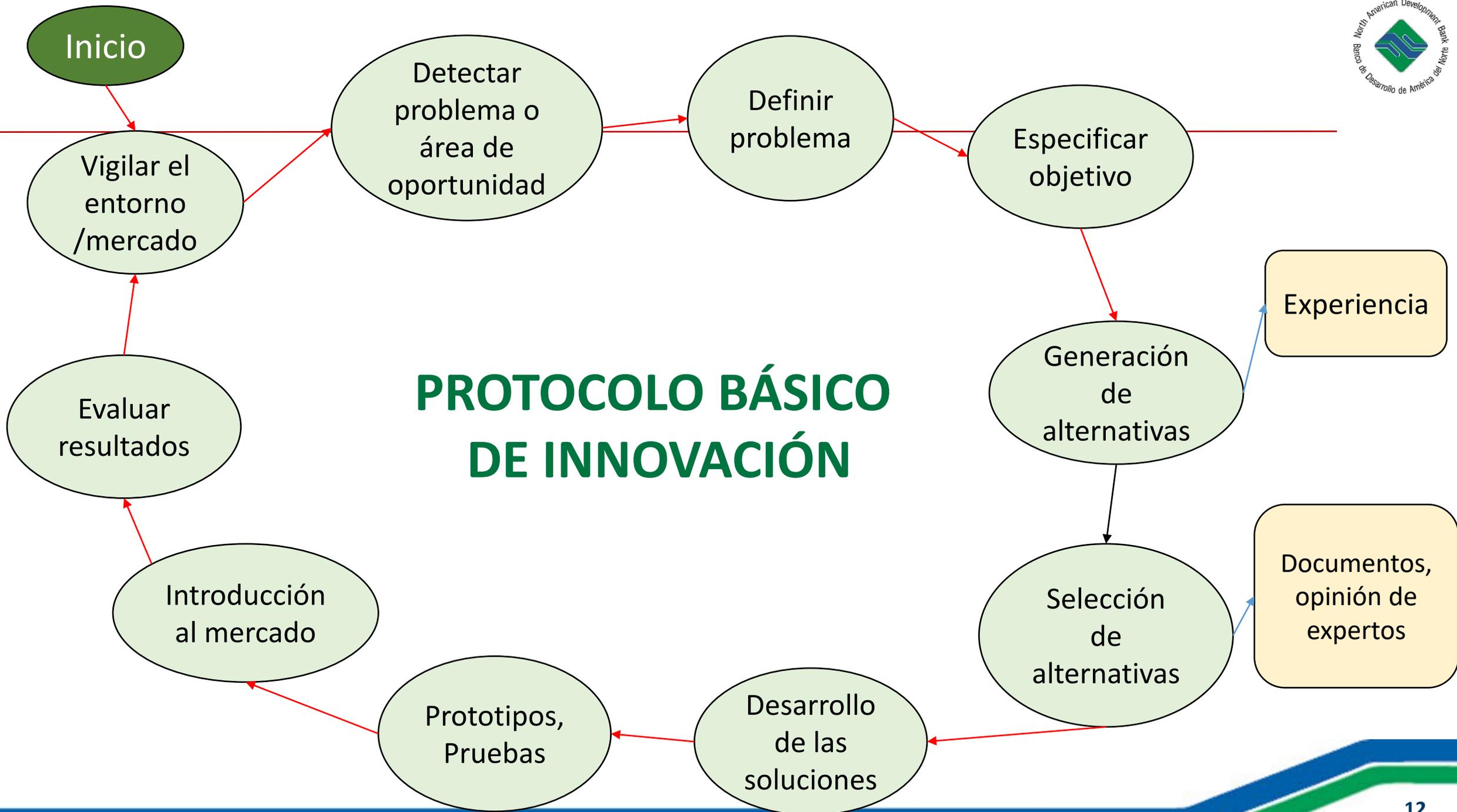
# MODELO SIMPLIFICADO DE INNOVACIÓN

Genera valor privado y social a la sociedad en su conjunto



Innovación para generar valor privado /público

# PROTOCOLO BÁSICO DE INNOVACIÓN



# PROTOCOLO BÁSICO PARA LA INNOVACIÓN/Nivel organizacional

## Alineación de estrategia



## Procesos organizacionales para la innovación

Concebir nuevo producto o servicio



Involucrar al usuario



Provocar la creatividad



Desarrollar y seleccionar nuevos productos/servicios



## Lanzamiento de la innovación a los mercados

Prospectiva de aceptación del nuevo producto o servicio



Comunicación de la innovación



Posicionamiento de marca del nuevo producto o servicio



Lanzamiento del nuevo producto o servicio

---

# PREGUNTAS Y COMENTARIOS

## Sesión No. 2

---

25 de junio de 2021

- ❑ **La cocreación de valor público**
- ❑ **Liderazgo para la innovación y para la creación de valor público**

