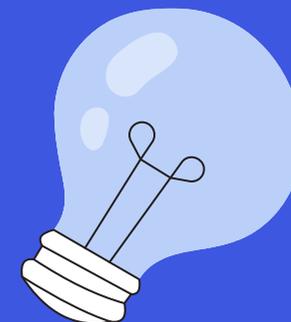
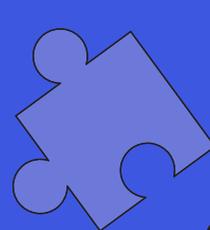


# NETWORKING, MENTORING Y TECHSCOUTING



TRES MODELOS DE INNOVACIÓN  
ABIERTA PARA TU NEGOCIO





La **innovación abierta** consiste en el desarrollo de proyectos en colaboración con organizaciones o profesionales externos. Esta estrategia permite conseguir talento, compartir costes y aumentar la velocidad de desarrollo de los proyectos (Henry Chesbrough, [\*Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology\*](#)).

Existen **diferentes modelos de innovación abierta** con unos objetivos específicos. El *networking*, el *mentoring* y el *techscouting* destacan por tratarse de modelos que abogan por el crecimiento de una empresa a través del establecimiento de relaciones y el intercambio de conocimiento entre diferentes actores.

# NETWORKING

## DEFINICIÓN Y OBJETIVOS

El *networking* es “la suma total de relaciones en las que un emprendedor participa y las cuales le proveen una importante fuente de recursos para sus actividades” (S. Robledo Giraldo, G.A. Osorio Zuluaga y C. López Espinosa, [\*Networking en pequeña empresa: una revisión bibliográfica utilizando la teoría de grafos\*](#)).

Su objetivo es dar apoyo, así como proporcionar las ideas (*feedback* e *insights*) y recursos (información) “necesarios para la realización de tareas, trabajos o proyectos” (Expande, Fundación Chile, EY, [\*Innovación Abierta en Minería. Modelos e Implementación\*](#)).



# NETWORKING



## FORTALEZAS



- ✦ Requiere **pocos recursos** económicos.
- ✦ Beneficia a quienes tienen mucha **capacidad de innovación**.
- ✦ Incluye a **actores de distintos ámbitos**: expertos, empresas, universidades, centros de investigación, etc.
- ✦ Fomenta la **innovación cruzada** y la creación de proyectos, productos, tecnologías o servicios conjuntos.



## RETOS



- ✦ Requiere un **mantenimiento**.
- ✦ Valora la **profundidad de las relaciones** sobre la cantidad.
- ✦ Requiere **preparación e investigación** previa a los eventos.
- ✦ Se basa en la disposición a **intercambiar información y conocimiento**.



# NETWORKING

## PASOS PARA SU IMPLEMENTACIÓN

### EL PROBLEMA

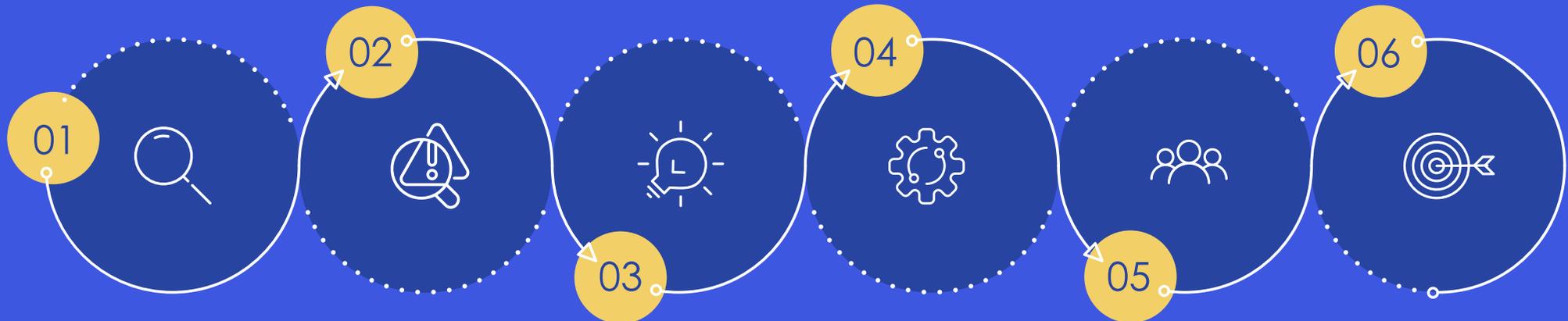
Definir **el problema** que se quiere abordar con las conexiones que se establezcan.

### EL CONTACTO

Hacer un primer **contacto informal** en eventos y foros.

