



Colombia Productiva

PRODUCTIVIDAD • CALIDAD • VALOR AGREGADO

Somos su aliado para producir más,
con mejor calidad y mayor valor agregado.



El progreso
es de todos

Mincomercio



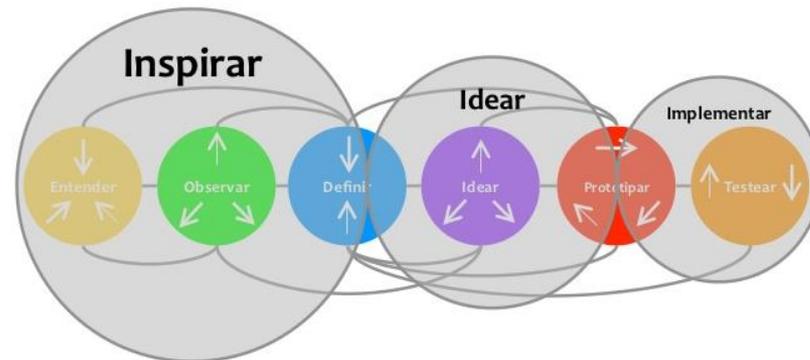
DESARROLLO Y SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO/SERVICIO



**Fábricas de
Productividad**



1. Colombia Productiva
2. ¿Qué es la línea?
3. Objetivo y alcance
Comentarios
4. Diagnóstico
Comentarios
5. Indicadores
Comentarios
6. Caso de Éxito



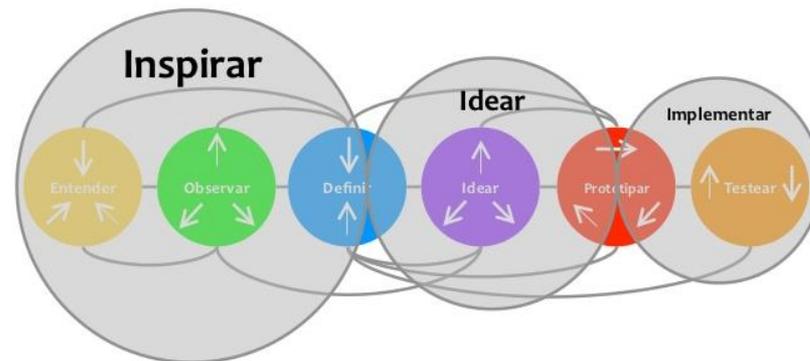
Basado de artículo Design Thinking - Tim Brown | Harvard Business Review



Comentarios



1. Colombia Productiva
2. ¿Qué es la línea?
3. Objetivo y alcance
Comentarios
4. Diagnóstico
Comentarios
5. Indicadores
Comentarios
6. Caso de Éxito



Basado de artículo Design Thinking - Tim Brown | Harvard Business Review

COLOMBIA PRODUCTIVA



Somos el aliado de la industria para
ayudarla a producir más, con mejor calidad, mayor valor
agregado y sofisticación.

LAS EMPRESAS SON EL MOTOR DE NUESTRAS ACCIONES.

Colombia Productiva en el sector Comercio, Industria y Turismo



El progreso
es de todos

Mincomercio

**FORMULAR, ADOPTAR, DIRIGIR Y COORDINAR LAS POLÍTICAS
EN MATERIA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO EN EL PAÍS.**

innpuls
Colombia

**Promueve el
emprendimiento
y la innovación para
aumentar la
competitividad.**

**EMPRESAS MÁS
INNOVADORAS**

**Colombia
Productiva**
PRODUCTIVIDAD · CALIDAD · VALOR AGREGADO

**Aliado para producir
más, con mejor calidad
y mayor valor
agregado, y aprovechar
los TLC.**

**EMPRESAS MÁS
PRODUCTIVAS**



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

**Ayuda a las empresas a
exportar, y atrae
inversión extranjera y
viajeros internacionales.**

**EMPRESAS MÁS
EXPORTADORAS**

FIDUCOLDEX
Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A.

BANCOLDEX
PROMUEVE EL DESARROLLO EMPRESARIAL

FNG
Fondo Nacional de Garantías S.A.

**Ofrecen instrumentos financieros para
el crecimiento empresarial del aparato
productivo.**

El progreso
es de todos

Mincomercio

Trabajamos en productividad, calidad, encadenamientos y sofisticación para elevar la competitividad de la industria





DESARROLLO Y SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO/SERVICIO



**Fábricas de
Productividad**

**Mejorar el desempeño de la empresa,
a través del fortalecimiento del
conocimiento de las empresas en los
mecanismos para lanzamiento de nuevos
productos o servicios exitosos.**



DESARROLLO DE UN NUEVO PRODUCTO O SERVICIO



Consiste en el proceso de diseñar, crear, testear y llevar un nuevo producto o servicio al mercado.



Ejemplos

1ra Versión del producto



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

Ejemplos

1ra Versión del servicio

Pura Vida Camper - Alquiler de Campers Vintage para Road Trips



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

Ejemplos

1ra Versión del servicio

Cliff Mclane - El Photo Bus más Divertido del Mundo



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO

En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

Ejemplos

1ra Versión del servicio

Swapfiets - Bicicleta y Reparaciones
Ilimitadas por 15 Euros al Mes



Un programa de:



En convenio con:

**CÁMARAS
DE COMERCIO**

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

OBJETIVO

Ejemplos

1ra Versión del servicio

Servicio de gasolinería



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

OBJETIVO

Ejemplos

2da Versión del servicio

Servicio de gasolinería



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

Sofisticación de producto o Servicio:



Consiste en el proceso de adicionar características o elementos a los productos o servicios de una empresa de tal forma que estos brinden mayor valor y sea confirmado a través de la demanda del mercado.

Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



OBJETIVO



Sofisticación de producto o Servicio:

¿La línea aplica para el empaque del producto?

Si.

Desde que se sustente e impacte en las ventas del producto.

Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



Sofisticación de producto:



Un programa de:



El progreso
es de todos

Mincomercio



En convenio con:

**CÁMARAS
DE COMERCIO**

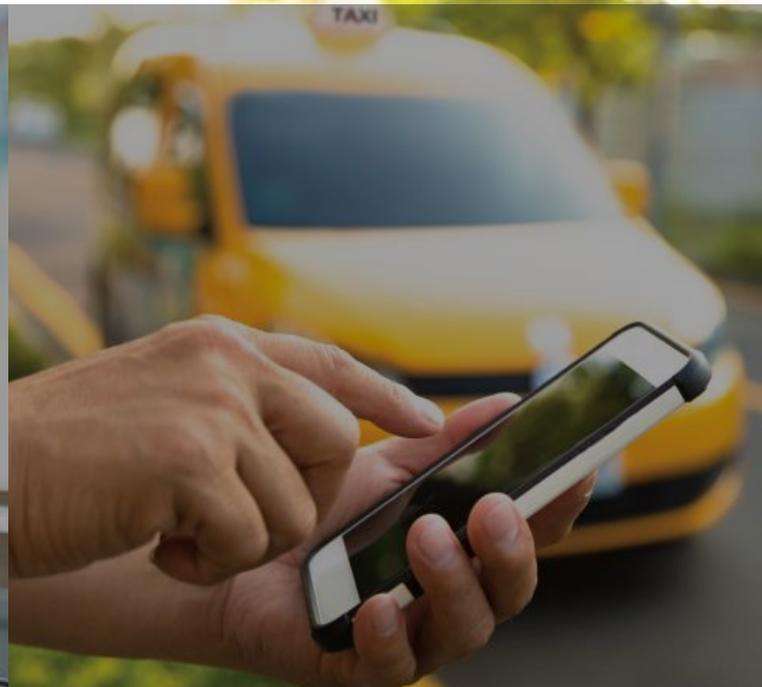
Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



OBJETIVO

Sofisticación de Servicio:



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



¿QUÉ NO ES?



