

Curando contenidos sobre Innovación de Mayo-Junio de 2013



El Boletín eMOTools Nº23 incluye, como en todos números, un resumen de los nuevos contenidos que se han publicado en la web en los últimos dos meses de Mayo y Junio. Se trata de una esmerada selección de artículos sobre innovación que ha producido nuestro equipo o que ha elegido y reseñado de otras publicaciones.

Los contenidos resumidos en este recopilatorio se clasifican por cada uno de los **12 microsites temáticos** en que se divide nuestro portal-web, a los que puedes acceder directamente pulsando sobre los títulos. Los criterios que seguimos a la hora de *curarlos* son que sean materiales de actualidad, de valor práctico para personas que están en la gestión de organizaciones y que tengan muy buena calidad. Aquí ponemos en tus manos más de 30 artículos, así que disfrútalos:

SOCIAL BUSINESS STRATEGISTS

[Peter Weill y Stephanie L. Woerner: “Optimizando tu modelo de negocio digital”. MIT Sloan Management Review](#)

Revisa los pilares clave que conforman el “modelo de negocio digital” de una empresa, o sea, cómo la empresa interactúa digitalmente con sus clientes para generar valor.

[Julio Alonso: “Branded Content \(o contenido vinculado a marcas\)”. Blog Merodeando](#)

Alonso aporta argumentos sensatos sobre errores y engaños que se comenten en el Branded Content, pero omite razones de fondo que hacen de esta práctica un híbrido bastante cuestionado, y con razón.

[Amalio Rey: “Branded Content y Sentido Común”. Blog](#)

Según el autor, todo lo que sea eludir la obligación de separar claramente el contenido editorial, el orgánico, del comprado por el anunciante o la marca, es un ejercicio que contribuye a la manipulación. Esta entrada hace contrapunto al post anterior de Julio Alonso.

[Inma Ferragud: “Asentando el ROI en social media: la venta no es el objetivo”. Mis Apis por tus Cookies](#)

Crear que el objetivo de los medios sociales es la venta es, según Ferragud, como pensar que un periódico tiene como único fin la publicidad.

[José Manuel Rodríguez: “Los tuits promocionales: un fenómeno -ilegal- que amenaza la credibilidad de Twitter”. Teknautas](#)

El artículo comenta el anuncio del periodista Axel Torres de empezar a incluir publicidad en algunos de sus tuits sin indicar explícitamente cuando lo es. Analiza las implicaciones éticas y legales que puede significar esta práctica.

HIBRIDACIÓN

[Andy Zynga: “El sesgo cognitivo que nos aleja de la innovación”. HBR Blog.](#)

Estrategias de Innovación Abierta basadas en la Hibridación ayudan a romper el sesgo cognitivo de la “fijación funcional”, que impide ver usos alternativos a un producto o tecnología más allá de su función original.

[E eCommerceNews: “eBay instala tiendas virtuales en escaparates de las avenidas más comerciales de Nueva York”.](#)

Entradilla: eBay explora un nuevo modelo para “hibridar” la compra online con la minorista en tiendas, a través de una pantalla táctil que se insertará en los escaparates de las tiendas, y desde las que los usuarios podrán realizar compras online.

[Amalio Rey: “Hackeando HibriturSelva con buenas noticias”. Blog.](#)

Describe 4 hitos importantes dentro del proyecto HibriturSelva para el desarrollo de un *Ecosistema de Innovación Abierta para el Turismo* en la comarca de la Selva, centrado en lógicas de hibridación para potenciar relaciones de colaboración que valoricen al territorio.

[Joshua Ribera: “Una marca de cerveza que evoca al teatro”. FastCompany](#)

Entradilla: Duncan Barton es un ex actor que dejó el teatro para elaborar su propia cerveza, y quiso transmitir de alguna manera su pasado a la imagen y el arte de la cerveza.

