



## Actividad | 2 | Estrategias de innovación. Seminario de innovación y creatividad.

---

Ingeniería en Desarrollo de  
Software.



academiaglobal

TUTOR: Fátima Fernández de Lara Barrón.

ALUMNO: Carlos Ariel Nicolini

FECHA: 27/05/2024

## Índice

<b>Introducción .....</b>	<b>3</b>
<b>Descripción .....</b>	<b>5</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>6</b>
<b>Desarrollo.....</b>	<b>7</b>
• <b>Casos de éxito y fracaso .....</b>	<b>7</b>
• <b>Solución del problema .....</b>	<b>10</b>
<b>Conclusión.....</b>	<b>12</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>13</b>

# Introducción

Una estrategia de innovación es un plan deliberado y coordinado que guía los esfuerzos de una organización o empresa para introducir nuevas ideas, productos, servicios o procesos que creen valor para la empresa. Su finalidad es garantizar que los esfuerzos de innovación se alineen con los objetivos generales, los recursos y el panorama competitivo de la empresa.

Sus beneficios son:

- Enfoque y priorización.
- Mitigación de riesgos.
- Alineación con las tendencias del mercado.
- Optimización de recursos.
- Transformación cultural.
- Crecimiento sostenible.

La innovación no es un concepto único para todos; se presenta en varias formas, cada una de las cuales atiende a diferentes objetivos y desafíos. Algunos de los tipos de estrategias de innovación son:

- **Innovación rutinaria:** También conocida como incremental, implica realizar mejoras graduales en productos, procesos o servicios existentes. Se trata de perfeccionar lo que ya existe para mejorar su eficiencia, rendimiento o satisfacción del cliente.
- **Innovación radical:** Implica la creación de soluciones completamente nuevas e innovadoras que alteran los mercados existentes o crean otros nuevos. Este tipo se caracteriza por su impacto transformador y su potencial de remodelar industrias.

- **Innovación disruptiva:** Es el proceso en el que los nuevos participantes en el mercado introducen soluciones más simples y fáciles que inicialmente se dirigen a segmentos especializados. Con el tiempo, estas pueden alterar y remodelar la dinámica del mercado.
- **Innovación arquitectónica:** Se centra en reconfigurar los elementos de un producto o servicio para crear un nuevo valor, ósea, encontrar formas de combinar componentes existentes para atender necesidades no satisfechas anteriormente.
- **Innovación social:** Tiene como objetivo abordar los desafíos sociales y crear un impacto social positivo a través de soluciones innovadoras. Esto incluye el desarrollo de nuevos enfoques para abordar cuestiones como la pobreza, la educación, la atención médica entre otros, a menudo colaborando con partes positivas de todos los sectores.
- **Innovación de marketing:** Se centra en la creación de nuevas formas e impactantes de promover productos o servicios. Incluye la adopción de nuevos canales de marketing, técnicas de mensajería y enfoques de participación del cliente para captar su atención, generar lealtad a la marca e impulsar la adquisición de clientes.

Entre otras que existen.

# Descripción

## **Contextualización:**

Cuando una organización realiza una estrategia de innovación, debe de ser de manera cuidadosa por medio de una investigación de la competencia y cambios en el mercado. Para ello se necesita que la organización cuente con distintas tácticas de innovación, que sean tanto agresivas como de defensa.

## **Actividad:**

- Analizar casos de empresas que han utilizado las diferentes estrategias de innovación y seleccionar tres casos de éxito y tres casos de fracasos.
- Realizar propuestas de innovación que genere una ventaja competitiva a los tres casos de fracaso seleccionados.

En esta actividad revisaremos tres casos de éxito donde las tácticas de innovación fueron bien planeadas y ejecutadas dando como resultado un producto o servicio que tuvo éxito.

Asimismo, revisaremos tres casos donde no fueron bien implementadas esas tácticas de innovación lo que termino dando un producto que resultó un fracaso, sobre esos casos también intentaremos realizar una táctica de innovación para hacer que ese producto no resulte en un fracaso y como nosotros hubiéramos realizado esa campaña.

## Justificación

En esta actividad revisaremos casos de tácticas de innovación exitosas y otras que fueron un fracaso debido a ciertas situaciones que no se tomaron en cuenta o no fueron bien implementadas.

La correcta implementación de la táctica de innovación es de vital importancia para la comercialización de un producto o servicio, ya que de ello dependerá el éxito de lo que estemos comercializando.

Como veremos a continuación en los tres casos seleccionados, una mala implementación de la táctica de innovación termino en fracasos de productos, afectación de credibilidad de la marca además de pérdidas económicas muy grandes para las compañías, perdidas de clientes fidelizados o de futuros clientes por ya tener una imagen dañada que cuesta muchísimo cambiar a los ojos de los consumidores, lo que puede afectar el lanzamiento de otros productos de la marca.

Espero que el trabajo presentado sea de su agrado y cumpla con lo solicitado.