El lanzamiento de un nuevo producto/servicio complejo en caso de que desde el prototipado al lanzamiento se requiera más de 80 horas.

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
• SENA
• BANCÓLDEX
• MINVIENDA
• MINTIC

¿QUÉ NO ES?



Sofisticación de negocios

Crear nuevos mercados con mismos productos/servicios

Sofisticación de procesos INTERNOS

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
• SENA
• BANCÓLDEX
• MINVIENDA
• MINTIC

<1%

De las empresas de manufacturas o servicios obtuvieron al menos un producto/servicio **nuevo o significativamente mejorado** en el mercado internacional.

Fuente: DNP(2018)

21,5%

De las empresas del sector manufacturero obtuvieron al menos un producto/servicio **nuevo o significativamente mejorado** en el mercado nacional o un producto / servicio **nuevo o mejorado** para la empresa.

Fuente: DNP(2018)

22,6%

De las empresas del sector servicios obtuvieron al menos un producto/servicio **nuevo o significativamente mejorado** en el mercado Nacional o un producto/servicio **nuevo o mejorado** para la empresa.

Fuente: DNP(2018)

POTENCIAL DE LA LÍNEA

Es una forma de crecer rápidamente

Conquistar mercados Nacionales e Internacionales

Permanecer vigentes en el mercado. Solucionar problemas distintos de maneras distintas.

Incrementar la competitividad y generación de empleo.



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

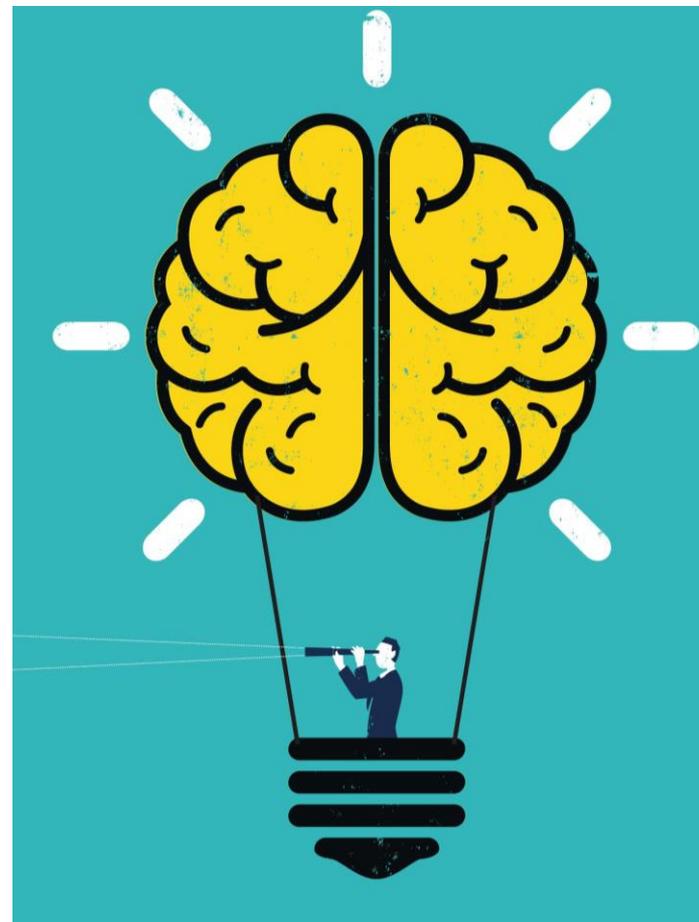
CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
• SENA
• BANCÓLDEX
• MINVIENDA
• MINTIC

POTENCIAL DE LA LÍNEA

Competir en nichos diferenciados de alto valor agregado

Crear mejores productos y servicios para los consumidores y las empresas, que beneficien en tiempo, proceso y financieramente SU USO.



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

¿CUÁNDO ESCOGER LA LÍNEA?



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



Colombia Productiva

PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO

En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

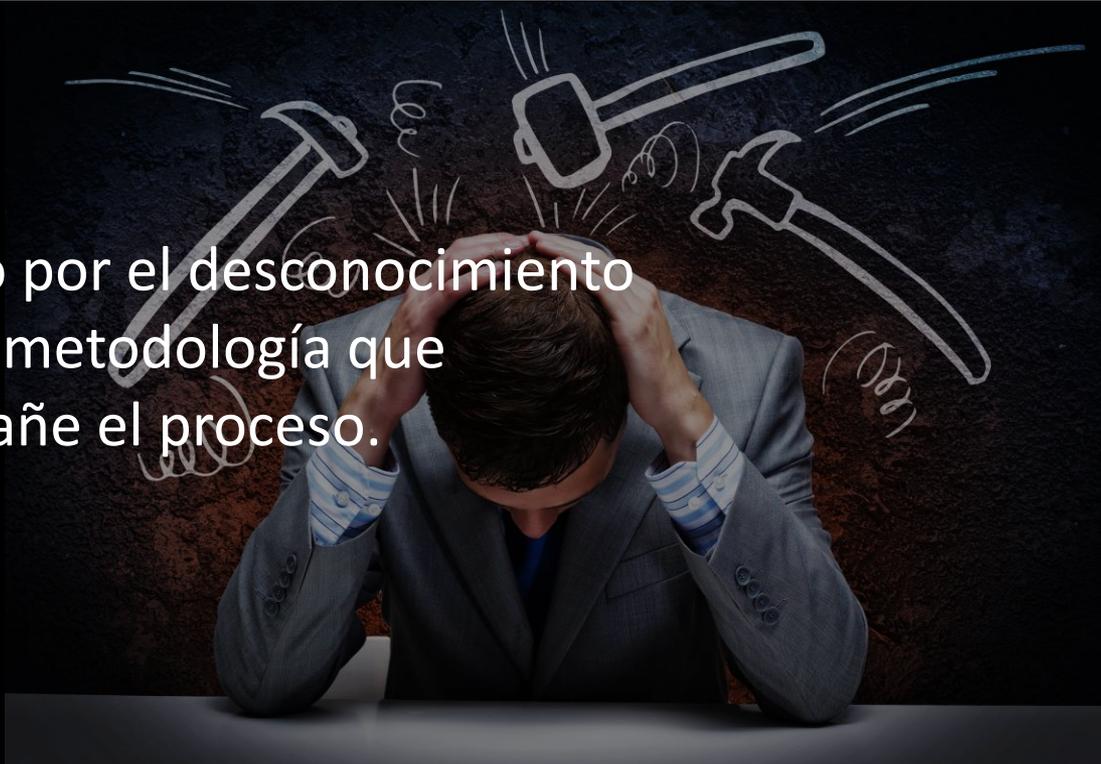
Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



1

Fracaso por el desconocimiento de una metodología que acompañe el proceso.



