



SENA INNOVA

Productividad para las empresas



PASO 11

SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

¿QUÉ ES ?

La propuesta de sostenibilidad es "la manera en que la empresa garantizará que los impactos del proyecto perduren con posterioridad a la duración del mismo" En este se deben consignar los planes, estrategias y tácticas que permitan dar continuidad a las acciones y que éstas no afecten la capacidad de desarrollo futuro a nivel de cada una de las siguientes dimensiones: **Operacional, comercial, mercadeo, organizacional, estratégico y ambiental** . Si bien cada proyecto es diferente y la importancia de las dimensiones va depender de ello, es recomendable tener en cuenta cada una de las anteriores. Además esto debe estar acompañado de la estructura de costos que permita identificar los componentes necesarios de cada una de estas dimensiones.

DIMENSIÓN		PROPUESTA DE SOSTENIBILIDAD					ESTRUCTURA DE COSTOS
OPERACIONAL: La sostenibilidad operacional le permite a la compañía usar capacidades únicas, funcionar eficientemente, adaptarse rápidamente y construir márgenes líderes en el mercado.	TÁCTICA	Crowdsourcing:	Fabricación flexible:	Propiedad intelectual:	Producción Lean:	Localización	Arrendamientos de equipos, Costo Personal técnico especializado, Servicios tecnológicos, Inversión de planta y/o adecuación, gastos de patentamiento.
	DESCRIPCIÓN	Subcontrata trabajos repetitivos o desafiantes a un gran grupo de personas semi-organizadas.	Utilice un sistema de producción que pueda reaccionar rápidamente a los cambios y aún así operar de manera eficiente	Use un proceso patentado para comercializar ideas de manera que otros no puedan copiar	Reduzca el desperdicio y el costo en su proceso de fabricación y otras operaciones.	Adapte una oferta, proceso o experiencia para apuntar a una cultura o región específica.	
COMERCIAL: La sostenibilidad comercial encuentran una nueva forma de convertir las ofertas de una empresa y otras fuentes de valor en efectivo.	TÁCTICA	Soportado en anuncios. (Ad- supported)	Subasta (Action)	Precios agrupados (Bundle Pricing)	Liderazgo de costos (Cost leadership)	Precios desglosados (Disaggregated Pricing)	Comisión por ventas -Diseño y actualización de página web - Participación en ferias
	DESCRIPCIÓN	Proporcionar contenido o servicios de forma gratuita a través de anuncios de publicidad.	Permite que el mercado y usuarios fijen el precio del bien o servicio.	Venda en una sola transacción dos o más artículos que podrían venderse como oferta individual.	Mantenga bajo los costos variables y venda grandes volúmenes a precios bajos.	Permita que los clientes compren exactamente lo que quieren	

DIMENSIÓN		PROPUESTA DE SOSTENIBILIDAD					ESTRUCTURA DE COSTOS
MERCADEO: todas las formas en que conecta las ofertas de su empresa con sus clientes y usuarios.	TÁCTICA	Contexto específico	Venta cruzada	Diversificación	Centro de experiencia	Tienda principal	Marketing y publicidad, medios digitales, adecuación de infraestructura, personal técnico especializado
	DESCRIPCIÓN	Ofrezca acceso oportuno a ofertas que sean apropiadas para una ubicación, ocasión o situación específica.	Ofrezca productos, servicios o información adicionales atractivos que mejorarán la experiencia en situaciones en las que es probable que los clientes quieran comprarlos.	Agregue y expanda en canales nuevos o diferentes.	Cree un espacio que aliente a sus clientes a interactuar con sus ofertas, pero cómprelos a través de un canal diferente (y a menudo de menor costo).	Cree un punto de venta minorista para exhibir los atributos de marca y producto por excelencia.	
ORGANIZACIONAL: La sostenibilidad organizacional se centran en organizar los activos de la empresa (duros, humanos o intangibles) de formas únicas que crean valor.	TÁCTICA	Estructura Estandarización de activos	Centro de competencia	Universidad corporativa	Gestión descentralizada	Sistemas de incentivos	Costo personal técnico especializado, Personal de planta, gastos de administración
	DESCRIPCIÓN	Reduzca los costos operativos y aumente la conectividad y la modularidad al estandarizar sus activos.	Agrupe recursos, prácticas y experiencia en centros que apoyan funciones en toda la organización para aumentar la eficiencia y la efectividad.	Brinde capacitación específica para el trabajo o la empresa para los gerentes.	Devuelva el gobierno de toma de decisiones más cerca de las personas o las interfaces comerciales.	Ofrezca recompensas (financieras o no financieras) para motivar un curso de acción en particular.	

