

**Actividad | #2 | Estrategias de
Innovación Seminario de Innovación
y Creatividad**

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: Fátima Fernández de Lara Barrón

ALUMNO: Pilar Barajas Cervantes

FECHA: 22/12/2023

índice

Introducción.....	3
Descripción	4
Justificación	5
Casos de éxito y fracasos.	6
Solución	8
Conclusión	9
Referencias	10

Introducción

En esta segunda unidad hablaremos de las estrategias de innovación y lo importante que para una empresa puede ser. Una estrategia de innovación debe de ser creativa, inspiradora y ambiciosa, así como flexible, ya que necesita evolucionar con el paso del tiempo y adaptarse al mercado fluctuante. Por otra parte, necesita ser un proceso acelerado y evitar ser demorado por procesos burocráticos. También necesita ser clara para asignar los recursos adecuados y se pueda hacer realidad con rapidez. De acuerdo con el centro de innovación, esta etapa también es conocida como formulación táctica, implica determinar que acciones específicas se llevarán a cabo, quienes serán los responsables de cada etapa de la estrategia de innovación y en cada tiempo se espera que estén realizadas.

Enfocarse en la innovación consiste en expandir el universo de posibilidades mejorando la actividad empresarial bajo diferentes perspectivas y en varios sectores del negocio ya sea añadiendo recursos de última generación, reestructurando y automatizando los procesos o implementando acciones a tenor de necesidades emergentes. Para entender el impacto de la innovación empresarial y como llevar una idea, el mundo empresarial es tan cambiante y las industrias se transforman tan rápido que tener a una profesional con la mente en el futuro, que ocupe un cargo de alta dirección, puede ayudar a sobrellevar los problemas y a promover la innovación constante. La estrategia de innovación define el papel de la innovación y establece la dirección que tomara la ejecución de la innovación.

Descripción

Diseñar una estrategia de innovación es la vía para optimizar los procesos de recursos humanos y aumentaría la rentabilidad de la empresa. Por lo tanto, el diseño de estrategias de innovación empresarial de alto impacto es esencial para construir no solo equipos altamente competentes, sino también entornos laborales propicios para la innovación y el crecimiento organizacional. Debemos tomar en cuenta que el hablar de una estrategia de innovación nos referimos a un plan altamente estructurada y transversal a lo largo de toda la organización, es decir que contempla todos los niveles de una empresa. La innovación surge desde el interior de una empresa cuando alguien del equipo de trabajo aparece con una idea innovadora con el objetivo de mejorar algún aspecto interno de la empresa. Este puede ser un puntapié clave para analizar las organizaciones que se pueden optimizar. De esta manera algunos de los aspectos internos que se deben tener en cuenta a la hora de diseñar una estrategia de innovación en una empresa son:

- 1. Dinámicas y procesos de los equipos de trabajo.**
- 2. Objetivos de negocios y recursos humanos.**
- 3. Presupuesto, modelo de negocio y rentabilidad.**
- 4. Cultura organizacional.**

¿Qué pasaría si una empresa no innova en algún punto de su trayectoria? La respuesta es evidente irá decayendo asta, desaparecer.

Justificación

La innovación es indispensable para alcanzar un excelente desempeño competitivo en el mercado. Es una carrera que lideran las organizaciones pioneras y creativas, que apuntan a los agregados de valor y que siempre buscan diferenciarse. La innovación estratégica es clave para lograr cambios significativos en toda organización, la innovación no solo permite a las unidades económicas diversificar sus productos y tener una mayor cobertura de sus mercados. Si no que también les permite introducir mejoras en sus procesos productivos y en la calidad de producto que ofrecen en el mercado. Una estrategia de innovación proporciona a las organizaciones una hoja de ruta para aprovechar ideas creativas y canalizarlas hacia objetivos concretos.

Una estrategia de innovación guía a las organizaciones a centrar sus energías creativas en proyectos que se alinean con sus principales objetivos comerciales. Esto evita la dispersión de recursos entre numerosas ideas, lo que garantiza una asignación más eficiente de tiempo y esfuerzo. La estrategia de innovación es el catalizador que impulsa las organizaciones hacia el crecimiento, la diferenciación y el éxito. Al comprender los tipos innovación, adoptar un enfoque estratégico e inspirarse en ejemplos del mundo real, las empresas pueden trazar un rumbo que no solo navegue por los desafíos de hoy si no que también sea pionero en las posibilidades del mañana. En un mundo donde el cambio sea la única constante, una estrategia de innovación bien diseñada se convierte en la antorcha que ilumina el camino hacia una prosperidad duradera.

Casos de éxito y fracasos.

