

Actividad 2 - Estrategias de Innovación

Seminario de Innovación y Creatividad

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Fátima Fernández de Lara Barrón

Alumno: Fernando Pedraza Garate

Fecha: 14 de Mayo del 2023

Índice

Etapa 1 – Técnica de los seis sombreros.

- Introducción. Pág. 3-4
- Descripción Pág. 5
- Justificación Pág. 6
- Desarrollo Pág. 7-16
 - Solución
 - Tablero
- Conclusión Pág. 17

Etapa 2 – Estrategias de Innovación.

- Introducción. Pág. 18
- Descripción Pág. 19
- Justificación Pág. 20
- Desarrollo Pág. 21-23
 - Casos de éxito y fracaso
 - Solución del problema
- Conclusión Pág. 24
- Referencias. pág. 25-26

Introducción

La técnica de los seis sombreros para pensar es un método desarrollado por el Psicólogo Edward De Bono, el cual se basa en la necesidad de transitar diferentes puntos de vista para afrontar la resolución de problemas de forma efectiva. Cuando se habla de la técnica de los seis sombreros para pensar, se refiere a la metodología que permite afrontar la toma de decisiones y la resolución de conflictos, la cual se sustenta sobre la idea de que un único modo de pensar resulta subjetivo y no permite tener en cuenta todas las posibilidades, por ello en este método los seis sombreros representan seis enfoques de pensamientos distintos, representados por seis sombreros de diferente color, los cuales evocan ciertas emociones, haciendo más sencillo relacionarlos con el tipo de pensamiento que se vincula con cada uno de ellos.

Sombrero Blanco / Este se vincula con la neutralidad, encargado del pensamiento objetivo.

Sombrero negro / Denominado como el sombrero negativo lógico, este es el sombrero que se usa con más frecuencia, pero no es, en ningún sentido, un sombrero inferior.

Sombrero rojo / Este sombrero abarca la intuición, los sentimientos y las emociones, ya que permite su introducción al debate, ofrece una autorización total para que un pensador muestre sus sentimientos acerca del tema que se está discutiendo en ese momento, sin temor a que se ríen de este, por la voz pesada de “hechos o racionalidad”.

Sombrero amarillo / Es el sombrero positivo lógico, pregunta la razón por la cual algo funcionara y cuáles serán sus beneficios, pronosticando los resultados probables de implementar una solución propuesta.

Sombrero verde / Este sombrero es para la creatividad, se utiliza para buscar opciones y alternativas nuevas.

Sombrero azul / Este es el sombrero que se relaciona con el liderazgo y del control del proceso o del panorama en general. No examina el tema o problema que se está tratando, sino la manera en que se va a afrontar.

Descripción.

En la actualidad se tiene como antecedente principal el problema por el que atraviesan algunos negocios, tal como lo son las largas filas que se llegan a hacer en las sucursales por parte de sus clientes para poder realizar cualquier transacción o servicio, sobre todo en los negocios que tienen pocas sucursales, así como la falta de actualización en sus sistemas que les permita estar a la vanguardia en comparación con sus competidores o llegar a ser un parte aguas en este tipo de procesos o implementaciones, y ya sea por ser los únicos en su mercado o no tener competencia aledaña, anualmente llegan a tener una demanda alta de servicio por parte de estos, lo cual incrementa la necesidad de solucionar este problema para mejorar su atención y servicio teniendo como objetivo encontrar una manera objetiva de resolver física y tecnológicamente las largas filas de clientes por caja y evitar eventos de insatisfacción, involucrando a todas las partes del proceso para una establecer una mejora significativa.

Justificación.

Se recomienda emplear esta solución ya que como toda empresa que tiene excelentes resultados y busca crecer o está en pro de expandirse deberá contemplar y estar dispuesta a invertir en el cambio cultural y organizacional de la misma, e implementando la metodología de los seis sombreros, se conseguirá encontrar la mejor solución a implementar en un corto tiempo, lo que permitirá encontrar la que mejor se adapte a la situación en dicho momento, estableciendo hechos, cifras e información, así como la formulación de preguntas, la definición de necesidades y la carencia de información para dicho cambio, buscando el buen juicio y la cautela, evaluando la razón por la cual una sugerencia no se ajusta a los hechos o al problema a los que se enfrenta, por medio de la intuición, los sentimientos y las emociones, permitiendo su introducción al debate y que se puedan expresar los sentimientos reales acerca del tema que se está discutiendo en ese momento, la razón por la cual funcionara y cuál será el beneficio, pronosticando los resultados probables al implementar una propuesta de solución, y por medio de la creatividad, se buscaran opciones y alternativas originales a partir de un proceso de provocación, de desafío, de cambio, y de varias maneras formales, provocando en el pensador lateral su propio pensamiento, controlando el proceso o el panorama general examinando la manera en que se va a afrontar.

Desarrollo.

Solución



Sombrero Blanco

Los hechos, se tiene el problema de que se crean largas filas en sucursal, ocasionado incremento en el número de clientes, urge una solución física y tecnológica para este problema y así evitar eventos de insatisfacción.



Sombrero Negro

No se puede, no hay más sucursales, se requiere de mucha inversión para hacer el cambio, que se limite el acceso a un número específico de clientes o se les asigne un número de atención.



Sombrero Rojo

Se debe ser objetivo con lo que se requiere y se debe realizar para hacer los cambios necesarios en beneficio propio y de los clientes, evitando su insatisfacción de servicio.



Sombrero Amarillo

El cambio se debe organizar de forma gradual, llevándolo por etapas, empezando a agilizar el trámite que van a realizar los clientes en fila, preguntándoles qué tipo de movimiento van a realizar o si solo es consulta, esto evitara la aglomeración y disminuirá el tiempo de espera en fila, crear nuevas sucursales en puntos estratégicos porque es una necesidad de negocio, o tecnológicamente la implementación de una página web o aplicación móvil con asesoramiento inicial para que no tengan que ir a sucursal, y así puedan hacer sus movimientos desde estos medios, desde la comodidad de donde estén, mejorando la calidad de servicio.