DIMENSIÓN		PROPUESTA DE SOSTENIBILIDAD					ESTRUCTURA DE COSTOS
ESTRATEGICO: La sostenibilidad se trata de aprovechar los procesos, tecnologías, ofertas, canales y marcas de otras compañías, prácticamente todos y cada uno de los componentes de un negocio.	TÁCTICA	Alianzas	Colaboración	Asociación complementaria	Consolidación	Cooperación	Costo personal técnico especializado, Personal de planta, gastos de administración
	DESCRIPCIÓN	Comparta riesgos e ingresos para mejorar conjuntamente la ventaja competitiva individual.	Asociarse con otros para beneficio mutuo	Aproveche los activos compartiéndolos con compañías que sirven a mercados similares pero que ofrecen diferentes productos y servicios.	Adquirir múltiples empresas en el mismo mercado o mercados complementarios	Unir fuerzas con alguien que normalmente sería su competidor para lograr un objetivo común	
AMBIENTAL : La sostenibilidad ambiental significa la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas que determinen su funcionamiento de forma armónica a lo largo del tiempo y del espacio, para satisfacer las necesidades de la actual generación, sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones.	TÁCTICA	Sensibilidad ambiental	Ecoeficiencia	Conservación	Bioeconomía		Asistencia técnica especializada y estudios ambientales, certificaciones
	DESCRIPCIÓN	Cree ofertas que no causen daño, o relativamente menos daño, al medio ambiente.	Ayuda a las organizaciones que obtengan más valor, con un menor consumo de materiales y energía y con una reducción en las emisiones.	Diseñe su producto para que los usuarios finales puedan reducir el uso de energía o materiales.	una economía basada en el consumo y la producción de bienes y servicios derivados del uso directo y la transformación sostenibles de recursos biológicos, incluyendo los desechos de biomasa generados en los procesos de transformación, producción y consumo.		

OPERACIONAL		
La sostenibilidad operacional le permite a la compañía usar capacidades únicas, funcionar eficientemente, adaptarse rápidamente y construir márgenes líderes en el mercado.		
Táctica	Descripción	ESTRUCTURA DE COSTOS
Crowdsourcing:	Subcontrata trabajos repetitivos o desafiantes a un gran grupo de personas semi-organizadas.	Arrendamientos de equipos , Costo Personal técnico especializado, Servicios tecnológicos, Inversión de planta y/o adecuación , gastos de patentamiento.
Fabricación flexible:	Utilice un sistema de producción que pueda reaccionar rápidamente a los cambios y aún así operar de manera eficiente	
Propiedad intelectual:	Use un proceso patentado para comercializar ideas de manera que otros no puedan copiar	
Producción Lean:	Reduzca el desperdicio y el costo en su proceso de fabricación y otras operaciones.	
Localización	Adapte una oferta, proceso o experiencia para apuntar a una cultura o región específica.	
Sistemas logísticos	Administre el flujo de bienes, información y otros recursos entre el punto de origen y el punto de uso.	
Producción bajo demanda	Produzca artículos después de que se haya recibido un pedido para evitar los costos de inventario.	
Analítica predictiva	Modele datos de desempeño pasados y prediga resultados futuros para diseñar y ofertar precios en consecuencia.	
Automatización de procesos	Aplique herramientas e infraestructura para administrar actividades rutinarias con el fin de liberar a los empleados para otras tareas.	
Eficiencia del proceso	Cree o produzca más mientras usa menos en términos de materiales, consumo de energía o tiempo.	
Estandarización de Procesos	Use productos, procedimientos y políticas comunes para reducir la complejidad, los costos y los errores.	