**DESARROLLO DE NUEVAS ÁREAS PARA LA INNOVACIÓN INSTITUCIONAL**

# TODA LA ORGANIZACIÓN ES RESPONSABLE DE LA INNOVACIÓN

---



- La experiencia de los usuarios en el centro de la innovación
- Cambiar las reglas para la innovación colaborativa y participativa
- Determinar áreas de innovación en la institución
- Reconfigurar las instituciones utilizando una metodología científica

# INNOVACIÓN CENTRADA EN EL USUARIO: *E-services* (1/2)

---

- *e-services*
  - Agua, luz, internet, predial, basura (concesiones, o privados)
- Evolución
  - Recibo al correo electrónico
  - Tendencia a desaparecer las áreas de cobro
  - Idioma

# INNOVACIÓN CENTRADA EN EL USUARIO: *E-services* (2/2)

---

- Carrera imparable en la que todo tiende a hacerse y controlarse desde el móvil.
- Apps
  - Si las instituciones no tienen apps, tendrán una fuerte presión social
- Retos de los e-services
  - Todo se está digitalizando. Las instituciones públicas en general van rezagadas  
¿qué servicios tienen digitalizados?

# DEFINICIONES

**Valor Público:** Es el valor creado por el Estado a través de los servicios que presta a la ciudadanía, las regulaciones que establece para el bienestar de la sociedad y la creación de políticas públicas que buscan satisfacer necesidades propias de la población.

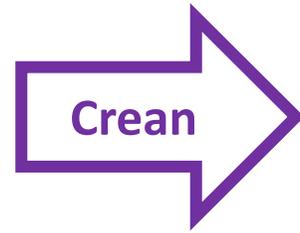
**Co-creación de valor público:** cuando el Estado y sus instituciones junto con los usuarios de sus servicios colaboran para crear o ampliar el valor público en cuestión.

**Bienes Públicos:** Pertenecen a un tipo de **bien que no pueden negociarse en ningún mercado**, dado que tienen la característica de que su uso y disfrute puede ser por cualquier ciudadano sin restricción. Los bienes públicos tienen dos características que los distinguen de las otras propiedades siendo éstas que **no sean rival y no excluyente**.

Requieren por lo general de la **administración del estado** y mecanismos de control que garantice el uso y disfrute de los mismos