Sombrero Verde

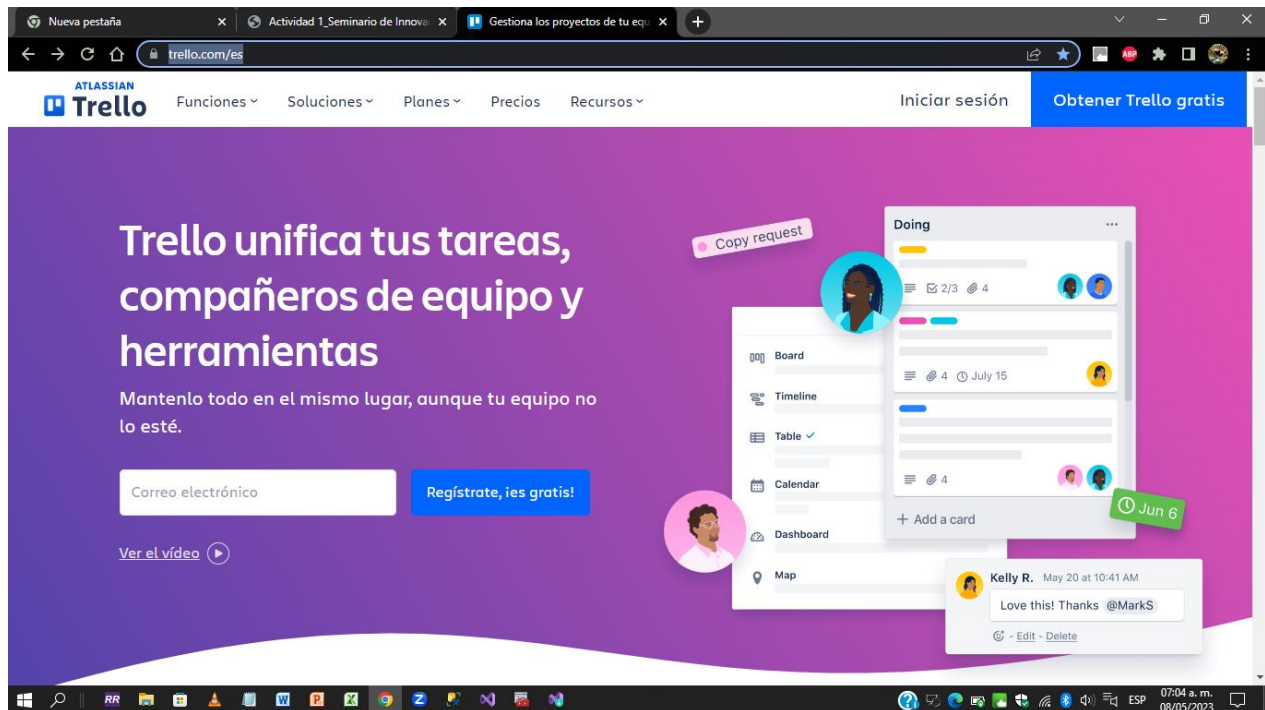
Buscando enfocar el capital de inversión de forma adecuada se desarrollaran lluvias de ideas para obtener la mejor propuesta de mejora.



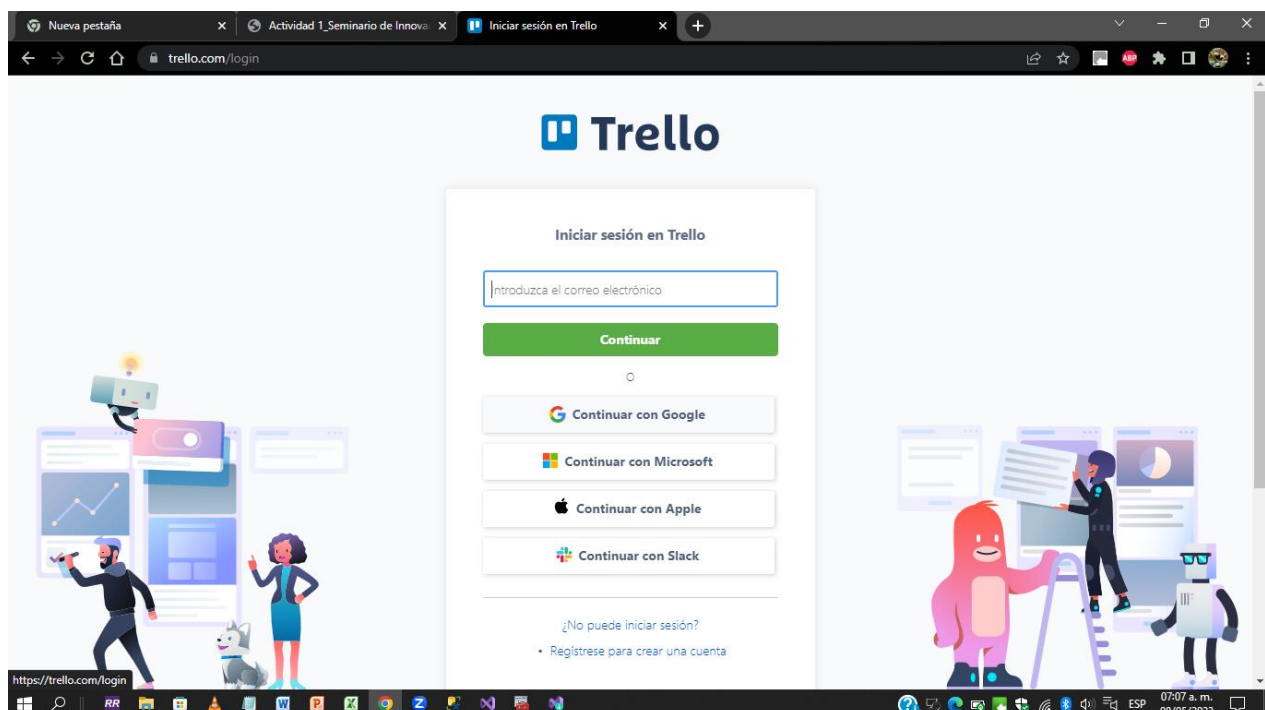
Sombrero Azul

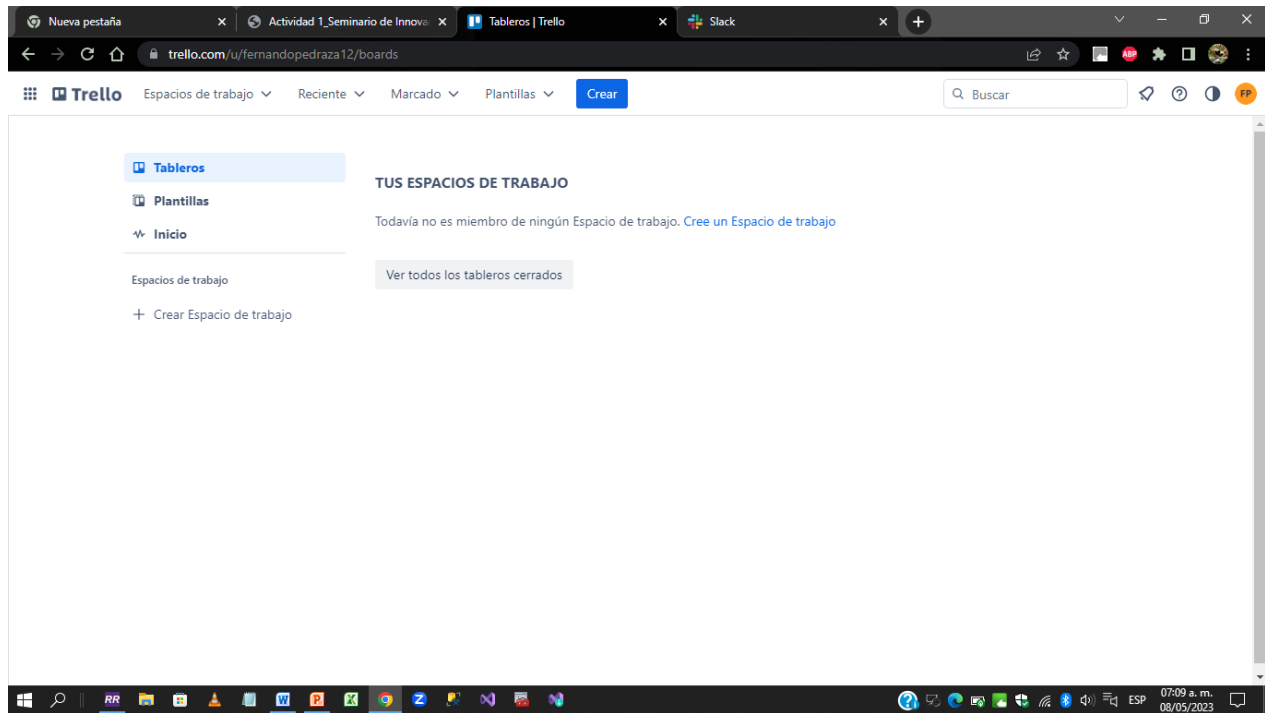
Para erradicar el problema de las largas filas que se hacen en sucursal se implementara y desarrollara una página web o una aplicación móvil para evitar así la aglomeración de gente en sucursal permitiendo cubrir la demanda de servicio.