COMERCIAL		
La sostenibilidad comercial encuentran una nueva forma de convertir las ofertas de una empresa y otras fuentes de valor en efectivo.		
TÁCTICA	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA DE COSTOS
Soportado en anuncios. (Ad-supported)	Proporcionar contenido o servicios de forma gratuita a través de anuncios de publicidad.	Comisión por ventas - Diseño y actualización de página web -Participación en ferias
Subasta (Action)	Permite que el mercado y usuarios fijen el precio del bien o servicio.	
Precios agrupados (Bundle Pricing)	Venda en una sola transacción dos o más artículos que podrían venderse como oferta individual.	
Liderazgo de costos (Cost leadership)	Mantenga bajo los costos variables y venda grandes volúmenes a precios bajos.	
Precios desglosados (Disaggregated Pricing)	Permita que los clientes compren exactamente lo que quieren	
Financiación (Financing)	Capture ingresos de planes de pago estructurados e intereses postventa	
Precios flexibles (Flexible Pricing)	Varíe los precios de una oferta según la demanda	
Fremium	Ofrezca servicios básicos gratis mientras cobra una prima por funciones avanzadas o especiales	
Licencia	Otorgue permiso a un grupo o individuo para usar su oferta de una manera definida a un precio específico.	
Afiliación (Membership)	Cobrar un pago basado en el tiempo para permitir el accesos a ofertas o servicios que los no miembros no tienen	
Premium	Precio a un margen más alto que la competencia para un producto o servicio superior	

MERCADEO		
La sostenibilidad de la dimensión de mercadeo implica todas las formas en que conecta las ofertas de su empresa con sus clientes y usuarios.		
TÁCTICA	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA DE COSTOS
Contexto específico	Ofrezca acceso oportuno a ofertas que sean apropiadas para una ubicación, ocasión o situación específica.	Marketing y publicidad, medios digitales , adecuación de infraestructura, personal técnico especializado
Venta cruzada	Ofrezca productos, servicios o información adicionales atractivos que mejorarán la experiencia en situaciones en las que es probable que los clientes quieran comprarlos.	
Diversificación	Agregue y expanda en canales nuevos o diferentes.	
Centro de experiencia	Cree un espacio que aliente a sus clientes a interactuar con sus ofertas, pero cómprelos a través de un canal diferente (y a menudo de menor costo).	
Tienda principal	Cree un punto de venta minorista para exhibir los atributos de marca y producto por excelencia.	
Generado por el usuario	Pon a tus usuarios a trabajar en la creación y conservación del contenido que impulsa tus ofertas.	
Estilo	Impartir un estilo, moda o imagen notable para crear un producto que los clientes codician.	
Apalancamiento de marca	Permita que otros usen su marca para prestarles su credibilidad y extender el alcance de su empresa.	
Directo	Omíta los canales minoristas tradicionales y conéctese directamente con los clientes.	
Canales no tradicionales	Emplee vías novedosas y relevantes para llegar y atender a los clientes.	
Alineación de valores	Haga que su marca represente una gran idea o un conjunto de valores y expréselos consistentemente en todos los aspectos de su empresa.	

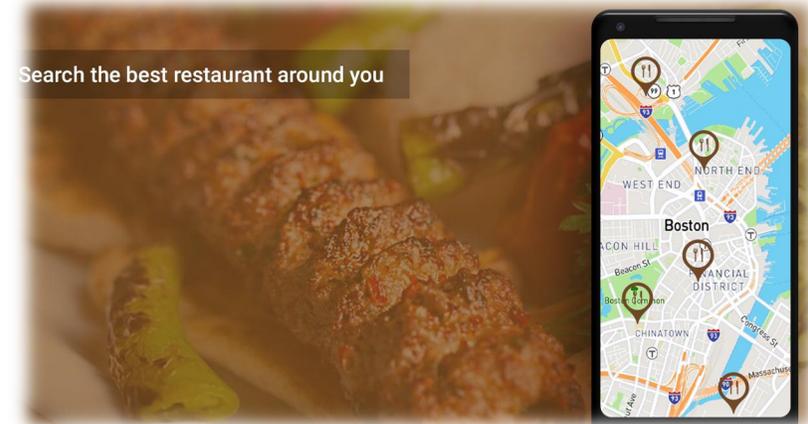
ORGANIZACIONAL		
La sostenibilidad organizacional se centran en organizar los activos de la empresa (duros, humanos o intangibles) de formas únicas que crean valor.		
TÁCTICA	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA DE COSTOS
Estructura Estandarización de activos	Reduzca los costos operativos y aumente la conectividad y la modularidad al estandarizar sus activos.	Costo personal técnico especializado, Personal de planta, gastos de administración
Centro de competencia	Agrupe recursos, prácticas y experiencia en centros que apoyan funciones en toda la organización para aumentar la eficiencia y la efectividad.	
Universidad corporativa	Brinde capacitación específica para el trabajo o la empresa para los gerentes.	
Gestión descentralizada	Devuelva el gobierno de toma de decisiones más cerca de las personas o las interfaces comerciales.	
Sistemas de incentivos	Ofrezca recompensas (financieras o no financieras) para motivar un curso de acción en particular.	
Diseño organizacional	Haga que la forma siga la función y alinee la infraestructura con las cualidades centrales y los procesos comerciales	
Outsourcing	Asigne a un proveedor la responsabilidad de desarrollar o mantener un sistema.	
Integración de TI	Integrar recursos tecnológicos y aplicaciones.	
Conocimiento administrativo	Comparta información relevante internamente para reducir la redundancia y mejorar el desempeño laboral.	