[eMOTools: “Descárgate Informe 20+20 Economía de la Hibridación en su versión final”](#)

Ya está disponible en PDF la versión final del informe 20+20 Economía de la Hibridación que estudia prácticas hibridadoras a partir de 20 empresas españolas.

COLABORACIÓN E INTELIGENCIA COLECTIVA

[Amalio Rey: “Hackeando el código-fuente de la colaboración” \(2/2\). eMOTools](#)

Esta 2da parte del artículo añade, en la ecuación que optimiza la colaboración, otras variables relevantes además de la diversidad+afinidad como la reciprocidad, la empatía, la paciencia, la simplicidad y la confianza.

[Nati Grund - "Compartir versus Poseer: Consumo colaborativo". eMOTools](#)

Análisis del consumo colaborativo, una alternativa al excesivo consumismo y a la necesidad de "poseer" objetos. También analiza las trabas a las que se enfrenta esta tendencia, y cita varios ejemplos de plataformas que ofrecen estos servicios.

[Doménico Di Siena: “I+D en Prácticas Colaborativas: del prototipado a un modelo sostenible”. Urbano Humano blog](#)

El autor se pregunta cómo hacer sostenibles económicamente las prácticas colaborativas emergentes que hasta ahora se mueven sólo como prototipos y en una clara precariedad.

[Enrique Dans: “La colaboración no es una tecnología, es un comportamiento”. Blog de Enrique Dans.](#)

Por muy bueno que sea el despliegue tecnológico, si no existe un sustrato cultural en la empresa que acoja la colaboración como un proceso natural y necesario, es bastante difícil que se consigan los objetivos previstos por la inversión.

I-SKILLS: HABILIDADES PARA INNOVAR

Heidi Grant Halvorson: “Celebra los errores que no se cometen”. HBR blog

El argumento del artículo es demoledor: cuando una persona comete un gran error, costoso y vergonzoso, atrae un montón de atención; pero no ocurre lo mismo con aquellos que se encargan de que las cosas salgan como se supone que deben.

Genis Roca: “¿Exploras o explotas?”. Blog

Genis arquetipa dos tipos de perfiles de directivo/as que aportan un gran valor a los procesos de gestión en las organizaciones innovadoras y que se necesitan mutuamente por ser complementarios.

José Mendiola: “El hombre al que Google retuvo con una oferta de 100 millones”. Teknautas

Lo que hace especial a Neal Mohan son habilidades que no parecen tan singulares, ni tan extraordinarias, pero que gestionadas con talento pueden marcar la diferencia.

Gerard Tellis, Jaideep Prabhu y Rajesh Chandy: “¿Cuánto de innovadora es la cultura de tu empresa?”. MIT Sloan Management Review

El artículo propone un Modelo de Evaluación (y medición) de la Cultura Empresarial Innovadora, formado por 6 bloques, 18 factores y 54 elementos de medición, que ha sido testado ya con éxito en un número elevado de empresas.

Mario Morales y Angélica León: “Adiós a los Mitos de la Innovación”. Innovare

Un libro que aleja la innovación de creencias que le han dado un status inalcanzable, casi mitológico. 100% enfocado en la realidad latinoamericana, está cargado de ejemplos y consejos prácticos de utilidad para implementar la innovación en las organizaciones.

DESIGN THINKING

Susan Lee y Tony Driscoll: “¿Cómo el Design Thinking puede ayudar a salvar los cines?”. Fast Company.

Una reflexión sobre la crisis de taquilla de los cines, y las posibles soluciones si se adopta una mirada inspirada en el Design Thinking que se centre en lo que realmente buscan los usuarios cuando deciden ir al cine.

Stickdorn & Frischhut (Eds.): “Diseño de Servicios y Turismo: Estudio de casos de investigación aplicada en Turismo usando Etnografía móvil”. MCI Management Center.

La “Etnografía móvil” aprovecha la expansión en el uso de teléfonos móviles, y la aparición de nuevas aplicaciones, para obtener datos-centrados-en-el-usuario con independencia del momento y el lugar en que éste se encuentra, lo que facilita su participación en proyectos de Diseño de Servicios.