Tablero

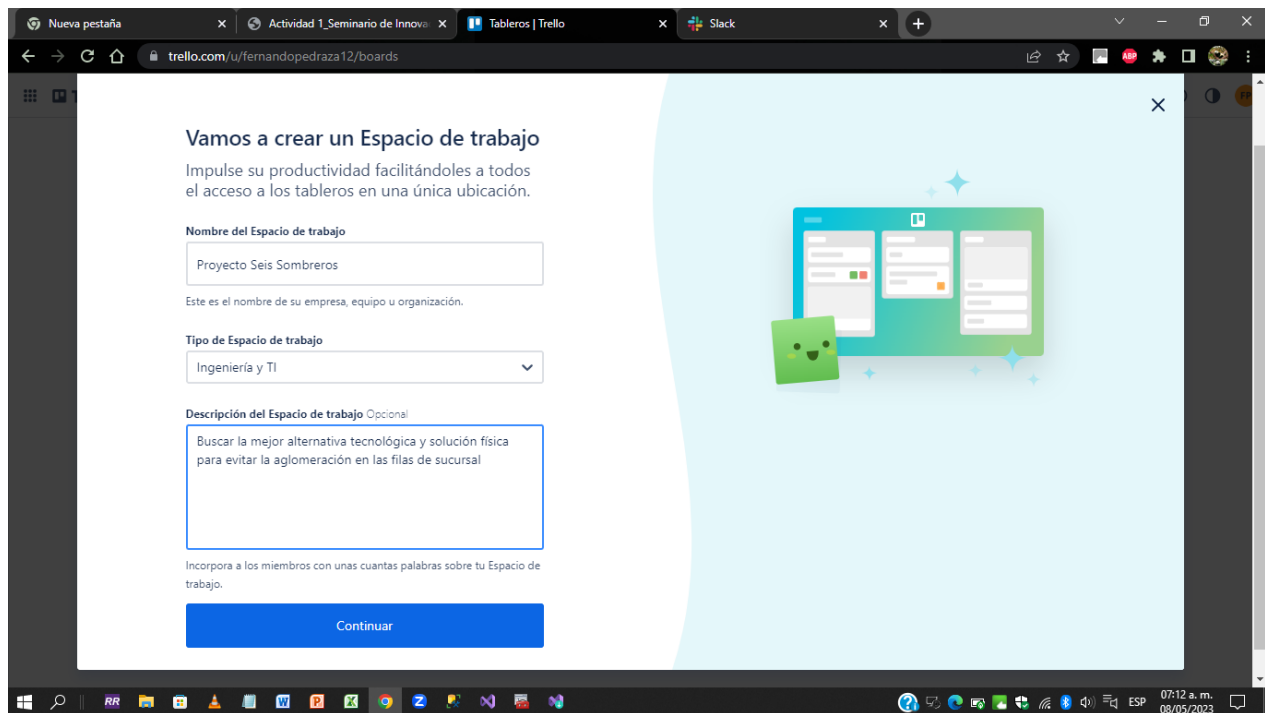


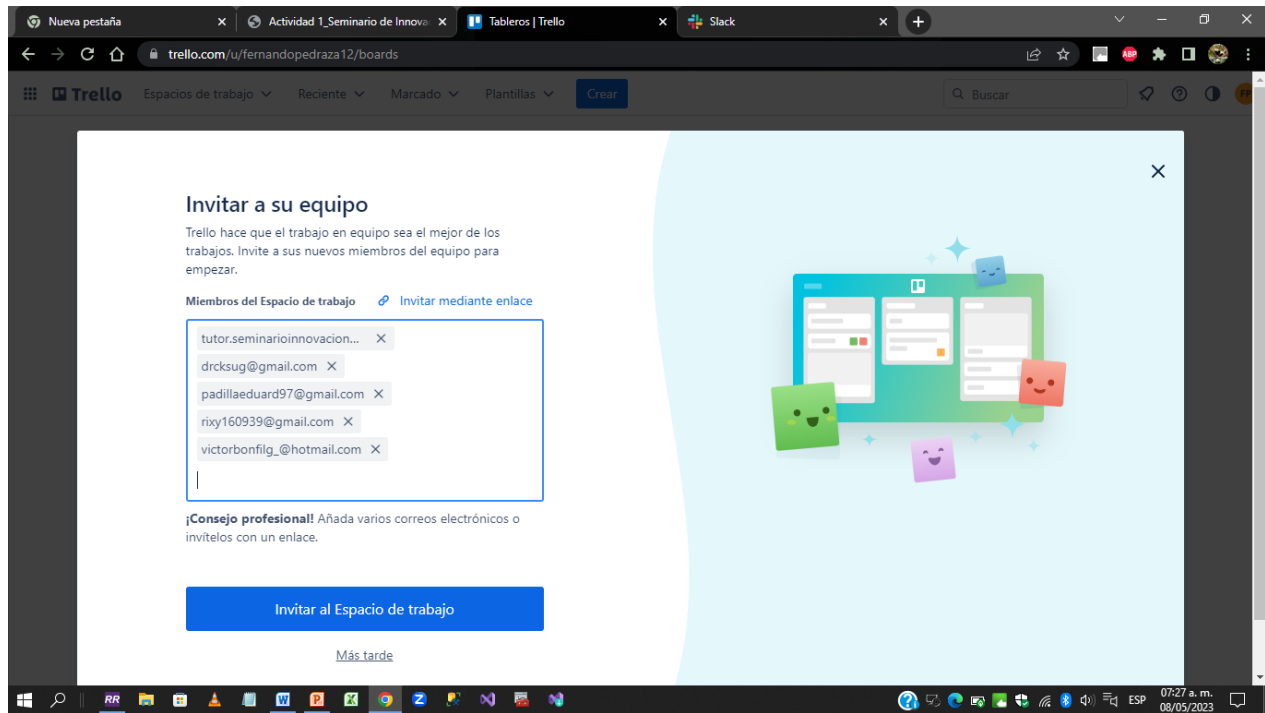
Utilizaremos Trello para el desarrollo de las ideas del equipo de trabajo.