ESTRATÉGICO		
La sostenibilidad se trata de aprovechar los procesos, tecnologías, ofertas, canales y marcas de otras compañías, prácticamente todos y cada uno de los componentes de un negocio.		
TÁCTICA	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA DE COSTOS
Alianzas	Comparta riesgos e ingresos para mejorar conjuntamente la ventaja competitiva individual.	Costo personal técnico especializado, Personal de planta, gastos de administración
Colaboración	Asociarse con otros para beneficio mutuo	
Asociación complementaria	Aproveche los activos compartiéndolos con compañías que sirven a mercados similares pero que ofrecen diferentes productos y servicios.	
Consolidación	Adquirir múltiples empresas en el mismo mercado o mercados complementarios	
Cooperación	Unir fuerzas con alguien que normalmente sería su competidor para lograr un objetivo común	
Franquiciamiento	Licencia de principios comerciales, procesos y marca para socios pagadores.	
Fusión / Adquisición	Combine dos o más entidades para obtener acceso a capacidades y activos.	
Diseño estratégico	Emplee un enfoque decidido que se manifieste de manera consistente en las ofertas, marcas y experiencias.	
Innovación abierta	Obtenga acceso a procesos o patentes de otras compañías para aprovechar, ampliar y desarrollar su experiencia, y / o hacer lo mismo con IP y procesos internos.	
Integración de la cadena de suministro	Coordinar e integrar información y / o procesos a través de una empresa o diferentes partes de la cadena de valor.	

AMBIENTAL		
<p>La sostenibilidad ambiental significa la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas que determinen su funcionamiento de forma armónica a lo largo del tiempo y del espacio, para satisfacer las necesidades de la actual generación, sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones.</p>		
TÁCTICA	DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA DE COSTOS
Sensibilidad ambiental	Cree ofertas que no causen daño, o relativamente menos daño, al medio ambiente.	Asistencia técnica especializada y estudios ambientales, certificaciones
Conservación	Diseñe su producto para que los usuarios finales puedan reducir el uso de energía o materiales.	
Ecoeficiencia	Ayuda a las organizaciones que obtengan más valor, con un menor consumo de materiales y energía y con una reducción en las emisiones.	
Bioeconomía	una economía basada en el consumo y la producción de bienes y servicios derivados del uso directo y la transformación sostenibles de recursos biológicos, incluyendo los desechos de biomasa generados en los procesos de transformación, producción y consumo,	

Proyecto: Restaurating

Este proyecto plantea el desarrollo y validación de desempeño de una plataforma tecnológica que consiste en una aplicación web y móvil que integra la oferta gastronómica de las ciudades, apropiando tecnologías Device to Device tales como Bluetooth LE Beacon. Esta solución permite presentar de forma dinámica la oferta de acuerdo a sus preferencias, en la medida en que el usuario se aproxime al lugar de interés. Asimismo, permite a los restaurantes tener conocimiento profundo de los segmentos de clientes en el mercado a través del análisis de BigData para adaptar su propuesta de valor de acuerdo a las calificaciones individuales por producto de los usuarios.



