

Actividad 2 – Estrategias de innovación

Seminario de innovación y creatividad

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor:

Fátima Fernández de Lara Barrón

Alumno:

Alejandro Abarca Gerónimo

Fecha:

09 de septiembre de 2023

Indice

Introducción	3
Descripción	5
Justificación	5
Desarrollo:	7
Casos de éxito y fracaso.....	7
Solución del problema.....	8
Conclusión	9
Referencias	9

Introducción

Las estrategias de innovación juegan un papel importante ya que estas establecen la dirección que tomará la ejecución de los planteamientos propios del negocio a innovar. El papel de la innovación es para ayudar a las organizaciones a alcanzar la meta de crecimiento que a menudo el crecimiento de los ingresos provenientes de la innovación no es suficiente, a no ser que sean manejados con gran rigor.

Es importante, por otro lado, que la organización defina cuál es el propósito que se tiene con la estrategia de innovación planteada.

La palabra "nuevo", puede tener diferentes significados que van desde nuevo en el mercado mundial a nuevo en una industria en específico, pero ya establecido en otro sector, a lo nuevo para una empresa o incluso sólo nuevo para algunos de nosotros. Y por otro lado señalan que la palabra "estrategia" implica que hablamos de algo con un impacto potencialmente grande en la empresa, es decir, no se refiere a una serie de mejoras incrementales a las líneas de productos.

Cinco componentes de una estrategia de innovación.

- **Una estrategia de innovación debe ser verdaderamente inspiradora:** debe describir un estado futuro deseable para la empresa, las oportunidades y posibilidades formuladas en una estrategia de innovación deberían proporcionar información y dar forma a la estrategia global de la empresa. Se debe descartar el enfoque unilateral referido a complementos incrementales para el negocio. Más bien, con la estrategia de innovación se busca que la organización tenga aspiraciones más elevadas.
- **La estrategia de innovación debe ser ambiciosa:** debe proporcionar las bases para vencer a la competencia y crear nuevos espacios. La estrategia de

innovación debe apuntar más alto y ayudar a la compañía a superar a cualquiera en el espacio disputado.

- **El proceso de elaboración de la estrategia debe ser abierto:** esto significa subir la barrera en términos de ambición y llegar más rápido a planes más maduros. Así como la apertura del proceso de innovación no es sólo una cuestión de mentalidad, las nuevas tecnologías juegan un papel importante en hacer la apertura comercialmente viable.
- **Una estrategia de innovación también debe ser adecuada para el tiempo en que se desarrolla:** es importante describir con precisión las iniciativas específicas de innovación que han de ser perseguidas, dónde invertir y competir. Es importante explorar la posible evolución del mercado y los escenarios. También es preciso evaluar el riesgo relacionado con la ejecución de la estrategia de innovación de caras al contexto general de la empresa. La empresa debe considerar cuidadosamente cuántos huevos poner en una sola canasta.
- **Una estrategia de innovación debe ser adaptable y capaz de evolucionar con el tiempo:** esto significa que debe incorporar el aprendizaje y permitir ajustes en el rumbo trazado. La estrategia de innovación y su ejecución debe ser capaz de adaptarse ante ideas nuevas.

Descripción

Una empresa está presentando problemas en sus diferentes sucursales del negocio debido a las largas filas que se hacen, es una empresa con diferentes sucursales en el país y anualmente sube el número de clientes lo cual ha hecho más urgente la solución de este problema, por tal es necesario encontrar una manera de resolver física y tecnológicamente las largas filas de clientes por caja y evitar eventos de insatisfacción.

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

Para esta actividad se nos pide realizar lo siguiente:

- Analizar casos de empresas que han utilizado las diferentes estrategias de innovación y seleccionar tres casos de éxito y tres de fracasos.
- Realizar propuestas de innovación que genere una ventaja competitiva a los 3 casos de fracaso seleccionados.

Vamos a realizar investigaciones para sustentar las ideas y a utilizar herramientas para lograr el objetivo de la actividad.

Justificación

La innovación de procesos nos permite mejorar la operativa interna y externa de todos los departamentos de una empresa. Esto nos permite optimizar, mejorar y consolidar el resto de estrategias de una organización: la estrategia de marketing, la estrategia de internacionalización, la estrategia de captación y retención de nuevos talentos entre otras.

Ventajas de innovar.

1. Reducción de tiempos de producción a medio y largo plazo.

Una de las razones más importantes por las que una gran empresa decide invertir en la innovación de procesos es por su alta rentabilidad a medio y largo plazo.

2. Mejora de la productividad y efectividad del equipo humano.

La segunda ventaja destacable de la innovación de procesos tiene mucho que ver con la anterior: en cuanto el equipo humano supera la curva de aprendizaje del nuevo software implementado, se produce un aumento de su eficacia y productividad.

3. Prevención de pérdidas económicas producto de los errores humanos.

En cualquier gran organización existen errores humanos, fallos producidos por la presión de los plazos, la exigencia de las directrices, el exceso de carga de trabajo, etc. Estos fallos humanos son inevitables y, lo peor de todo, suponen la pérdida de una gran cantidad de dinero.