### EL CUIDADO

**Cultivar** la relación haciendo uso habitual de las redes que se han establecido.



### EL OBJETIVO

Definir **para qué** se va a crear una red de networking, en qué área geográfica y en qué parte de la cadena de producción.

### LOS ACTORES

Identificar a **los actores** con los que abordar ese problema: instituciones, organizaciones, empresas o expertos.

### LA COMUNIDAD

**Formalizar la relación** usando herramientas de comunicación, de gestión, o de trabajo en línea para crear una **sensación de comunidad**.

# MENTORING

## DEFINICIÓN Y OBJETIVOS

El *mentoring* consiste en el establecimiento de una relación en la que una persona ayuda profesionalmente a otra fuera de la relación jefe-subordinado. Influye en los conocimientos, la forma de trabajar y/o de pensar de la persona tutorizada.

Su objetivo es ayudar, guiar y aconsejar sobre las complejidades empresariales a través de sesiones de orientación, asesoramiento, intercambio de conocimiento y apoyo emocional. Ayuda a los emprendedores a alcanzar sus objetivos (J. Cranwell-Ward, P. Bossons, S. Gover, [\*What is Mentoring?\*](#)).



# MENTORING

## FORTALEZAS

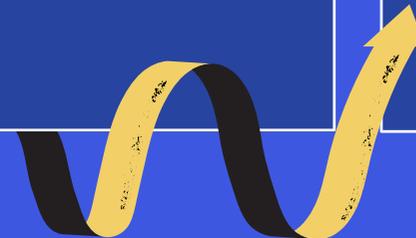


- ✦ Permite **aprender de primera mano** de las experiencias de otros.
- ✦ Ofrece **consejos personalizados**.
- ✦ Aumenta la **red de contactos** de los emprendedores.
- ✦ Reduce las **barreras de acceso** al mercado.

## RETOS



- ✦ Encontrar al **mentor adecuado** puede ser complicado.
- ✦ Se establece una **relación asimétrica**, en la que puede haber un nivel de interés desigual.
- ✦ Es difícil **encontrar el equilibrio** entre un programa de mentoría estructurado y una flexibilidad.



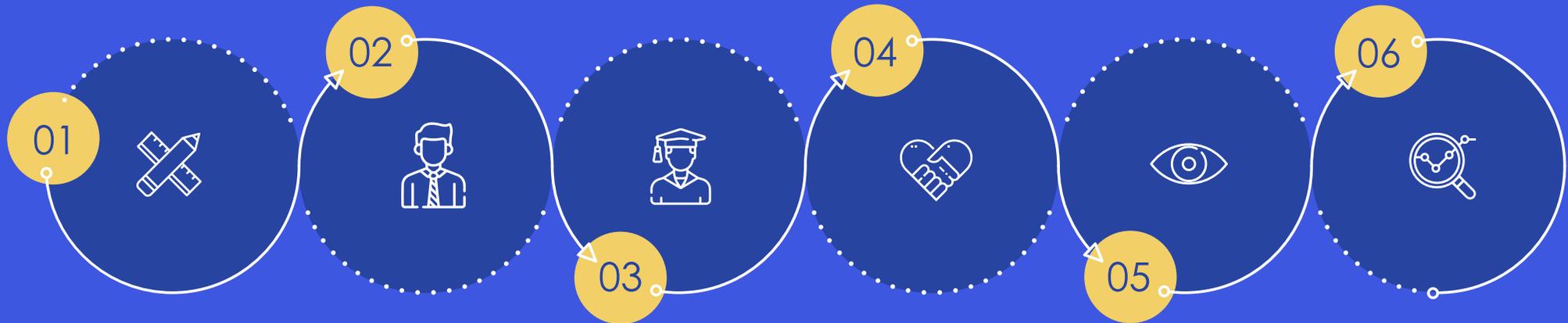
# MENTORING

## PASOS PARA SU IMPLEMENTACIÓN

**LOS MENTORES**  
Crear una base de **mentores interesados** en el programa.

**LA UNIÓN**  
Definir los **grupos de trabajo**: qué mentores guiarán a qué emprendedores.

**LOS RESULTADOS**  
Finalizar la mentoría con un **análisis de los resultados** obtenidos y potenciales áreas de mejora.



**EL DISEÑO**  
Diseñar un programa de mentoría con una **estructura y unos objetivos** determinados.

**LOS ALUMNOS**  
**Atraer participantes** que busquen una mentoría como la propuesta.

**LA MONITORIZACIÓN**  
Hacer un **seguimiento del programa** con puntos de control que garanticen la productividad de los participantes.