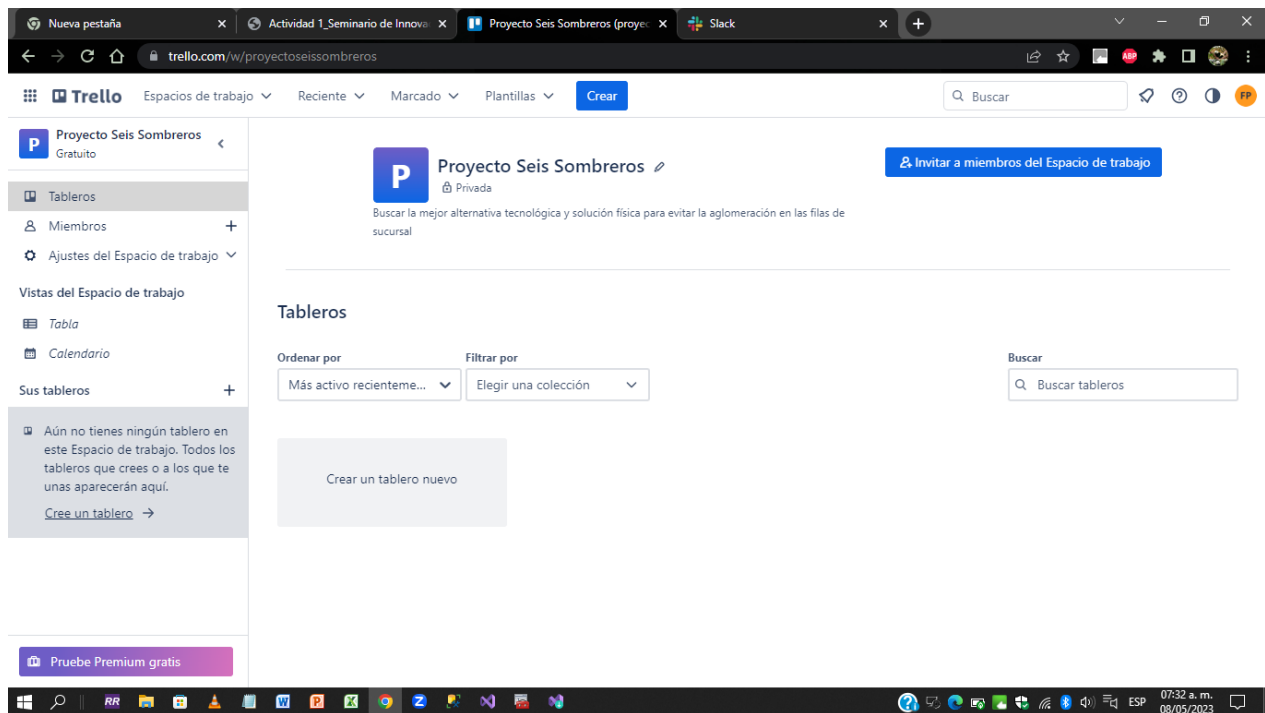


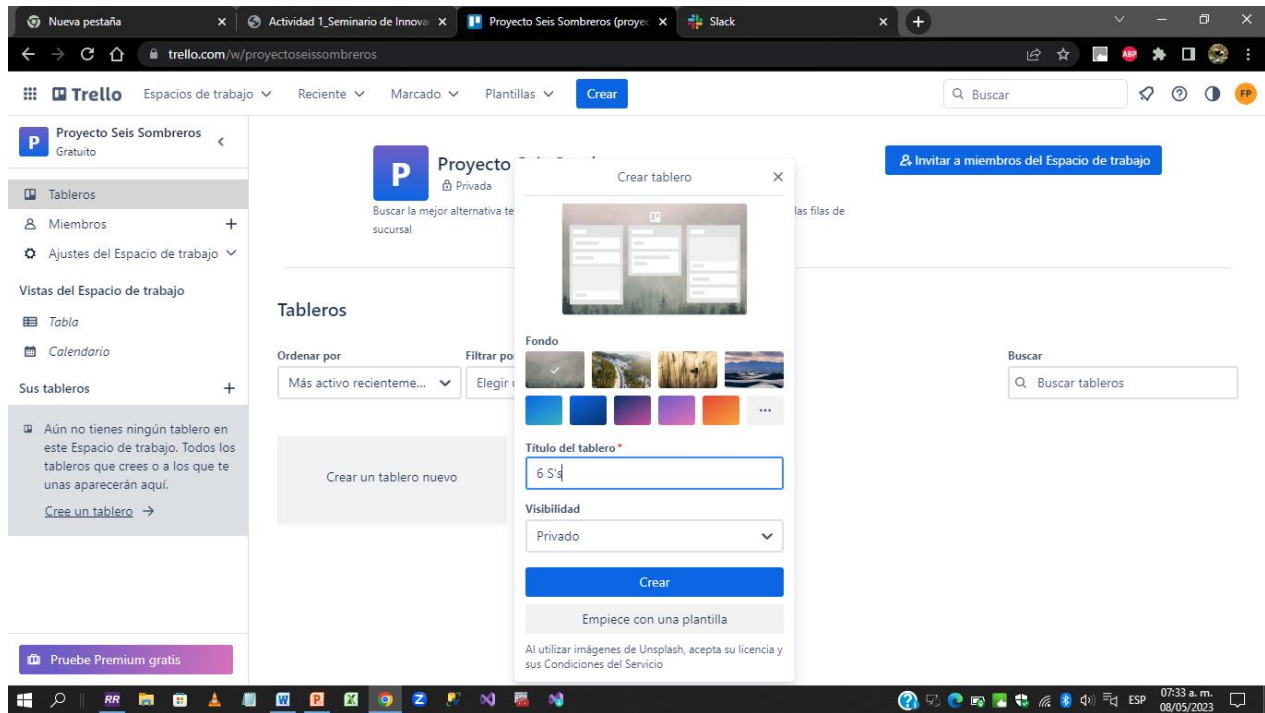
Una vez que ingresamos, creamos nuestro espacio de trabajo