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



2

No saber como proteger la propiedad intelectual de los nuevos desarrollos.



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



3

Falta de dominio técnico en algunas áreas críticas para el desarrollo de nuevos productos o servicios.

Un programa de:



El progreso
es de todos

Mincomercio



**Colombia
Productiva**

PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO

En convenio con:

**CÁMARAS
DE COMERCIO**

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



4 Es difícil escalar nuevas aventuras.



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



Colombia Productiva

PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO

En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC





5 Las alianzas externas y asociaciones son subutilizadas.

Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



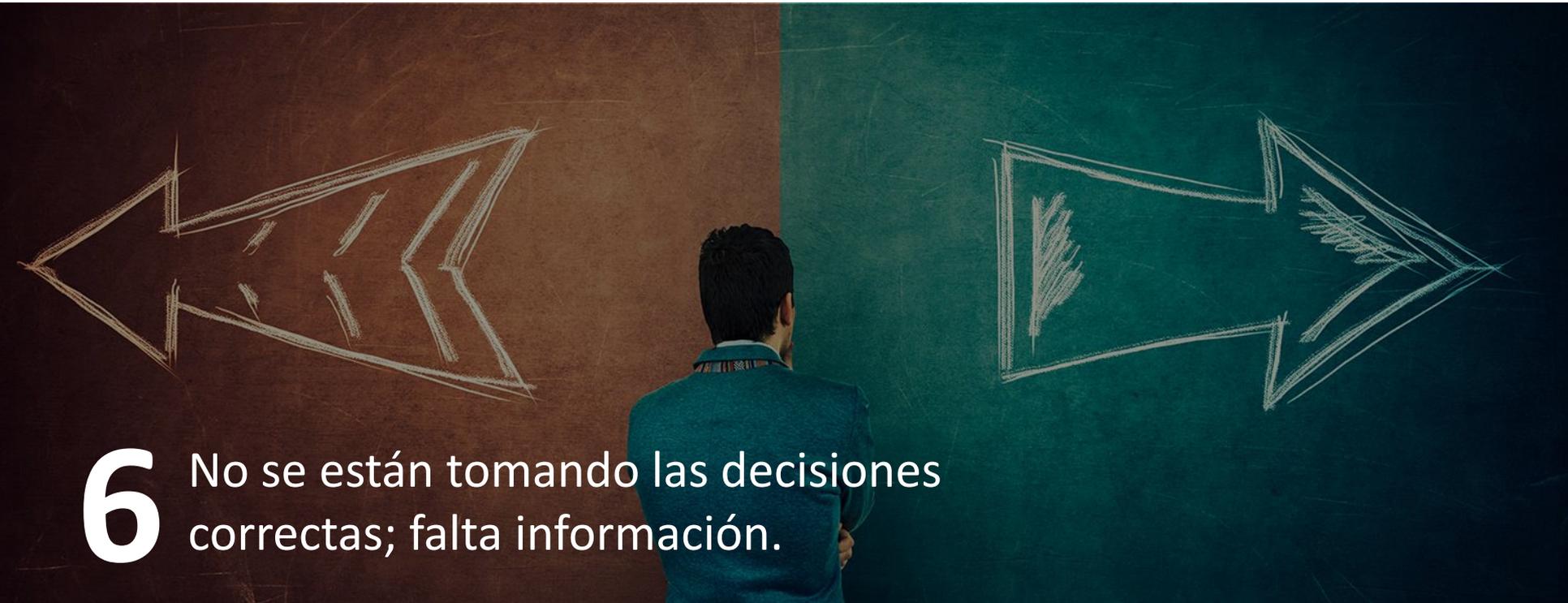
En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC





6 No se están tomando las decisiones correctas; falta información.

Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO

En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



Comentarios





DIAGNÓSTICO



Fábricas de Productividad

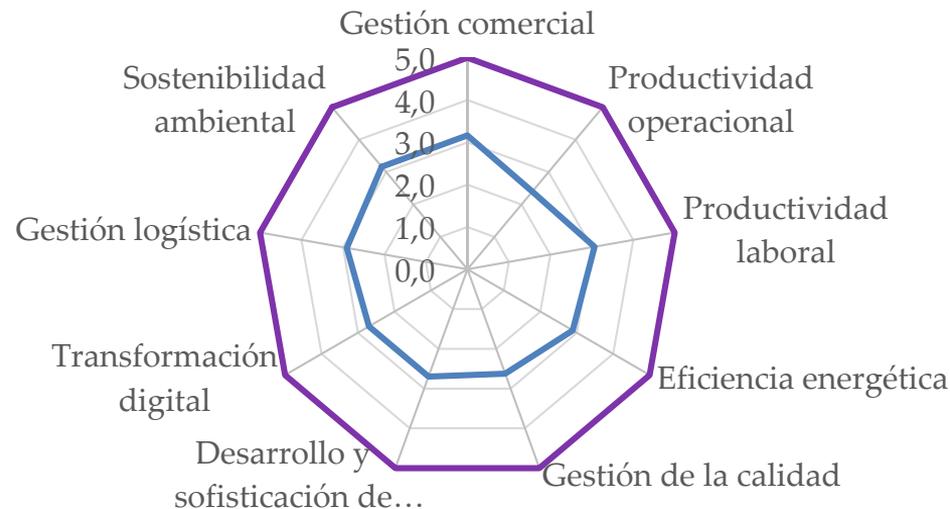
¿Qué es el diagnóstico?



Herramienta que permite identificar cuál de las 9 líneas de servicio es la más crítica dentro de la empresa, basado en las empresas de clase mundial.

¿Cuál es el resultado del diagnóstico?

Situación actual



VALOR PARA EL EMPRESARIO

Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

1.

2.

3.

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual					Nivel Meta Anual			Observaciones
				1	2	3	4	5	2021	2022	2023	
1	Comparación de los costos de energía con los costos totales de producción	¿Son significativos los costos de la energía eléctrica y térmica al compararlos con los costos totales de producción?	Costo de la electricidad, gas natural, carbón mineral u otros / Costo total operación (producción, administración, ventas).	Muy Alto. Mayor a 25%	Alto 15-25%	Medio 5-15%	Bajo 2-5%	Insignificante Menor a 2%				

1.