4. Mejora de los procesos de toma de decisiones.

La innovación de procesos ayuda al directivo en la toma de decisiones porque toda la información se va actualizando en los sistemas en tiempo real y, así, se pueden reunir multitud de datos cruzados en apenas unos instantes.

5. Mejora de la satisfacción final del cliente.

Cualquier empresa desea mejorar la satisfacción final de sus clientes, convertirlos en targets cautivos y evitar que elijan los productos y servicios de la competencia. La innovación de procesos permite adaptarnos a los vaivenes de la oferta y la demanda, a los cambios en las tendencias de consumo y a los retos de nuestra competencia. La innovación de procesos nos permite, en definitiva, flexibilizar nuestra oferta para que sea capaz de retener a nuestro cliente final.

Desarrollo:

Casos de éxito y fracaso.

Nombre de la empresa	Caso de éxito	Estrategias de innovación aplicada
Rappi	Venta y envío de productos de supermercado, durante la cuarentena ante el COVID este servicio ayudo a contener el número de contagios.	Aplicación móvil que permite realizar compras sin la necesidad de salir de casa.
Inditex	Transformación digital para llegar a más países y extender su mercado.	Ha desarrollado diversos canales de venta aliándose a marcas líderes en todos los continentes y expandiendo su ecommerce.
Faminisar	Planes de salud de médicos especialistas y a redes de urgencias hospitalarias	Marketing digital, esto para llegar a más personas y ampliar su cartera de clientes creando un blog que atrae orgánica a su público de interés.

Nombre de la empresa	Caso de fracaso	Estrategias de innovación aplicada
Coca-cola	Reemplazo de la clásica Coca-cola con “New Coke”.	La idea era reemplazar la Coca-cola clásica la cual no fue bien aceptada por los consumidores ya que el sabor no era lo que se esperaba.
Kodak	No adaptarse al cambio hacia la fotografía digital.	La empresa quebró al disminuir las ventas de las cámaras tradicionales y materiales fotográficos en general.

Napster	Plataforma musical declarada ilegal ya que violaba los derechos de autor.	La plataforma cometió el error de adelantarse en el tiempo y no contar con los riesgos que se tenía al violar los derechos de los autores.
---------	---	--

Solución del problema.

Nombre de la empresa	Caso de fracaso	Estrategias de innovación aplicada	Estrategia de innovación recomendada y justificación
Coca-cola	Reemplazo de la clásica Coca-cola con “New Coke”.	La idea era reemplazar la Coca-cola clásica la cual no fue bien aceptada por los consumidores ya que el sabor no era lo que se esperaba.	Cambiar el diseño del envase de la Coca-cola conservando el sabor de siempre.
Kodak	No adaptarse al cambio hacia la fotografía digital.	La empresa quebró al disminuir las ventas de las cámaras tradicionales y materiales fotográficos en general.	Hacer frente a la demanda de los clientes desarrollando plataformas digitales para ofrecer nuevos servicios en la era digital.
Napster	Plataforma musical declarada ilegal ya que violaba los derechos de autor.	La plataforma cometió el error de adelantarse en el tiempo y no contar con los riesgos que se tenía al violar los derechos de los autores.	Regular de manera legal la música que se ofrece, así como desarrollar una aplicación móvil para ofrecer diferentes servicios digitales.

Conclusión

Es recomendable para las empresas y para las futuras decisiones estratégicas que tomen con respecto a temas de innovación, dedicar recursos para potencializar la investigación y desarrollo con la finalidad de que las mismas puedan tener un papel más relevante a nivel mundial. Es fundamental que las empresas sean conscientes de que uno de los factores claves para lograr recuperarse, luego de una crisis económica es la innovación, puesto que se la puede categorizar como un motor para el progreso económico. Las estrategias de innovación juegan un papel importante ya que estas establecen la dirección que tomará la ejecución de los planteamientos propios del negocio a innovar. El papel de la innovación es para ayudar a las organizaciones a alcanzar la meta de crecimiento que a menudo el crecimiento de los ingresos provenientes de la innovación no es suficiente, a no ser que sean manejados con gran rigor.

La innovación es un elemento estratégico y determinante para la competitividad de las empresas y para el desarrollo económico empresarial. Los resultados de la innovación van a depender de las capacidades que tengan las empresas en realizar inversiones.

Referencias

1. Estrategia e innovación en la empresa | Conexión ESAN. (s. f.). <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/estrategia-e-innovacion-en-la-empresa>
2. kyocera. (2023). kyocera. <https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/business-challenges/paperless/5-ventajas-de-la-innovacion-de-procesos-en-las-grandes-empresas.html>
3. Terreros, D. (2023, 20 enero). Las 13 empresas más exitosas de Latinoamérica y España. *hubspot*. <https://blog.hubspot.es/sales/empresas-exitosas>
4. Expomark. (2016, 28 septiembre). *Los fracasos empresariales más sonados*. The Venture Spain ~ Expansión, Chivas. <https://theventurespain.expansion.com/aprender/los-fracasos-empresariales-mas-sonados.html>