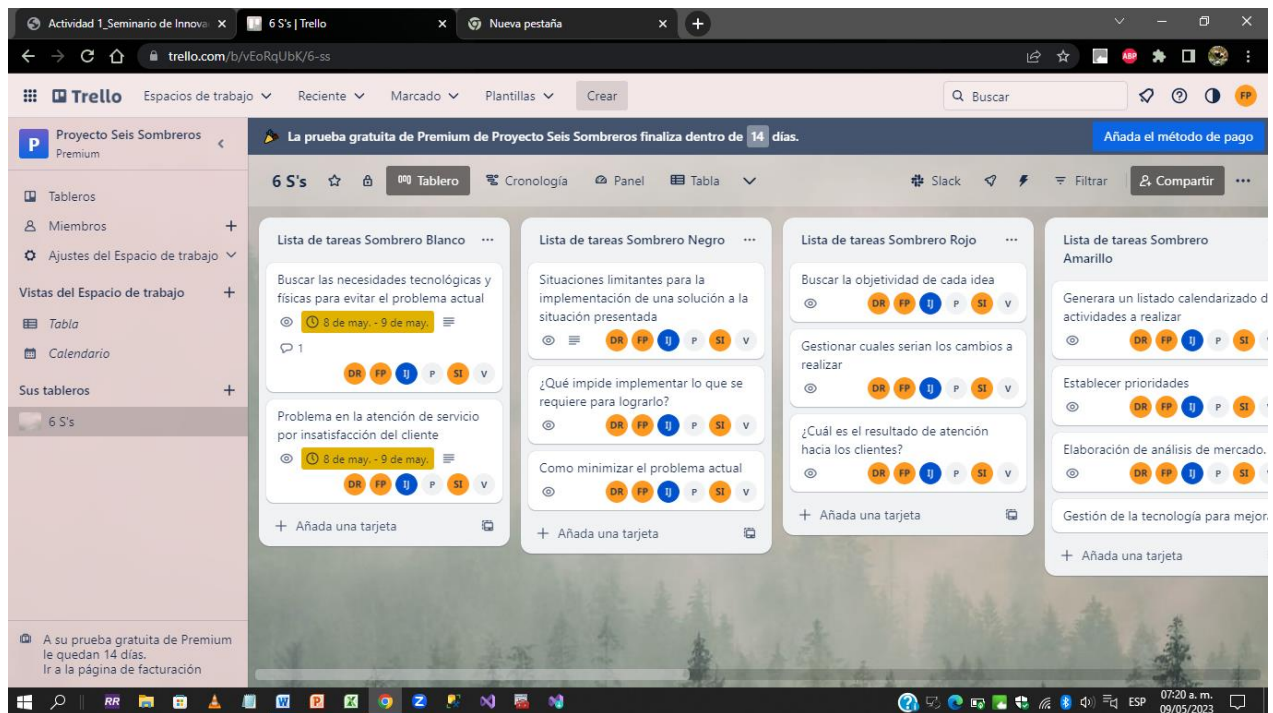


Agregamos a cada uno de los integrantes en este proyecto

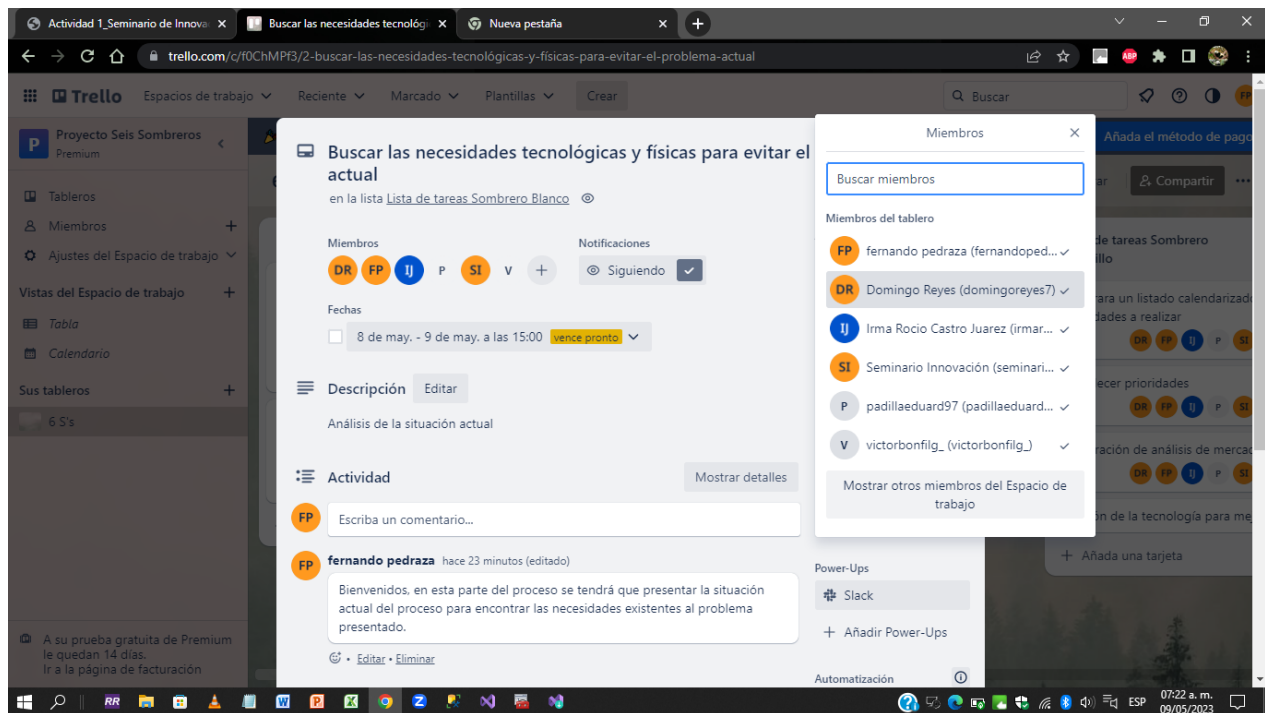
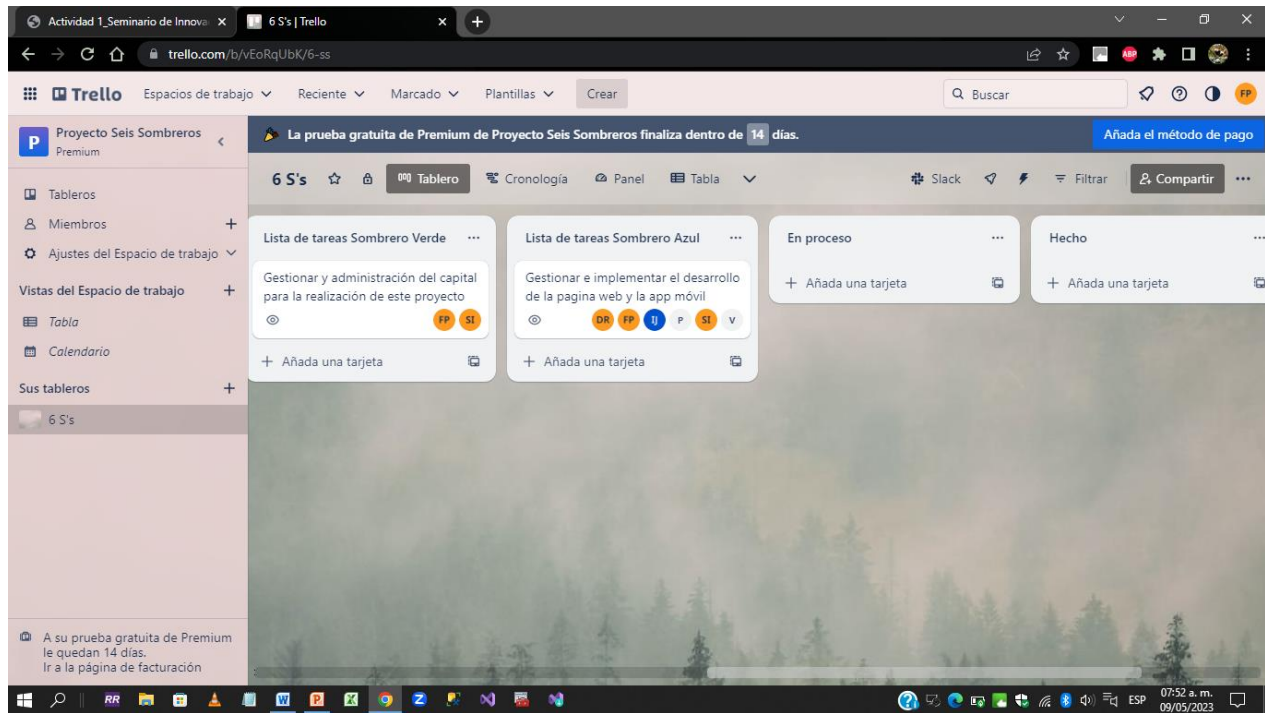