VIGILANCIA 2.0 Y CONTENT CURATORS

Inés Skotnicka: "Mi Toolkit básico para reducir la infoxicación (2da parte)". eMOTools.

La 1ra parte del artículo trató sobre las herramientas para la búsqueda de información. Esta 2da entrega continúa la serie para reducir la sobrecarga informativa, con aplicaciones para el análisis, almacenamiento y visualización de datos.

StrateBi: "Nuevas Tendencias en Business Intelligence: Del Big Data al Social Intelligence"

Un informe-resumen sobre tendencias dominantes en el Business Intelligence, basado en publicaciones de Forrester y Gartner, y un especial énfasis en Real Time BI, Big Data, Mobile BI e integración del Social Media en los procesos de analíticas informacionales.

[Ana Canhoto: "Social media as a source of competitive intelligence". Blog](#)

La autora defiende el valor que aportan las aplicaciones sociales (LinkedIn, Triplt, Foursquare o geo-tagged posts), y la medición de los comportamientos en redes sociales de clientes, competidores y proveedores, para el diseño de estrategias competitivas eficaces.

[Pierre Tran: "Comparison of Curation Platforms". SocialCompare](#)

Fantástica recopilación de herramientas de curación de contenidos, con su correspondiente ranking en función de las fuentes de información usadas, funcionalidades y facilidad del uso.

GESTIÓN DEL CAMBIO 2.0

[Sangeet Paul Choudary: "Pensamiento de Plataforma: 4 formas de aprovechar el poder de las redes para tu negocio". TNW](#)

Choudary, un experto en "*Platform Thinking*", nos cuenta 4 vías que ayudan a sacar más provecho del efecto de las redes repensando los modelos de negocio, el trabajo, el marketing y la gestión de recursos humanos.

[Rob Cross et al: "La organización colaborativa: Cómo hacer que las redes de empleados funcionen de verdad". MIT Sloan Management Review](#)

La aplicación de técnicas de "Análisis de Redes" ayuda a evaluar la salud de la colaboración dentro de las organizaciones. Por ejemplo, las conexiones que existen entre áreas funcionales, ubicaciones físicas y especializaciones técnicas.

[Carlos Magro: "¿Quién teme a la empresa social? Siete años después de la empresa 2.0 de McAfee". Blog Co.labora.red](#)

A pesar de las evidencias, muchas organizaciones continúan dudando a la hora de impulsar la Empresa 2.0 debido a los desafíos y las tensiones que esta nueva forma "social" de trabajar puede provocar internamente.

GESTIÓN E INNOVACIÓN CULTURAL

[Nina Simon: "Memo from the Revolution, Six things I've Learned from our institutional transformation"](#)

Interesante artículo que cuenta la transformación llevada a cabo en el Museo de Arte e Historia de Santa Cruz, tanto en la programación, segmentación y participación de los usuarios como el aumento de la disponibilidad de recursos.

[Nati Grund: "Eventos, cultura y google hangout"](#)

Analiza los cambios en la concepción de los eventos culturales, y las oportunidades que se abren con la utilización de la herramienta de multiconferencia Google Hangouts.

[Mariana Fossatti: "Cultura libre, innovación y transformación de las instituciones"](#)

Reflexiones en torno a la cultura libre extraídas del II Congreso Internacional de Cultura Libre, celebrado en Ecuador.

EMPRENDEDORES INNOVADORES

Miguel del Fresno: “Contra el elogio del fracaso”. Intelecta

Hay que evitar la retórica de plantear el fracaso como una garantía del éxito. En su lugar conviene encontrar un equilibrio honesto entre la sana tolerancia al error y las ventajas evidentes de intentar no caer en él.

Mario López de Ávila: “Descubriendo a los inversores: Investor(s) Discovery”. Nodos en la Red

Es una buena idea gestionar la búsqueda de inversores como si la startup fuera un “producto de inversión” para el que hay que ajustar la oferta a la demanda, tal como se hace en los procesos de Customer Development.