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo
1	Desarrollo de nuevos productos o servicios	¿Cuál es la participación de los productos o servicios desarrollados en los últimos 3 años, en las ventas de cada año?	% del total Ventas de Nuevos Productos o Servicios / Ventas totales

2.

Nivel Actual				
1	2	3	4	5
	X			
No se conoce	Hasta el 5%	>5%- ≤10%	>10%- ≤20%	Más del 20%

Como se lee el diagnóstico

3.

Nivel Meta Anual			Observaciones
2021	2022	2023	
3	4	5	

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

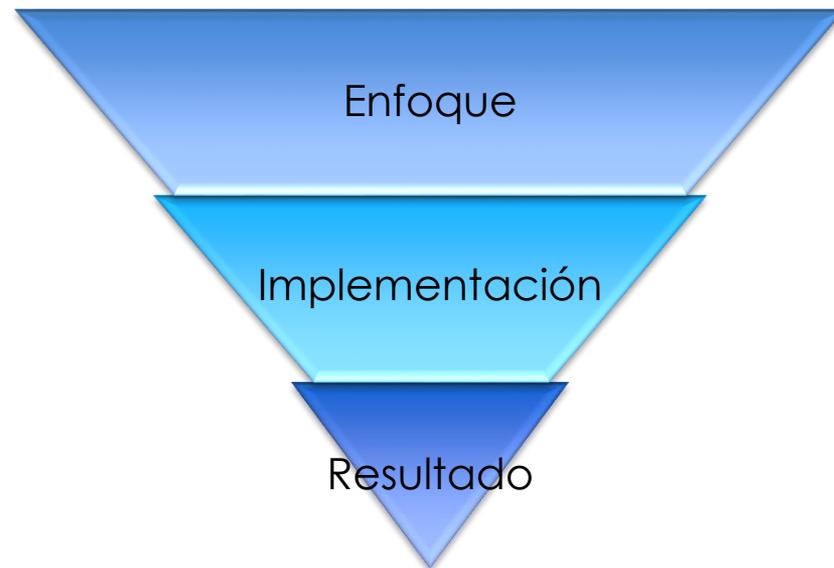
Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

DIAGNÓSTICO DE DESARROLLO Y SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO SERVICIO

OBJETIVO

Determinar el Grado de madurez de los principales impulsores para el desarrollo y sofisticación de productos o servicios en la organización, considerando las tendencias mundiales.



DIAGNÓSTICO DE DESARROLLO Y SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO SERVICIO



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
• SENA
• BANCÓLDEX
• MINVIENDA
• MINTIC



DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 1

Nº	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
1	Desarrollo de nuevos productos o servicios	¿Cuál es la participación de los productos o servicios desarrollados en los últimos 3 años, en las ventas de cada año?	% del total Ventas de Nuevos Productos o Servicios / Ventas totales	No se conoce	Hasta el 5%	>5%- ≤10%	>10%- ≤20%	Más del 20%

*Pregunta opcional de acuerdo con el contexto de la empresa

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 2

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
2	Rentabilidad de la inversión en los nuevos productos o servicios	Se considera que un producto o servicio es más rentable en cuanto sea totalmente nuevo para el mercado y la empresa, es decir, en cuanto más riesgoso sea.	Nivel de rentabilidad general.	No se calcula	> 5% - ≤ 10%	> 10% ≤ 25%	> 25% ≤ 80%	Es inversamente proporcional al riesgo, es decir, superior al 80%

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 3

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
3	Agilidad	¿Busca establecer qué tan dinámica es la empresa en responder o adelantarse a los competidores, con nuevos productos o servicios?.	Tiempo que transcurre desde que se decide desarrollar el producto o servicio hasta su lanzamiento.	No se define, ni se mide.	Más de 9 meses.	> 6 - ≤ 9 meses.	6 meses.	Menos de 6 meses.

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 4

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
4	Personal dedicado a I+D+i	La dedicación de personal revela el compromiso y nivel de sinergia interna alcanzado por la empresa en relación con la I+D+i.	No. de personas dedicadas a actividades de I+D+i / Total de empleados	No hay personal dedicado	El personal asignado a I+D+i sólo realiza estas actividades en tiempos "libres" que les permite sus operaciones del día a día.	Hay dos o más equipos o personas trabajando de manera separada en el desarrollo de nuevos productos, estandarización y mejoramiento continuo.	Comienza la integración del Sistema de Gestión de la Innovación total y el portafolio de proyectos de toda la empresa	Hay un área o departamento que lidera la gestión del I+D+i, con proyectos de estandarización, mejoramiento e innovación y trabajo en red con otras áreas internas y agentes externos

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 5

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
5	Quién hace el desarrollo de nuevos servicios o productos	Qué tanto los nuevos productos o servicios son impulsados desde adentro versus qué tanto corresponde a necesidades validadas con los clientes potenciales.		No hay desarrollo de nuevos servicios o productos	Hay personal en la empresa que espontáneamente y adicional a sus funciones desarrolla nuevos productos y servicios	Hay personal en la empresa dedicado a desarrollar nuevos productos y servicios	Los nuevos productos y/o servicios son un esfuerzo conjunto entre diferentes áreas de la empresa (ingeniería, ventas, compras y producción)	Tanto los clientes como los proveedores son traídos desde una etapa temprana para hacer parte del proceso del desarrollo de nuevos productos y/o servicios

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 6

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
6	Se considera la capacidad del proceso en el desarrollo de nuevos productos o servicios	Suele acontecer que las empresas tienen muchas ideas, incluso nuevos productos y/o servicios, pero la capacidad de la empresa no es suficiente o inexistente. Considera usted la capacidad que le queda disponible en su empresa para desarrollar nuevos productos /servicios ?	No se conoce cuál es la capacidad del proceso	Sólo si el encargado de la producción o del desarrollo del servicio piensa que debería considerarlo.	La empresa se preocupa por la capacidad de proceso pero no por los proveedores.	Se mira la capacidad actual y se le pide a algunos proveedores que aseguren o reserven sus capacidades de proceso en favor de la empresa.	Es un aporte crítico en todos los aspectos del desarrollo de servicios o productos.	

Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 7

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
7	Articulación	La pertenencia a un ecosistema de innovación incrementa la probabilidad de éxito del I+D+i y reduce el tiempo y los costos de los nuevos desarrollos.	Su evaluación podría ser medida por el número de partes interesadas con las cuales la empresa mantiene una relación que genera valor.	La empresa trabaja sola.	Se trabaja con otras empresas para desarrollar nuevos productos/servicios y procesos. Se tiene buena relación con los proveedores ("gana-gana").	Se trabaja conjuntamente con universidades y centros de investigación que ayuden a mejorar y desarrollar el conocimiento. Así como también con entidades locales y nacionales de educación para comunicar las necesidades, nuevas competencias y habilidades.	Se intentan desarrollar redes externas de personas que puedan ayudar, por ejemplo, con conocimiento especializado.	Se entienden las necesidades de los clientes y usuarios finales. Se trabaja conjuntamente con los clientes en la exploración y el desarrollo de nuevos conceptos. Así como también con "usuarios líderes" para el desarrollo de nuevos productos y servicios innovadores.