Este trabajo fue subido al siguiente enlace de GitHub

<https://github.com/CarlosNico/Seminario-de-Innovaci-n-y-Creatividad/>

# Desarrollo

## Casos de éxito y fracaso

En esta parte del proyecto se revisaran 3 casos de éxito y casos de fracasos de innovaciones que empresas implementaron en productos.

A continuación analizaremos 3 casos de innovaciones aplicadas que fueron un éxito.

Nombre de la empresa	Caso de éxito	Estrategias de innovación aplicadas
Netflix	Transformación del entretenimiento	Modelo de streaming : cambio del modelo de alquiler de DVD a plataforma de transmision en linea
Spotify	Innovación en la Musica Digital	Plataforma de streaming para el consumo de musica, con una version gratiuta con anuncios y una version premiun sin anuncios.
Maruchan	Innovación en fideos instantaneos	Variedad de sabores y tipos de fideos, productos especializados

### Caso Netflix:

Netflix es una empresa de entretenimiento y una plataforma de streaming fundada el 29 de agosto de 1997 que comenzó su actividad ofreciendo servicio de alquiler de DVD a través de correo postal. Netflix reemplazo ese modelo por un modelo de streaming de video en línea y contenido digital (es pionero en ese rubro) con lo que tuvo una expansión agresiva a nivel internacional. Cabe mencionar que con este modelo en auge el sistema de DVD llego a su fin junto con las grandes empresas de ese rubro que no supieron adaptarse como por ejemplo Blockbuster.

### Caso Spotify:

Spotify es una empresa sueca fundada en 2006 cuyo producto es una aplicación de música streaming, la cual ha tenido licencias con artistas y compañías discográficas para ofrecer contenido exclusivo a sus usuarios. Ofrece su servicio a sus clientes que tienen acceso a contenido musical, tiene presencia a nivel mundial y adaptando su contenido a diferentes mercados. Tiene una amplia adaptación a una gran gama de dispositivos.

### Caso Maruchan:

Maruchan es una marca de fideos instantáneos de un conglomerado japonés. La innovación de la marca fue crear un producto instantáneo, dando muchos beneficios a una amplia gama de clientes, además de una diversificación de sus productos, con nuevos sabores, y nuevas clases de fideos. La empresa sabe adaptarse muy bien a las tendencias del mercado y preferencias del consumidor.

A continuación analizaremos 3 casos de innovaciones aplicadas que fueron un fracaso.

Nombre de la empresa	Caso de fracaso	Estrategias de innovación aplicadas
Google	Google Glass	Dispositivo gafas de realidad aumentada, con una pequeña pantalla y camara
Pepsi	Crystal	Bebida transparente para capitalizar la tendencia de alimentos y bebidas claras
Ford	Ford Edsel	Nuevo modelo de automovil de gama alta lanzado en 1957

### Caso Google

Google lanzo en 2013 los Google Glass, unas gafas de realidad aumentada, con grandes expectativas de revolucionar la forma en que la gente interactúa con la tecnología, pero este producto fue un fracaso debido a diversos factores, como la privacidad (la gente tenía que la cámara integrada estuviera gravando



sin autorización), no tuvo buena aceptación su diseño además de los problemas técnicos de la batería de duración insuficiente y rendimiento limitado.

### Caso Pepsi

En 1992 Pepsi-Cola lanzo al mercado una variante de su bebida llamada Pepsi Crystal, de color transparente, con lo cual la empresa buscaba capitalizar la tendencia del mercado hacia productos novedosos y ofrecer una alternativa a su competidor Coca-Cola. Algunos de los motivos del fracaso fue debido a que no ofrecía un sabor significativamente diferente al de la Pepsi tradicional salvo por su color diferente, lo que limitaba su atractivo, además su color transparente fue asociado por los consumidores con algo artificial o sintético, lo que genero desconfianza y rechazo.

### Caso Ford Edsel

En 1957 la compañía Ford Motor introdujo en el mercado un nuevo automóvil llamado Ford Edsel, que se comercializo como un vehículo revolucionario con características innovadoras y un diseño de vanguardia. Aunque Ford invirtió fuertemente en su desarrollo y marketing, el producto fue un fracaso por diferentes motivos, como los numerosos problemas de calidad y fiabilidad, lo que llevo a una mala reputación entre los consumidores, además que el lanzamiento no fue el idóneo, ya que coincidió con una recesión económica y una disminución en la demanda de automóviles, lo que afectó negativamente las ventas y daño la marca.

## Solución del problema

En esta parte del trabajo crearemos unas estrategias de innovación sobre los casos que fracasaron explicando como podrían haber tenido éxito.