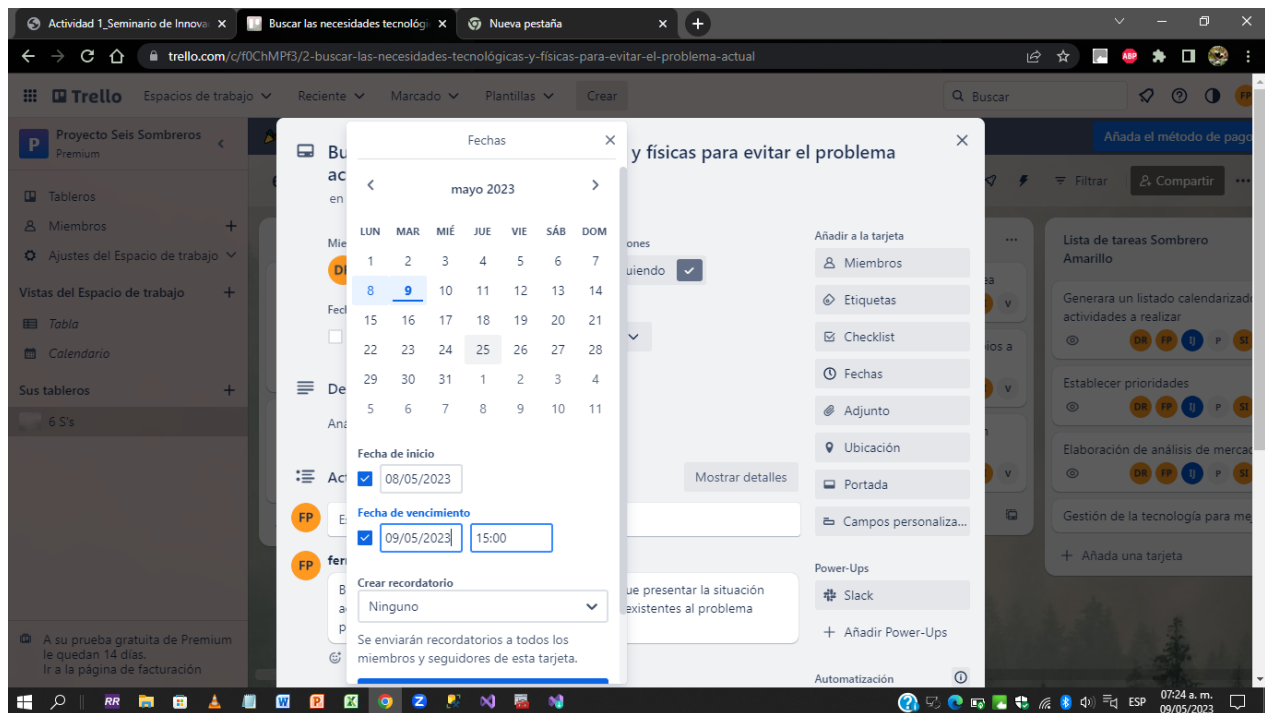
Creamos nuestro tablero de actividades



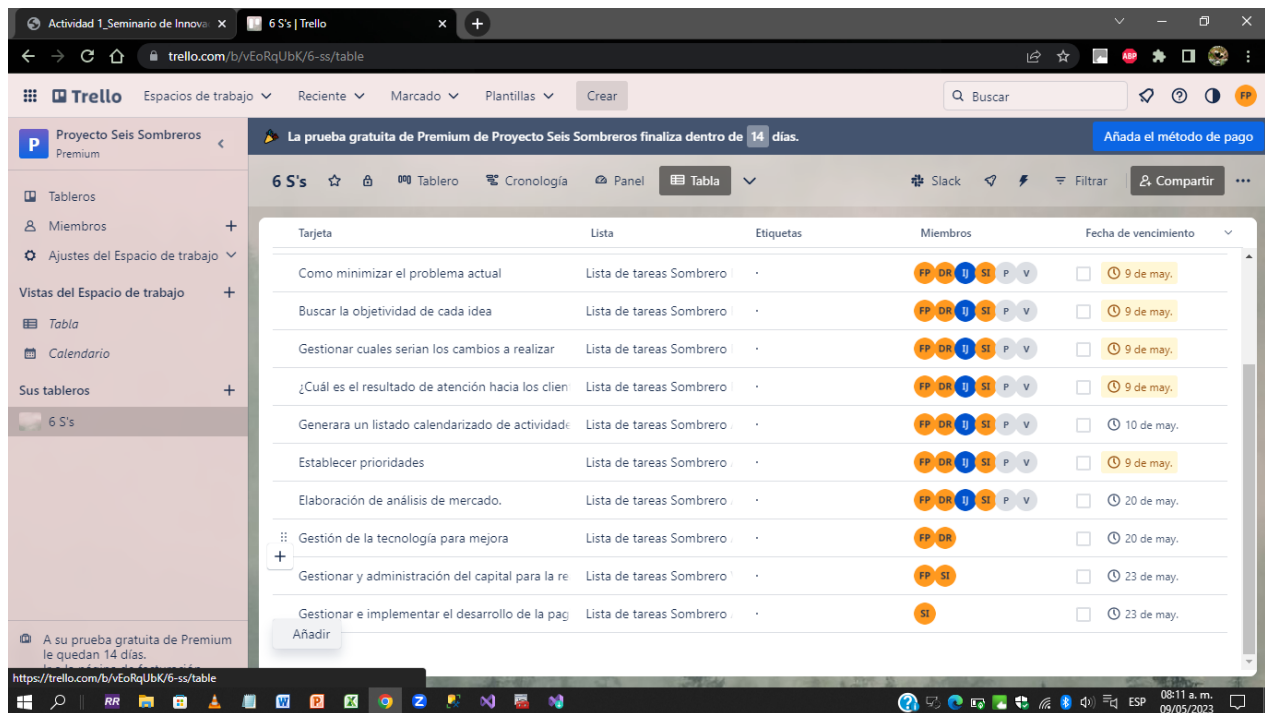
Identificando las tareas a realizar



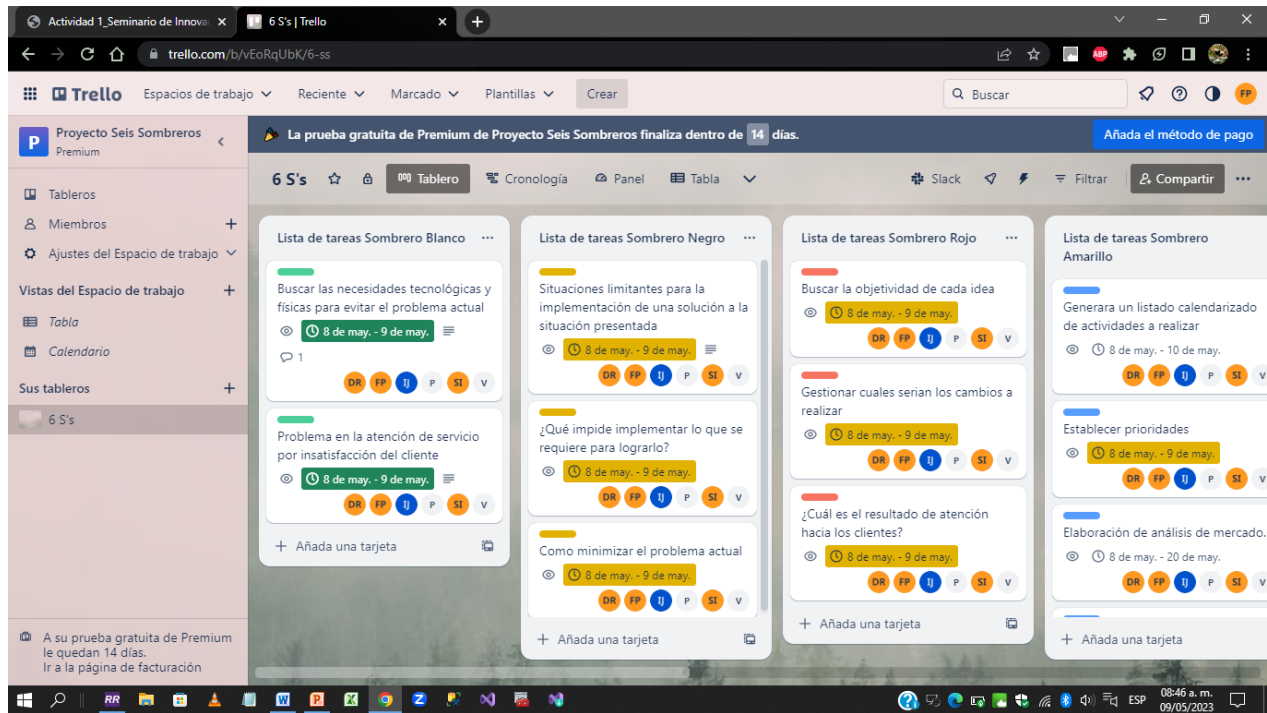
Agregando a los miembros a participar en el proyecto



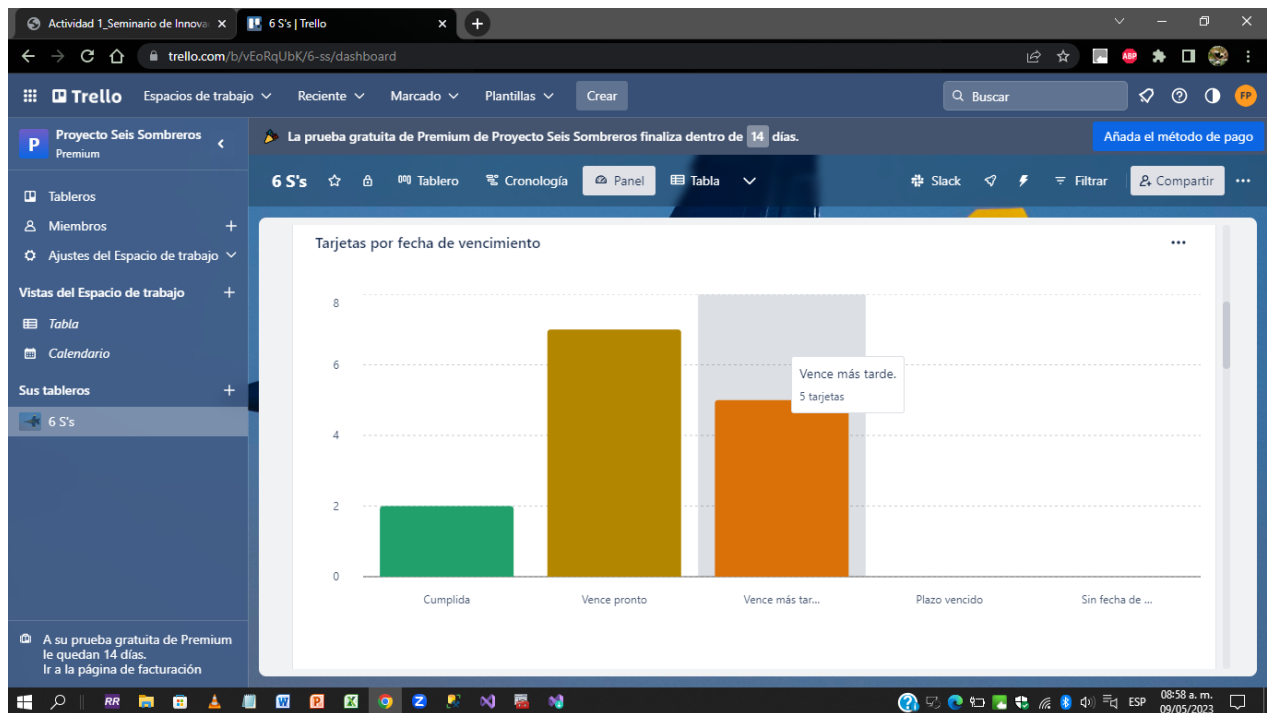
Estableciendo fechas de entrega para las tareas a realizar



Asignando responsables dependiendo la tarea a realizar



Marcando el avance de cada tarea según su estado, si está en proceso, vencida o terminada.



Inspeccionándolas por medio de sus gráficas según el avance de cada tarea

Conclusión.

En conclusión la elaboración de este tipo de metodología permite identificar las áreas de oportunidad que existen dentro de un proceso, así como identificar los puntos vulnerables, y claves que están ocasionando problemas en el desarrollo del mismo, esto en el menor tiempo posible para evitar que las situaciones se agraven, ya que se debe reaccionar de forma rápida en este tipo de situaciones, identificando las áreas de mejora que hay, así como, lo que hace falta como bien material, recurso, recurso humano, herramienta o tecnología, con el objetivo de que no se continúe afectando la atención y servicio que se debe otorgar como persona, empresa o compañía a los clientes finales, esto sin importar el rubro, tipo de negocio, o actividad que se desarrolle, ya que estamos en un mundo donde todos dependemos de todos, y siempre estamos en un constante trueque de atención y servicio, buscando obtener siempre el mejor de los resultados para satisfacción propia o de terceros.

Introducción

La estrategia de innovación es el vínculo fundamental entre los esfuerzos de desarrollo de nuevos productos y su estrategia comercial general, es lo que permite a las empresas que dependen de nuevos productos, tecnologías y plataformas innovadoras, el establecimiento de sus estrategias comerciales, con el fin de crear valor para el cliente, aumentar la cuota de mercado, acceder a mercados nuevos, aumentar la rentabilidad, modificar el paisaje competitivo y del mercado mismo. Las empresas de mejor rendimiento se plantean sistemáticamente seis elementos de una estrategia de innovación eficaz, como el flujo ideal para guiar a los equipos de liderazgo a la hora de desarrollar una estrategia de innovación, especificando los objetivos de la iniciativa de desarrollo y su función, manteniendo el enfoque en donde se debe direccionar el esfuerzo a realizar, y una estrategia de respuesta e ingreso al mercado, creando una lista de despliegue de gastos y prioridades, estableciendo las principales iniciativas y el desarrollo de plataformas a utilizar, así como la selección de proyectos. La estrategia comercial de una empresa define los objetivos claves, la dirección general, las iniciativas prioritarias y el ritmo previsto de crecimiento.