En convenio con:

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

CÁMARAS DE COMERCIO

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 8

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
8	Cuál es el nivel de participación de los proveedores en el desarrollo de productos o servicios	Indaga acerca de la política de la empresa para trabajar de manera colaborativa con los proveedores en la ideación y el desarrollo de nuevos productos o servicios.	Un mayor involucramiento del proveedor en el diseño del producto puede contribuir a reducir significativamente el tiempo de ciclo de desarrollo de nuevos productos o servicios.	Ninguna	Nuestros encargados obtienen toda la información del proveedor que necesitan, de publicaciones comerciales.	Se habla con los proveedores que hacen 1 o 2 componentes críticos.	Se consulta con los principales proveedores antes de comenzar un nuevo producto/servicio.	Rutinariamente se consulta con los proveedores importantes para obtener sus ideas sobre los productos / servicios que se podrían desarrollar.

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
 • SENA
 • BANCÓLDEX
 • MINVIENDA
 • MINTIC



Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 9

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
9	Inversión en I+D+i (Investigación, desarrollo e innovación)	Hay que considerar que el monto tiene relación con el sector al cual pertenece la empresa. Los % que se mencionan en la escala son un nivel promedio para PYMES.	Valor invertido en I+D+I por año/ Ventas totales por año.	No se realiza inversión.	Se realiza, pero no se calcula cuánto se invierte.	Se calcula sólo después que termina el periodo.	1 – 2% Ventas.	> 2% Anual.

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
 • SENA
 • BANCÓLDEX
 • MINVIENDA
 • MINTIC



Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 10

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
10	Portafolio de proyectos de innovación	Se refiere al portafolio de iniciativas que son valoradas por su aporte económico a la reducción de costos, gastos, capital de trabajo o la generación de ingresos	No. de proyectos y Valor Presente Neto (VPN) de cada proyecto	No se gestionan proyectos de estandarización, mejoramiento o innovación.	Se gestionan proyectos de estandarización y mejoramiento.	Se ejecutan proyectos de estandarización, mejoramiento, innovación y cambio de manera permanente, pero no estructurada.	La empresa cuenta con iniciativas de estandarización, mejoramiento e innovación y las gestiona como un portafolio de inversión	La empresa cuenta con un portafolio de proyectos de estandarización, mejoramiento e innovación que contribuye a incrementar el valor total de la empresa por su VPN agregado.

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO – PREGUNTA 11

N°	Indicador	Pregunta / Guía	Cómo Medirlo	Nivel Actual				
				1	2	3	4	5
11	Propiedad intelectual y mecanismos de protección.	Se refiere a las inversiones que generan activos intangibles, valorables y amortizables	Número de registros de propiedad intelectual, patentes.	Sin actividad.	Se trabaja con licencias de terceros.	Existen registros de marca, pero aún no se registran patentes propias.	Registro de patentes propias.	Venta de derechos y patentes o licencias propias a terceros.

Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
 • SENA
 • BANCÓLDEX
 • MINVIENDA
 • MINTIC

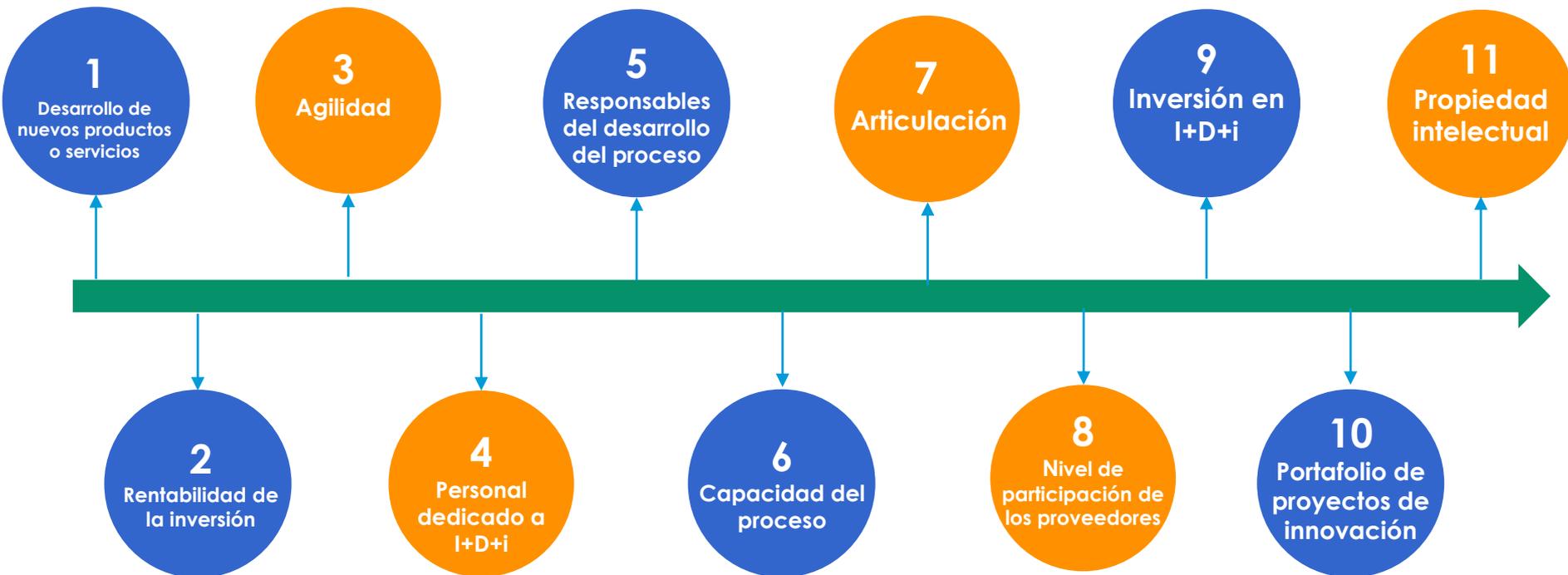


Manufacturas



Servicios

DIAGNÓSTICO DE DESARROLLO Y SOFISTICACIÓN DE PRODUCTO SERVICIO



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
• SENA
• BANCÓLDEX
• MINVIENDA
• MINTIC

Comentarios





INDICADORES



Fábricas de Productividad

OBJETIVO

Medir el estado de la empresa antes y después de la intervención.

¿Cuántos indicadores se deben medir?