DIMENSIÓN	PROPUESTA DE SOSTENIBILIDAD				ESTRUCTURA DE COSTOS	
OPERACIONAL	TÁCTICA	Análítica predictiva	Localización	Estandarización de Procesos	Adquisición de equipos, Costo Personal técnico especializado, Servicios tecnológicos,	
	DESCRIPCIÓN	Big Data para la toma de decisiones	Adaptar la oferta según la región y cultura específica	Estandarizar los procesos		
COMERCIAL	TÁCTICA	Soportado en anuncios. (Ad-supported)	Fremium	Precios flexibles (Flexible Pricing)	Comisión por ventas - Diseño y actualización de página web -Participación en ferias	
	DESCRIPCIÓN	Promocionar contenido de restaurantes nuevos que deseen posicionarse en el mercado	Toda la información de la oferta gastronomica será gratuita pero si desea reservar o interactuar directamente tendrá un costo adicional	Los precios varían según la demanda del mercado.		
MERCADEO	TÁCTICA	Contexto específico	Alineación de valores	Venta cruzada	costos de marketing y publicidad, medios digitales , adecuación de infraestructura, personal técnico especializado	
	DESCRIPCIÓN	Ofrecer acceso a ferias específicas de gastronomía como "Sabor Barranquilla"	Crear una marca social de Apoyo lo nuestro : Promoviendo restaurantes de comida local	Expansión de la oferta mediante la implementación de otros servicios que mejoren la experiencia del usuario		
ORGANIZACIONAL	TÁCTICA	Universidad corporativa	Integración de TI		Costo personal técnico especializado, Personal de planta, gastos de administración	
	DESCRIPCIÓN	Brindar capacitación a los gerentes de los restaurantes en distintos temas tales como: Manejo de personal, rotación de inventarios.	Seguir implementando recursos tecnologicos en todos los procesos.			
ESTRATÉGICO	TÁCTICA	Alianzas	Innovación abierta		Costo personal técnico especializado, Personal de planta, gastos de administración	
	DESCRIPCIÓN	Crear alianzas estrategicas con todos los actores de la oferta gastronomica para compartir riesgos e ingresos y mejorar la ventaja competitiva.	Estar en constante proceso de innovación en cooperación con otras organizaciones para mantener la ventaja competitiva.			
AMBIENTAL	TÁCTICA	Sensibilidad ambiental				Asistencia técnica especializada y certificaciones
	DESCRIPCIÓN	Crear ofertas que no causen daño, o relativamente menos daño, al medio ambiente. Restaurantes más sostenibles				

Para garantizar la **sostenibilidad** del proyecto y continúe generando valor, ingresos y ganancias, se efectuarán las siguientes estrategias a nivel **operacional, comercial, mercadeo, organizacional, estratégico y ambiental.**

- **Operacional:** Se incorporará a la solución un módulo de analítica de datos que permita “clusterizar” la información, es decir, que se puedan identificar segmentos de oferta y consumo que respondan a patrones con características comunes para la **Análítica predictiva**. Además de adaptar la oferta según la cultura específica de cada región (**Localización**)
- **Comercial:** A nivel comercial se incorporará en la solución **Ad supported** para promocionar nuevos restaurantes que deseen posicionarse en el mercado, Además se tendrá la opción de freemium, es decir que toda la oferta gastronómica será gratuita sin embargo algunas herramientas específicas como resevar o interactuar directamente con el restaurante tendrá un costo adicional.
- **Mercadeo:** En cuanto a la dimensión de mercadeo se preferirá acceso a ferias gastronómicas como “Sabor Barranquilla” . Generar **alineación de valores** creando una marca social promoviendo el consumo de comida local generando una cadena de valor meramente local.

BIBLIOGRAFÍA

- **Términos de referencia SenaInnova (2020)**
- **Formulación de proyectos en marco lógico, Consorcio Sinergia FYGP**
- **Keeley, L., Walters, H., Pikkell, R., & C.S, Q. B. C. C. (2013). Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs (1.a ed.). Wiley.**

GRACIAS

fomento2020@colombiaproductiva.com
convocatoriaidt@sena.edu.co

Mesa de ayuda vía WhatsApp o contacto telefónico (+57 311 2013875) horario de lunes a viernes de 8:00 a.m. - 5:00 p.m.