# TECHSCOUTING

## DEFINICIÓN Y OBJETIVOS

El techscouting se define como la asignación de parte del personal de una empresa o la contratación de consultores externos para recabar información que facilite la adquisición e implementación de tecnología (René Rohrbeck, [\*Technology Scouting - a case study on the Deutsche Telekom Laboratories\*](#)).

Su objetivo es identificar los avances científicos y tecnológicos que pueden ser útiles para la empresa, así como facilitar o ejecutar el aprovisionamiento de tecnología. La búsqueda de avances puede ser:

- ✦ Dirigida, que consiste en la monitorización tecnológica en campos específicos.
- ✦ No dirigida, que consiste en la exploración tecnológica para buscar oportunidades en ámbitos (tecnológicos) aún no cubiertos por la empresa.



# TECHSCOUTING

## FORTALEZAS



- ✦ Permite impulsar la **innovación interna** con recursos externos.
- ✦ Puede **automatizar** el proceso de búsqueda y hacerlo de forma sistemática.
- ✦ Cuenta con **softwares para analizar y comparar** las diferentes opciones, acelerando la toma de decisiones.

## RETOS



- ✦ Puede ser **lento al integrar** las tecnologías seleccionadas por la organización.
- ✦ Se caracteriza por establecer **relaciones débiles** entre las unidades de negocio y las de techscouting.
- ✦ Es muy **dependiente de la oferta** tecnológica a la hora de definir las áreas de interés.
- ✦ Requiere una **inversión inicial** en personal y equipos técnicos especializados.



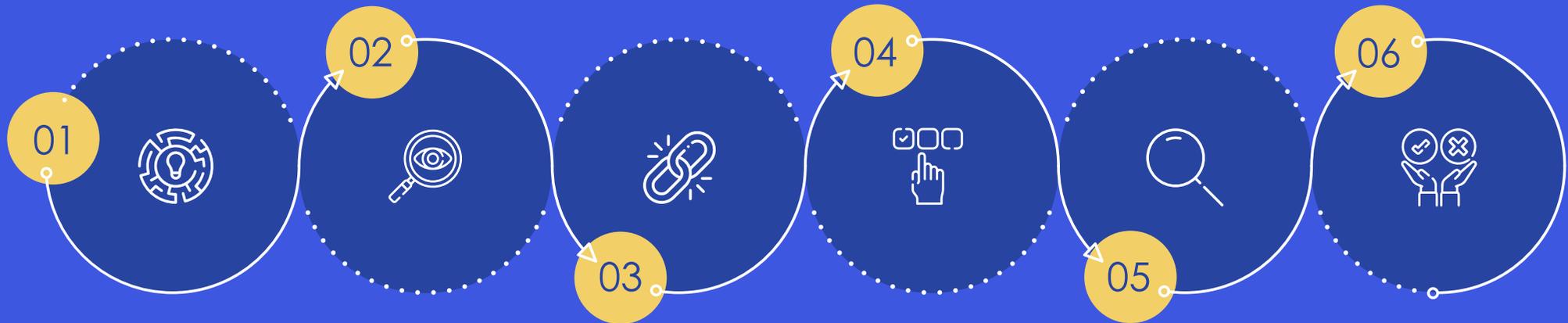
# TECHSCOUTING

## PASOS PARA SU IMPLEMENTACIÓN

**LA INVESTIGACIÓN**  
Identificar las **áreas tecnológicas** que podrían solucionar el reto.

**LA SELECCIÓN**  
**Seleccionar las tecnologías** más relevantes para el reto.

**LA DECISIÓN**  
**Seleccionar** la tecnología en la que la organización va a invertir, en base a su impacto y complejidad de desarrollo.



**EL RETO**  
Definir **los desafíos** de una organización que pueden ser solucionados con tecnología.

**LAS FUENTES**  
Definir las **fuentes de búsqueda** de tecnología: revistas e informes (**formales**) o eventos y redes de networking (**informales**).

**EL ANÁLISIS**  
**Evaluar** las tecnologías en equipos multidisciplinares para determinar su potencial.

# FUENTES

 [Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology - Henry William Chesbrough - Google Libros](#)

 [Technology Scouting \(ssrn.com\)](#)

 [09\\_01\\_19\\_InnovacionAbiertaOk.pdf \(fch.cl\)](#)

 [What is Mentoring? | SpringerLink](#)

 [Networking en pequeña empresa: una revisión bibliográfica utilizando la teoría de grafos - hdl:11349/21554 \(udistrital.edu.co\)](#)

 [Redes sociales y networking: Guía de supervivencia profesional para mejorar ... - Filipe Santos Mariño Carrera - Google Libros](#)