INDICADORES FIJOS

No.	Indicador	Definición	Variables	Unidad de medida	Fórmula	Variación
1	Cientes potenciales del producto/servicio - CP	Número de personas naturales o jurídicas que tienen interés en el producto/servicio que se está desarrollando o sofisticando de acuerdo con una muestra representativa de la población objetivo	<ul style="list-style-type: none"> •Cientes que tienen interés y comprarían el producto o Servicio en la iteración X - CIC 	Cientes Potenciales en iteración X	$CP = \sum_{k=1}^n \binom{n}{k} CIC$	$((CP2-CP1)/CP1)*100$
2	Incremento de clientes por oferta innovadora - C	Numero de clientes reales que compran los productos /servicios	<ul style="list-style-type: none"> •No. Clientes Activos o promedio en el periodo X - CL •Clientes adquiridos por oferta innovadora - CI 	Cientes.	$C = \sum_{k=1}^n \binom{n}{k} CL + \sum_{k=1}^n \binom{n}{k} CI$	$((C2-C1)/C1)*100$

Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

No.	Indicador	Definición	Variables	Unidad de medida	Fórmula	Variación
1	Cientes potenciales del producto/servicio - CP	Número de personas naturales o jurídicas que tienen interés en el producto/servicio que se está desarrollando o sofisticando de acuerdo con una muestra representativa de la población objetivo	• Clientes que tienen interés y comprarían el producto o Servicio en la iteración X - CIC	Cientes Potenciales en iteración X	$CP = \sum_{k=1}^n \binom{n}{k} CIC$	$((CP2-CP1)/CP1)*100$

Se recomienda:

1. Generar un perfil de cliente
2. Identificar en qué lugares está la audiencia del producto/servicio
3. Calcular el tamaño de la población, muestra, margen de error.
4. Aplicar validación de producto para identificar clientes potenciales
5. Validar, y procesar los datos para obtener la validación de los clientes potenciales.

No.	Indicador	Definición	Variables	Unidad de medida	Fórmula	Variación
2	Incremento de clientes por oferta innovadora - C	Numero de clientes reales que compran los productos /servicios	<ul style="list-style-type: none"> •No. Clientes Activos o promedio en el periodo X - CL •Clientes adquiridos por oferta innovadora - CI 	Clientes.	$C = \sum_{k=1}^n \binom{n}{k} CL + \sum_{k=1}^n \binom{n}{k} CI$	$((C2-C1)/C1)*100$

Se recomienda:

Medir el número de clientes que tiene actualmente la empresa. Si es una empresa que cuenta con productos/servicios de facturación mensual se identifican los clientes activos de la empresa. Si es una empresa que cuenta con productos/servicios de consumo unitario se deben promediar la cantidad de ventas que se realiza en un periodo.

No.	Indicador	Definición	Variables	Unidad de medida	Fórmula	Variación
3	Ventas Nuevos Productos Servicios - VN	Participación de los Nuevos Productos NP o Nuevos Servicios NS.	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas Nuevos Productos - Nuevos Servicios - V • Ventas totales - VT 	Porcentaje.	$VN = (V/VT)*100$	$((VN2-VN1)/VN1)*100$
4	Costo por clientes por oferta innovadora - NC.	Consiste en evaluar la efectividad que tiene la inversión de nuevas estrategias de mercado y la llegada de clientes nuevos.	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión en valor moneda realizada para nuevas estrategias de mercadeo (INEM). • Número de clientes nuevos (CN). 	Pesos por cliente nuevo.	$NC = INEM / CN$	$((NC2 - NC1)/NC1)*100$

No.	Indicador	Definición	VARIABLES	Unidad de medida	Fórmula	Variación
5	Inversión - I	Fuente de recuperación de la Inversión.	<ul style="list-style-type: none"> • Valor inversión en I+D+i por Producto/servicio lanzado al mercado - VI • Valor total Ventas (NP- NS) - VT 	Porcentaje.	$I = (1 - (VI/VT)) * 100$	$((I2 - I1)/I1) * 100$
6	Portafolio de proyectos - PP	Aporte de la I+D+i al valor total del portafolio de proyectos de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Valor Presente Neto de proyecto asociado I+D+i - VPNI • Valor Presente Neto de proyecto no relacionado con I+D+i de la empresa - VPNG 	Pesos.	$PP = \frac{\sum_{k=1}^n \binom{n}{k} VPNI \ n}{\sum_{k=1}^n \binom{n}{k} VPNG \ n}$	$((PP2 - PP1)/PP1) * 100$

No.	Indicador	Definición	VARIABLES	Unidad de medida	Fórmula	Variación
7	Recurso humano enfocado en la innovación - RHI	Personal capacitado y enfocado en la generación de nuevas ideas y desarrollo de nuevos productos. Asegura que las personas gasten una porción sustancial de su tiempo en innovación.	<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas dedicadas a I+D+i (NP). • Número total de empleados (NTE). 	Porcentaje.	$RHI = (NP / NTE) * 100\%$	$((RHI2 - RHI1) / RHI1) * 100$
8	Número de patentes - P	Protección al permitir utilizar exclusivamente un tipo de proceso o máquina y puede venderse o licenciarse, es decir aprobar que otras personas lo utilicen sin perder los derechos absolutos.	<ul style="list-style-type: none"> • Patentes reconocidas - PR 	Patentes.	$P = \sum_{k=1}^n \binom{n}{k} PR n$	$((P2 - P1) / P1) * 100$

Comentarios





METODOLOGÍAS



**Fábricas de
Productividad**



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO

En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



**De acuerdo con el
contexto empresarial**

Un programa de:



El progreso
es de todos

Mincomercio



En convenio con:

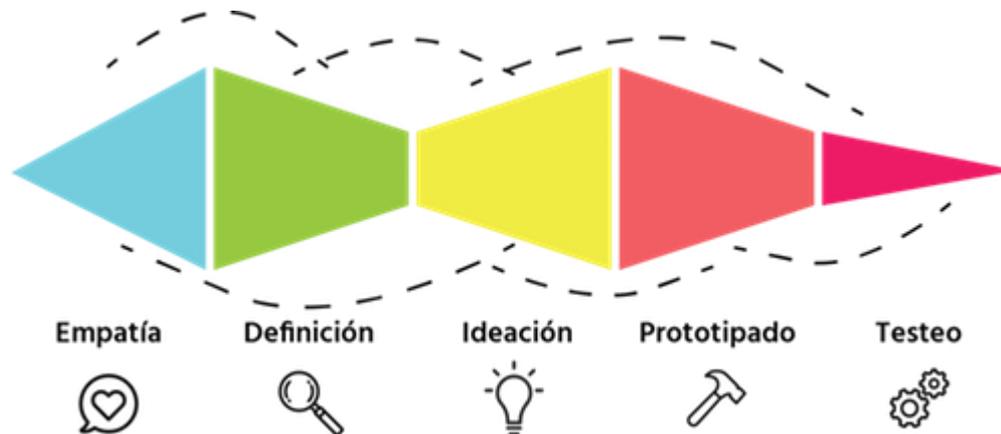
**CÁMARAS
DE COMERCIO**

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



METODOLOGÍAS



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

METODOLOGÍAS



Un programa de:



El progreso
es de todos

Mincomercio



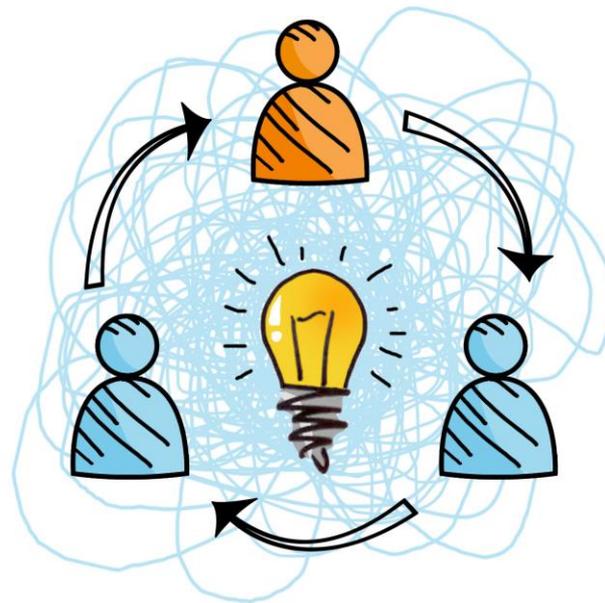
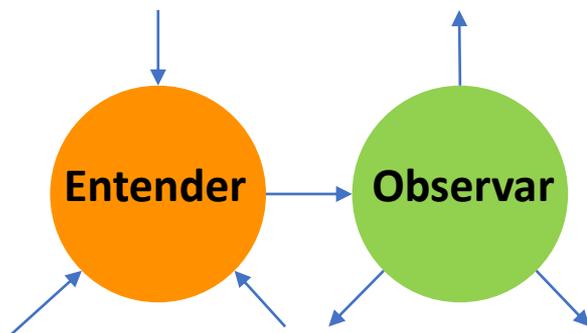
En convenio con:

**CÁMARAS
DE COMERCIO**

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

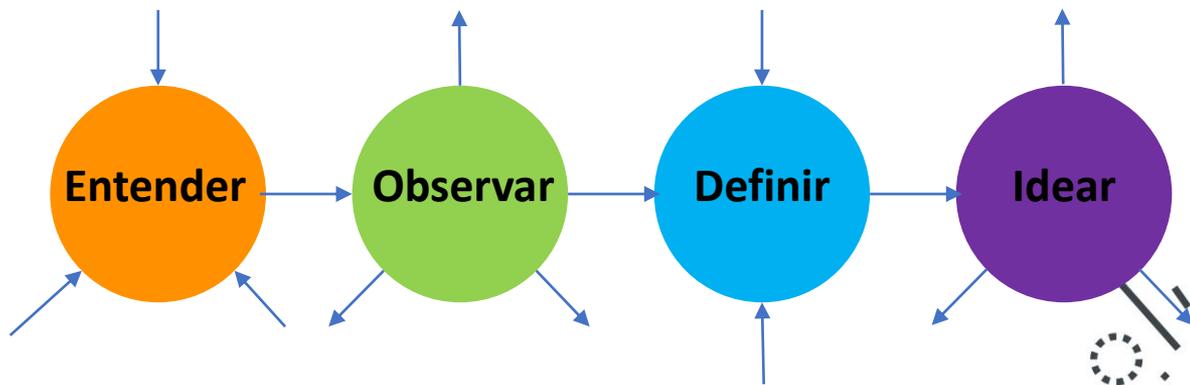
EMPATIZA



EMPATIZA

DEFINE

IDEA



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO

En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

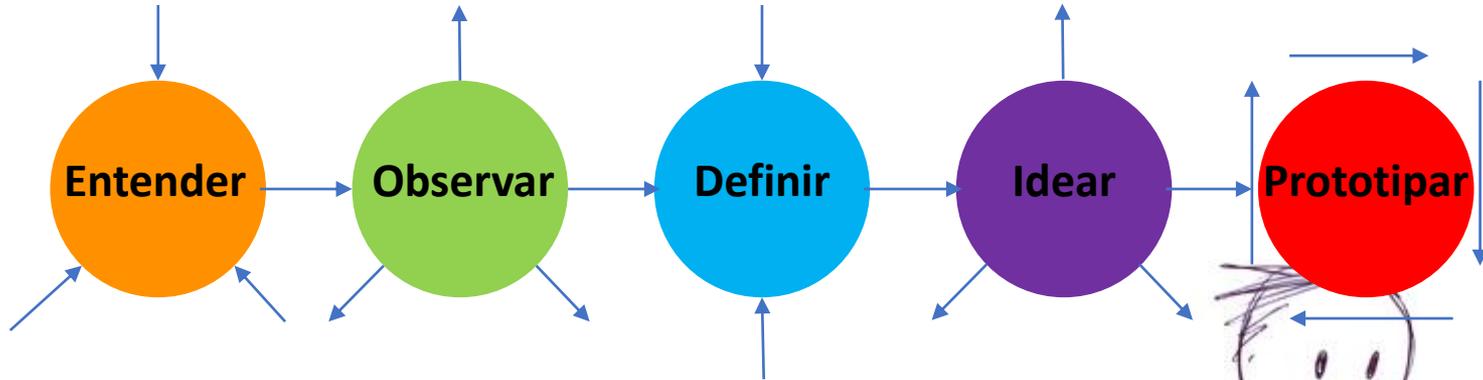
- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