Nombre de la empresa	Caso de fracaso	Estrategias de innovación aplicadas	Estrategia de innovación recomendada y justificación
Google	Google Glass	Dispositivo gafas de realidad aumentada, con una pequeña pantalla y cámara	Tener en cuenta las consideraciones sociales y culturales. Realizar prototipado y pruebas, además de un acercamiento con los usuarios.
Pepsi	Crystal	Bebida transparente para capitalizar la tendencia de alimentos y bebidas claras	Entender las percepciones y expectativas del consumidor, claridad en la propuesta de valor, además de una ejecución efectiva.
Ford	Ford Edsel	Nuevo modelo de automóvil de gama alta lanzado en 1957	Una buena comprensión del mercado, buena calidad y diseño atractivo-

### Caso Google Glass

Para lanzar un producto nuevo al mercado es necesario primero realizar un muy buen estudio de mercado, como puede ser recibido el producto por el público, Es de vital importancia tener una etapa de prototipo donde se escuchen las opiniones del público durante su etapa de desarrollo, en la cual se pueden realizar cambios de aspecto, forma, antes de salir a mercado para tener un producto agradable, cómodo de usar, con un diseño elegante. Además es importante explicar a los usuarios que su privacidad está respaldada. También es importante definir cuál será su uso y tener un amplio catálogo de aplicaciones para que su uso sea de adopción masiva, como juegos, clases virtuales, etc.

### Caso Pepsi Crystal

Es necesario al lanzar un producto nuevo tener en claro que la innovación ofrezca una propuesta de valor, ofreciendo un producto de la misma marca pero que se diferencie de los productos existentes, con un sabor único y agradable. Es necesario entender al consumidor, sus gustos y como perciben a nuestro producto. Si dicho producto el consumidor no lo encuentra atractivo no tendrá el éxito esperado, es necesario además una campaña de marketing para mostrarle al consumidor el producto y atraparlo.

### Caso Ford Edsel

Para la comercialización de un modelo de automóvil, es necesario primero que dicho producto sea un fiel representante de la marca, realizar un estudio minucioso sobre la demanda de un automóvil de gama media-alta. Además debe tener un diseño atractivo, para lo cual es importante escuchar las opciones de los compradores durante su proceso de planificación, además de tener unas pruebas de calidad y fiabilidad exhaustivas para que dicho producto sea del agrado del público.

## Conclusión

La implementación de una técnica de innovación es de especial valor en una empresa que quiere lanzar o mejorar un producto o servicio, de eso dependerá su éxito o fracaso. Tenemos que ser consiente de todos los puntos necesarios para su correcta implementación, es necesario tener datos concretos sobre el mercado al que va a ir dirigido dicho producto, quienes van a ser sus posibles clientes, entender sus gustos a través de encuestas, muestras de productos para tener un claro escenario de nuestro producto en su proceso de desarrollo. Para una empresa esto puede significar un producto o servicio de calidad que genere mucho capital o también puede significar un daño en la imagen de la misma, con pérdidas millonarias y con una situación donde sea muy difícil ganarse al cliente nuevamente para futuros proyectos.

Como en los casos que hemos mencionado para algunos significa ser pioneros en nuevas formas de definir el mercado como en el caso de Netflix, que su modelo ha sido copiado por otras empresas que han lanzado su plataforma de streaming como Disney Plus, Amazon Prime, HBO Max entre otras.

Y en otras como Google que tenía una idea de producto muy innovadora, no supo dirigirla a un mercado nuevo que no entendía el producto y al empresa fallo en crear un mercado para su producto y crear clientes Fieles.

El trabajo fue subido al siguiente enlace de Github

<https://github.com/CarlosNico/Seminario-de-Innovaci-n-y-Creatividad/>

## Referencias

- Estrategia de Innovación: Desatando el Crecimiento a través del Ingenio Estratégico. (2023, September 13). MJV Technology & Innovation; MJV Technology and Innovation.  
<https://www.mjvinnovation.com/es/blog/estrategia-de-innovacion-desatando-el-crecimiento-a-traves-del-ingenio-estrategico/>
- Lastra, E. (2015, June 13). Crystal Pepsi, el refresco noventero sin colorantes de PepsiCo, podría resucitar de entre los muertos. MarketingDirecto.  
<https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/anunciantes/crystal-pepsi-el-refresco-noventero-sin-colorantes-de-pepsico-podria-resucitar-de-entre-los-muertos>
- Camós, J. (2019, October 18). Más que un coche, Edsel fue un desastroso dromedario que diseñó un comité de sabios a partir de un galgo con ruedas. Motorpasion.com; Motorpasión.  
<https://www.motorpasion.com/clasicos/edsel-fue-aquel-desastroso-dromedario-que-diseno-comite-sabios-a-partir-galgo-ruedas>
- (N.d.). Edu.Co. Retrieved June 2, 2024, from  
<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/12944#:~:text=%E2%80%9Cwearables%E2%80%9D%20tecnol%C3%B3gicos.-,El%20proyecto%20dio%20mucho%20de%20qu%C3%A9%20hablar%20antes%20de%20su,product%20a%20su%20inevitable%20fracaso.>