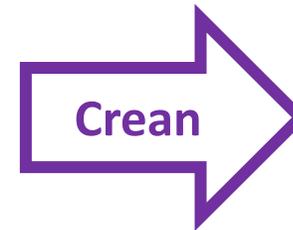
# MARCO DE REFERENCIA

Estado y sus  
instituciones



Valor  
público

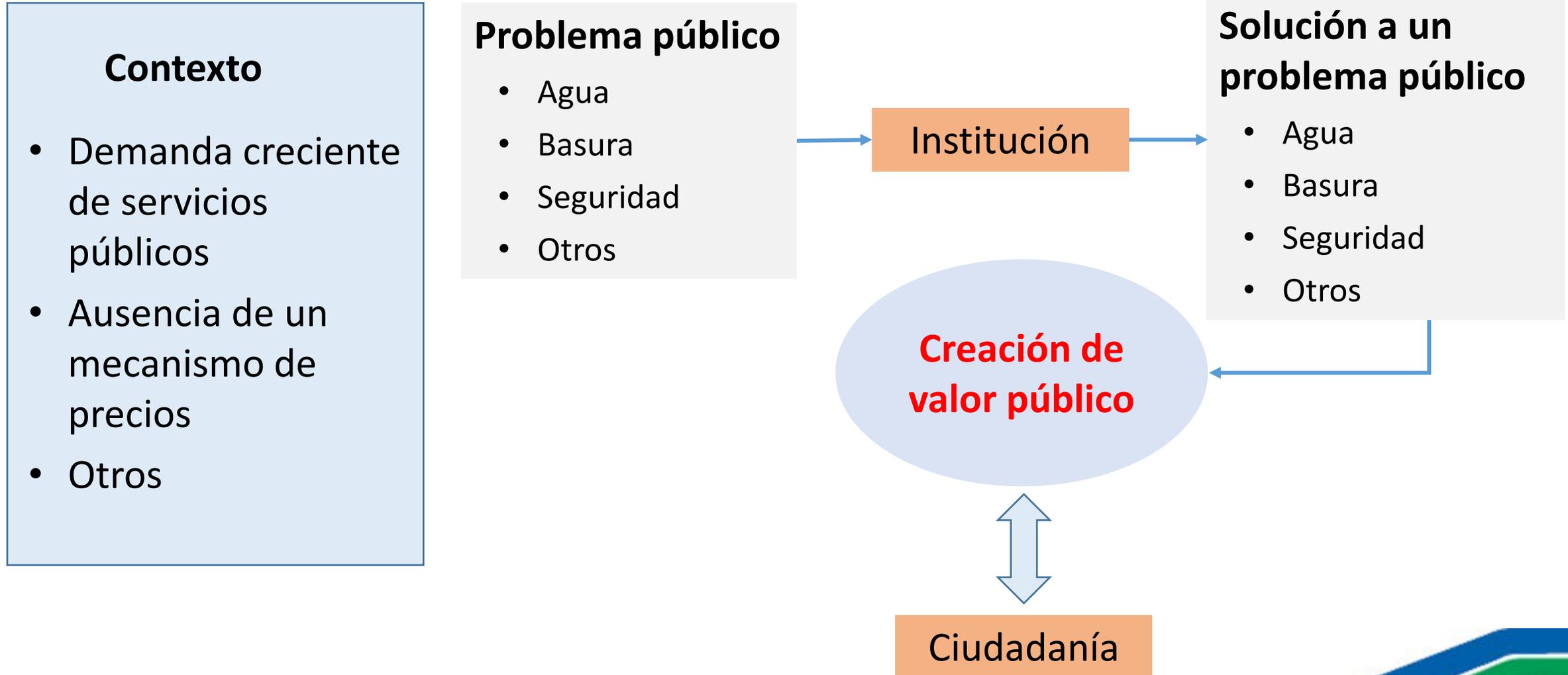
Asociaciones  
Público - privado



Valor  
público

El gobierno recurre al sector privado  
(empresas, academia, ONGs, ciudadanía)  
para lograr sus propósitos

# EL VALOR PÚBLICO EN LAS INSTITUCIONES



# LA CO-CREACIÓN DE VALOR PÚBLICO (1/2)

## Co-creación de Valor Público

Los mandatos formales o informales

El costo/beneficio de los servicios prestados

**Esquemas formales** para integrar a los usuarios y ciudadanos

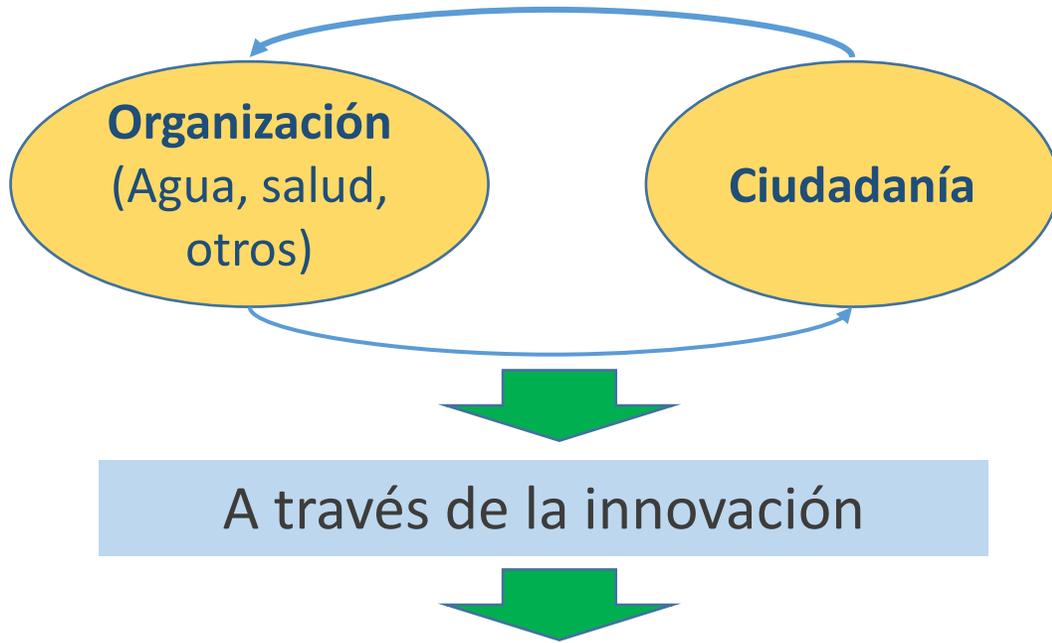
**Esquemas no formales** para integrar a los usuarios y ciudadanos