EMPATIZA

DEFINE

IDEA

PROTOTIPA



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

METODOLOGÍAS

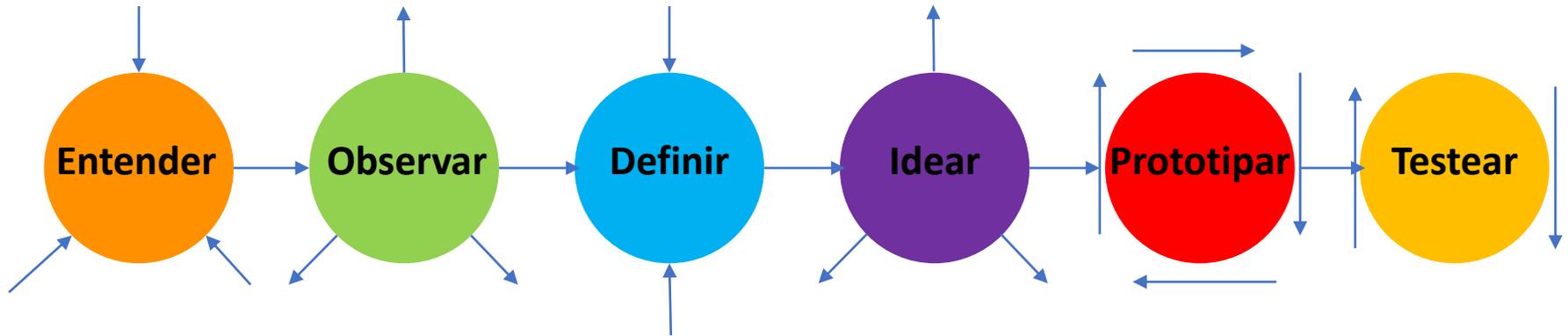
EMPATIZA

DEFINE

IDEA

PROTOTIPA

TESTEA



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio

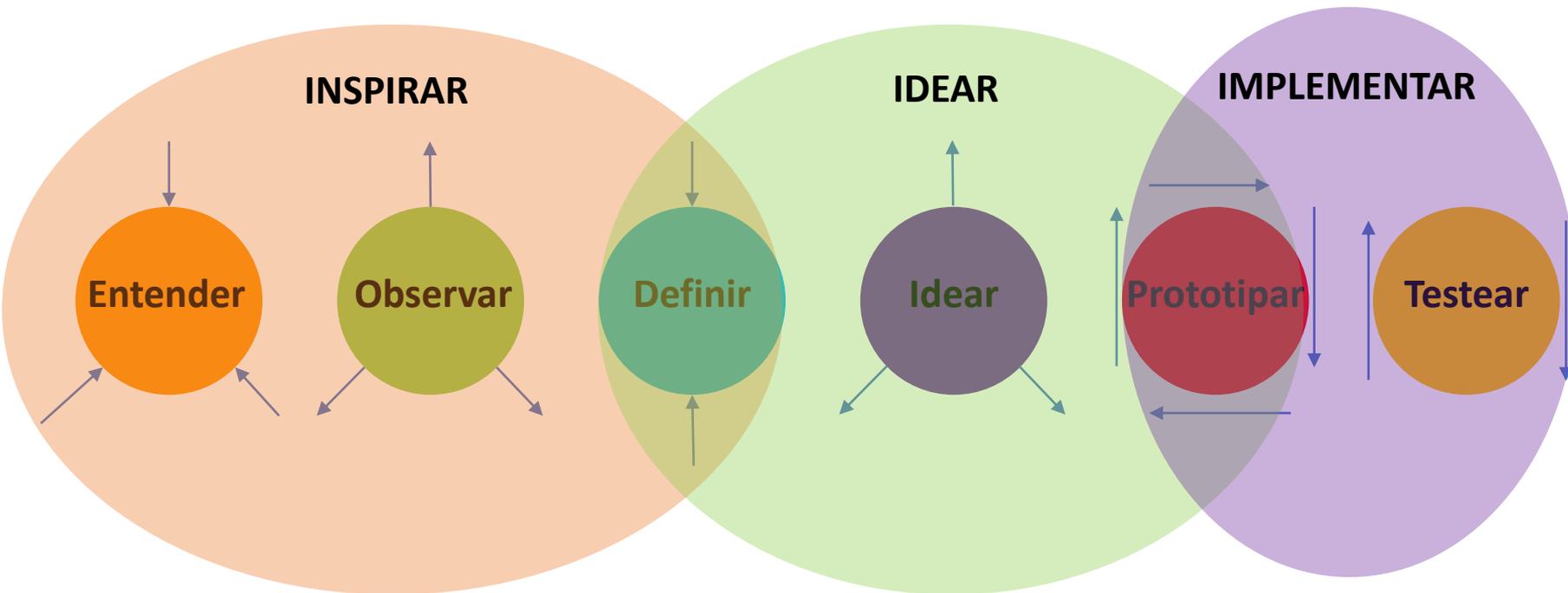


En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC



DEFINIR ESTRATEGIA DE MERCADEO

Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

METODOLOGÍAS

MEDICIÓN
Indicador 1

INSPIRAR

IDEAR

IMPLEMENTAR

Entender

Observar

Definir

Idear

Prototipar

Testear

COMERCIALIZAR

MEDICIÓN
Indicador 2

DEFINIR ESTRATEGIA DE MERCADEO



Un programa de:

El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:
• SENA
• BANCÓLDEX
• MINVIENDA
• MINTIC

Comentarios





CASO DE ÉXITO



Fábricas de Productividad

CASO DE ÉXITO

Medidor de Humedad Portatil DH-200



Un programa de:



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

CASO DE ÉXITO



Adquisición de clientes potenciales entre ciclos de validación del producto o servicio

40

Clientes potenciales



70

Clientes potenciales

↑ **75%**

Clientes potenciales



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

CASO DE ÉXITO



Adquisición de clientes por oferta innovadora

72

Clientes actuales



96

Clientes actuales

↑ 33%

Clientes potenciales



Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

CASO DE ÉXITO

3.	Inversión.	Valor invertido en I+D+i por periodo/Valor total ventas nuevos productos	Porcentaje	$\frac{1.152.000}{25.585.000} = \%4.503$	%4.9	16,95%	---	276,4%	Se realizó la inversión en la compra de unos nuevos elementos Bluetooth para el tipo de maquina DH200
4.	Ventas Nuevos Productos o Servicios - NP- NS.	Valor total ventas nuevos productos / Total de ventas.	Porcentaje	0%	8%	0%	---	0%	El aplicativo en el momento se da de manera gratuita por lo que no es un nuevo producto, pero se espera en el futuro ofrecer una capa paga con mas funcionalidades
5.	Ingresos por nuevos clientes por oferta innovadora (NC).	Inversión en valor moneda realizada para nuevas estrategias de mercado / Número de clientes nuevos	Pesos por cada cliente nuevo	$\frac{4.000.000}{15} = 266.667$	245.334	181.818	---	-32%	Se realizó la nueva inversion en la asistencia a 2 ferias para mostrar la maquina y el nuevo prototipo de la aplicación desarrollada en este proyecto

Un programa de:



El progreso es de todos

Mincomercio



En convenio con:

CÁMARAS DE COMERCIO

Apoya:

- SENA
- BANCÓLDEX
- MINVIENDA
- MINTIC

1. Usar un método de ideación y desarrollo de acuerdo con el contexto organizacional.

2. Definir las restricciones de la intervención

- Tiempo de intervención
- Costo
- Recursos habilitantes
- Tiempo de comercialización

3. Definir trabajo conjunto con el empresario.

GRACIAS

Andrés Camilo Rojas Pardo



Conveniofp@colombiaproductiva.com

17 DE MARZO	Sostenibilidad ambiental.
19 DE MARZO	Gestión comercial.
24 DE MARZO	Logística.
26 DE MARZO	Productividad operacional.
30 DE MARZO	Productividad laboral.
1 DE ABRIL	Gestión de calidad.
6 DE ABRIL	Herramientas Fábricas de Productividad

Hora:
8:00 a.m. a 11:00 a.m.

Inscribase en:
bit.ly/formulario-inscripciones

Conéctese a través de:
www.colombiaproductiva.com/streaming

**“Somos su aliado para producir más,
con mejor calidad y mayor valor agregado”.**



El progreso
es de todos

Mincomercio