Javier Megias: “¿Disparas con trábucos o con rayo láser? El peligro de los `poyaques’”. Blog

Los emprendedores tienden a perder el foco cuando sobrecargan su propuesta de valor con nuevas prestaciones, servicios y funciones a medida que las van descubriendo.

Iván Marcos: “Think Global School: La Escuela donde se aprende viajando”. Blog Viajaprende

Hay una conexión muy estrecha entre el viaje y el aprendizaje emprendedor que todavía no ha sido suficientemente visibilizada.

ARQUITECTURA-WEB

Carrie Cousins: “Design Your Website for How People Read”

Un análisis del uso del Eye Tracking, que sirve para saber el movimiento de los ojos al leer en una pantalla, para el diseño y la toma de decisiones en el diseño de páginas-web como la colocación de los elementos, el tamaño, el color y la estética en general.

Humaira Khan: “Responsive Web Design: An Ultimate Guide”

Con el uso extendido de los Smartphones resulta clave abordar con inteligencia el diseño de la versión móvil de los proyectos-web. Aquí se dan algunas pistas para hacerlo.

Bianka Hajdu: “Tres razones para el (mejor) uso de los hiperenlaces en marketing de contenidos”

Los hiperenlaces son uno de los elementos más antiguos de la red y revisten una gran importancia para el posicionamiento de los contenidos. Sin embargo a veces no se entiende por qué y cómo integrarlos bien en los contenidos.

Marc Schenker: “Common usability errors to avoid at all costs”

Un análisis del impacto que tiene la usabilidad en el diseño de las páginas-web, en el que se revisan en detalle tres de los errores más comunes que se cometen al abordar ese objetivo.

MARKETING DE LA I+D+I Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

Amalio Rey: “7 consejos para investigadores que quieran colaborar con empresas”. InnoCash

Los investigadores fracasan a menudo en sus intentos de colaboración con las empresas porque, entre otras causas, descuidan detalles importantes que condicionan el éxito de la relación. El artículo avanza algunas recomendaciones que pueden ayudarte.

Javier Megias: “Las 5 claves del marketing en una startup... y cómo medirlas”. Blog

Conseguir nuevos clientes, elevar la frecuencia de compra, aumentar los ingresos por clientes, venderles más cosas y mejorar los márgenes son los cinco consejos, con sus métricas asociadas, que el autor recomienda para una buena estrategia de marketing.

[Judy Bayer y Marie Taillard: “Un nuevo marco para la segmentación de clientes”. HBR blog](#)

Las autoras abogan por una nueva estrategia de segmentación que abandone la obsesión por los productos y los datos demográficos, y se base en buscar combinaciones de “*trabajos-por-hacer*” o soluciones que los clientes necesitan.

CREATIVIDAD

[Iván Marcos: “El viaje como catalizador de aprendizaje y conocimiento”. eMOTools](#)

El “*vijaprendizaje*” influye directamente sobre las personas en los procesos educativos, empresariales y creativos. Sir Francis Bacon ya dijo una vez que “*Los viajes son en la juventud una parte de educación y, en la vejez, una parte de experiencia*”.

[Tony Schwartz: “Qué pasa cuando desconectas realmente”. HBR Blog](#)

Entradilla: El autor cuenta su primera experiencia de desconexión digital total durante 9 días, y el impacto que le generó en la mejora de su capacidad de atención, creatividad y bienestar general.

[Platform21: “Repair Manifesto”](#)

Declaración del colectivo Platform21 en favor de la reparación que ya va por más de un millón de descargas. Según ella, reparar entraña una belleza inherente, un ejercicio de independencia respecto de la tecnología y también, un reto creativo.



Este artículo pertenece al [Boletín N°23](#) de eMOTools. Para conocer los contenidos publicados en meses anteriores, te invitamos a que visites con frecuencia el portal web sobre innovación de [EMOTOOLS](#)