Descripción

Es importante mencionar que si bien, no nos enseñan a innovar, hay que aprender a hacerlo, para mantenerse a flote dentro del mercado actual y sobre todo en la preferencia de los consumidores, cuando una organización realiza una estrategia de innovación, debe de hacerlo de manera cuidadosa, por medio de un análisis de mercado que incluya la investigación de la competencia misma y los cambios de mercado existentes, para así poder ser asertivos en la selección de la estrategia a implementar, y poder generar el valor agregado esperado en el producto o servicio a presentar, detectando las áreas de oportunidad y soluciones tecnológicas existentes que permitirán llegar a todos los clientes potenciales, por ello es necesario que la organización cuente con distintas técnicas de innovación para poder seleccionar la que mejor se adapte a la situación de mejora, y que permitan ser tanto agresivas como defensivas, buscando siempre mantener un liderazgo activo con un propósito y una visión bien definida.

Justificación

Se recomienda emplear este tipo de solución para poder establecer cuál será el punto de partida y cuál es el lugar que se está ocupando en comparación a la competencia, para así, poder implementar la mejor estrategia de innovación y poder presentar las propuestas de proyecto o mejora que permitan estar a la vanguardia en el mercado actual, en comparación con la competencia, buscando ser pioneros en cada propuesta presentada, ya sea en la realización de un producto, o servicio totalmente nuevo, mejorando lo ya establecido, dando ese valor agregado que permita marcar la diferencia y ser de la preferencia de los consumidores, estableciendo los objetivos claros, formando un equipo de trabajo integral para estas actividades, desglosando cada una de las prioridades para el cumplimiento de cada tarea a realizar, cuidando en todo momento el capital a invertir, enfocado en los resultados, teniendo ese propósito y esa visión bien definida, que marcara la diferencia.

Desarrollo

Casos de éxito y fracaso

Los casos que se presentan a continuación son ejemplos de innovación que se pueden tomar como ejemplo para demostrar que aplicando la innovación de forma efectiva se pueden obtener excelentes resultados, y que no es exclusivo de las empresas este tipo de implementaciones para aplicarlas en cualquier momento, logrando la adaptabilidad a cualquier situación, como la más reciente situación por la pandemia de COVID 19 en todo el planeta.

| Nombre de la Empresa | Caso de Éxito | Estrategia de Innovación Aplicada |
|----------------------|--|---|
| Amazon | Proceso, Servicio, atención al cliente | Pensar a futuro, innovando todo el tiempo para mantenerse a la vanguardia |
| Netflix | Producto, Servicio, Canal y Marca | Diversificación de contenidos |
| 3M | Creación de la cinta adhesiva | Investigación y la oportunidad de nuevas propuestas |

A continuación se presentan algunos casos de empresas que no dieron la importancia adecuada, o no apostaron en tiempo por la innovación, ocasionando desplazamiento en su mercado por parte de sus competidores e incluso estar en el punto de la desaparición de su mercado.

| Nombre de la Empresa | Caso de Fracaso | Estrategias de Innovación Aplicada |
|-----------------------------|--|--|
| Kodak | Incapacidad de identificar y liderar una tecnología disruptiva | Mejora en la calidad fotográfica en formato digital. |
| Blockbuster | La toma de una mala decisión | Creación del servicio de Streaming |
| Nokia | Falta de perspectiva a futuro | Creación del teléfono móvil |

En cada caso el punto más importante que presentaron fue el ignorar a sus usuarios y consumidores, aferrándose a lo que ya habían creado, considerando que no habría posibilidad de que alguien lo llegaría a mejorar, ignorando tener una visión a futuro.

Solución del problema

| Nombre de la Empresa | Caso de Fracaso | Estrategia de Innovación Aplicada | Estrategia de Innovación recomendada y Justificación |
|----------------------|--|--|--|
| Kodak | Incapacidad de identificar y liderar una tecnología disruptiva | Mejora en la calidad fotográfica en formato digital. | Visión a futuro, innovar productos nuevos en base a las necesidades actuales del mercado y la demanda de sus consumidores. |
| Blockbuster | La toma de una mala decisión | Creación del servicio de Streaming | Visión a futuro, manteniendo la oportunidad en todo momento de innovar nuevos tipos de servicio. |
| Nokia | Falta de perspectiva a futuro | Creación del teléfono móvil | Visión a futuro, innovando cada parte integral del producto o servicio y no solo una parte del producto final. |

Conclusión

El error más grande que se llega a tener al no dar la oportunidad a la innovación es que se tiende a procrastinar las cosas en demasía, ocasionando la falta de visión a futuro, que impide salir de la zona de confort, dando por hecho que todo está definido y que no habrá cambios en el mercado, ignorando la opinión y necesidades de los usuarios, como clientes finales, ya que son estos la clave principal de todo negocio, así como el pensar que con el paso del tiempo no habrá oportunidad para crear, mejorar, o renovar los productos o servicios otorgados, ocasionando quedarse rezagado en comparación con la competencia y empresas que en todo momento están apostando por una innovación continua, creando nuevos y mejores productos, así como mejores formas de atención y de servicio, por eso es de suma importancia el ser innovador constante sin importar el tipo de negocio, empresa, o emprendimiento a realizar.

Referencias

Six Thinking Hats, (Febrero 13, 2023)

06 de Mayo 2023, de Santander | Becas, sitio web:

<https://www.becas-santander.com/es/blog/6-sombreros-para-pensar-ejemplos.html>

IDS SIC Técnica de los 6 sombreros para pensar, (Febrero 24, 2011)

06 de Mayo 2023, de Ag College, sitio web:

<https://vimeo.com/508289804/b7188e5670>

Estrategia de innovación, (Mayo 13, 2023)

13 de Mayo 2023, de Stage-Gate, sitio web:

<https://www.stage-gate.la/estrategia-de-innovacion/#:~:text=La%20Estrategia%20de%20Innovaci%C3%B3n%20es%20lo%20que%20permite%20a%20las,Acceder%20a%20mercados%20nuevos>

4 Casos de éxito de innovación empresarial, (Julio 13, 2021)

14 de Mayo 2023, de COPARMEX Jalisco, sitio web:

<https://coparmexjal.org.mx/entorno-empresarial/4-casos-de-exito-de-innovacion-empresarial/>

2 Casos de éxito de innovación empresarial Carrier y 3M, (Mayo 2023)

14 de Mayo 2023, de ennomotive, sitio web:

<https://www.ennomotive.com/es/casos-de-exito-de-innovacion-empresarial/>

Empresas líderes que no innovaron a tiempo, (Junio 21, 2021)

14 de Mayo 2023, de El Economista, sitio web:

<https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Empresas-lideres-que-NO-innovaron-a-tiempo-20210621-0032.html>