**Diseño participativo.** Otras organizaciones

**Organización**

Gestión del conocimiento abierto y en red

# LA CO-CREACIÓN DE VALOR PÚBLICO (2/2)



Se responde a:

- ¿Qué le corresponde hacer a la institución específicamente?
- ¿Cuál es el beneficio que la institución proporciona a la ciudadanía?
- ¿Qué espera la ciudadanía de la organización?
- Otras....

El valor público debe:

- Estar alineado a la normativa y misión de la organización
- Estar bien definido para su fácil comprensión.
- Ser coherente con lo que espera la ciudadanía.



# LIDERAZGO COMO ELEMENTO CRÍTICO PARA LA INNOVACIÓN Y CREACIÓN DE VALOR PÚBLICO

---

- Si la innovación es disruptiva, el liderazgo también
- Tradicional: círculos de calidad, Ishikawa, just in time...
- La innovación hizo líquida a la estructura organizacional
  - Nodos, redes, matrices
- Exige liderazgo líquido
  - Capacidad de adaptarse continuamente, avanzar y reinventarse en ecosistemas que cambian rápidamente

# NUEVAS COMPETENCIAS DE LIDERAZGO PARA LA INNOVACIÓN (1/2)

---

- Liderazgo para la creatividad
- Privilegiar la gestión del conocimiento
- Áreas de responsabilidad que caen fuera del *expertise* del líder
- Sistemas de liderazgo y de toma de decisiones distribuidos por toda la organización. Personas de varias funciones, áreas y niveles
- Capacidad para operar en un ambiente incierto (PEST)

# NUEVAS COMPETENCIAS DE LIDERAZGO PARA LA INNOVACIÓN (2/2)

---

- Habilidades y competencias digitales para operar y comunicarse
- Liderazgo en ambientes híbridos, a distancia y presenciales
- Liderazgo multidimensional: géneros y culturas

**TODO SUMADO A LAS HABILIDADES YA CONOCIDAS**

# EL PERSONAL IMPORTA MAS QUE NUNCA

---



**Emocionarlo**

**Escucharlo**

**Darle la autoridad y los medios para innovar**

**Ayudarlo a hacer lo imposible**

---

# PREGUNTAS Y COMENTARIOS

# PARA SABER MÁS:

---

## Valor público:

- Bryson, J. M. Crosby C.B. Bloomberg, L. **Creating Public Value in Practice**. CRC Press, New York; 2015; 426 p.
- Bryson, J. M. Crosby C.B. Bloomberg, L. **Public Value and Public Administration**; Georgetown University Press; Washigton, DC; 2015; 314 p.
- Cornes, R. y Sandler, T. **The theory of externalities, Public Goods and Club Goods**; 1996; 616 p.

## Innovación:

- Caporello, L. et al Editors. **Digitally Supported Innovation: A Multi-Disciplinary View on Enterprise, Public Sector and User Innovation**; Springer, Vol. 18; 2016; 307 p.
- Schramm, L. **Technological Innovation: An Introduction**. De Gruyter; 2018; 233 p.
- Tidd, J; Bessant, J. **Managing Innovation**. John Wiley & Songs, Ltd; 2009; 642 p.
- Gatington, H; Gotteland, D; Haon, C. **Making Innovation Last**. Volumen I. Palgrave Macmillan; 2016; 267 p.
- Schramm, L. **Technological Innovation: An Introduction**. De Gruyter; 2018; 233 p.

# MUCHAS GRACIAS

---



**Guadalupe Alférez**

[lupitaalferez@gmail.com](mailto:lupitaalferez@gmail.com)

Whatsapp: +52.5559174151

**Ramón Cruz Altamirano**

[rcaltamirano@gmail.com](mailto:rcaltamirano@gmail.com)

Whatsapp: +52.5527270655