Nombre de la Empresa	Caso de Éxito	Estrategias de Innovación aplicada
Uber	<p>Esta empresa abrió caminos en el universo Startup, al convertirse en el 2008 en una de las primeras aplicaciones que permitían pedir un taxi desde la comodidad del teléfono. En ese entonces Uber solo funcionaba para solicitar autos negros y lujosos con la idea de atender a un público ejecutivo de alto nivel. No obstante, la empresa entendió que necesitaba su espectro e invirtió en una infraestructura tecnológica y humana, para expandir la app a cualquier tipo de servicio de taxi, para sí poder dar servicio a todo usuario que lo necesitara. Así, innovando y empesando con una simple app, Uber llegó a convertirse en lo que es hoy.</p>	<p>Innovación Empresarial, Uber entendió que para llegar a ser una de las marcas más reconocidas era dar servicio a todo tipo de usuario ya que solo así es como llegaría a ser una de las marcas más reconocidas a nivel mundial.</p>
Grupo Inditex	<p>inició con el lanzamiento, ese año de la plataforma online Zara Home en 13 países, la mayoría de Europa que permitía comprar en línea artículos para el hogar. Apenas era el comienzo y así año tras año empezó abriendo tiendas en línea en diferentes países para sus diversas marcas. Index sabía que, todavía, la proporción se inclinaba demasiado por las físicas, un modelo de negocios que tarde o temprano caería. Así que buscó alianzas para equilibrar su presencia online. estableciendo alianzas con grandes actores del mercado, como Alibaba en Asia, para tener mayor exposición e impulsar los pedidos en línea, de esta manera Index se convirtió en un poderoso actor de las ventas.</p>	<p>En 2007, esta empresa tradicional, que históricamente basó su éxito en las ventas físicas a través de tiendas en grandes plazas comerciales, entendió que necesitaba innovar ingresando al comercio electrónico.</p>
The Coca Cola Company	<p>The Coca Cola Company ha lanzado una serie de productos innovadores que han tenido un gran impacto en la industria como: Coca Cola Zero Sugar lanzada en el 2005 baja en calorías. Este producto ha sido un gran éxito y ha ayudado a The Coca Cola Company a traer nuevos consumidores. Honest Tea una marca de té orgánico que se lanzó en 1998. la compañía se centra en crear productos saludables y sostenibles que sean buenos para las personas y el planeta</p>	<p>Es una de las marcas más reconocidas y valiosas del mundo, y su capacidad para innovar y evolucionar en un mercado cada vez más competitivo, además es pionera en el desarrollo de nuevos productos y soluciones que han evolucionado la industria de las bebidas.</p>

Cualquier empresa, independiente del sector al que pertenece, de su actividad comercial si no se adapta al nuevo mercado lo más probable es su fracaso.

Nombre de la empresa	Caso de fracaso	Estrategia de innovación aplicada
Blockbuster	Blockbuster fue una gran marca pionera en su época y por un largo periodo de tiempo, gozaron de mucho éxito con el alquiler de películas y videos. Pero luego en la década de los 2000, rechazaron hacer sinergia con una empresa naciente (Netflix) y al poco tiempo, Blockbuster fracasó al punto de cerrar sus últimas tiendas en el 2013.	Blockbuster fue una empresa que se confió demasiado, sin darse cuenta que para mantenerse en la cima siempre tiene que estar mejorando para seguir siendo la mejor del mercado. 1._ realizar juntas para ver lo nuevo que va saliendo al mercado. 2._ Diseñar una plataforma para que los usuarios pudieran rentar sus películas sin salir de casa. 3._ Crear nuevas alianzas con empresas nuevas siempre ser innovador mejorar lo que ya se tiene.
Nokia	Fue una marca líder en telefonía móvil durante varios años pero luego apareció el iPhone, no innovaron en su modelo de negocio, y posteriormente con la aparición de Android esta empresa terminó por fracasar y cesar sus operaciones.	Nokia entendió muy tarde que cada generación nueva que llega siempre quiere lo mejor y lo más vendido en el mercado, para ello lo que le faltó fue. 1._ Modificar su propia marca más pequeño, con más espacio en la memoria interna. 2._ Realizar estrategias con otras marcas de telefonía. 3._ Diseñar nuevos teléfonos con cámaras. 4._ Invertir en software.
Kodak	Fue uno de los pioneros en el campo de la fotografía, para la década de los 70, el 90% de las películas vendidas en todo el mundo era Kodak. Pero llegó la digitalización e innovación con la cámara digital y para el 2012 estaban en banca rota para luego desaparecer.	1._ Una estrategia de innovación es siempre crear nuevas ideas y no quedar estancados en lo mismo. 2._ observar lo que ha funcionado de otras empresas. 3._ ser innovador diseñar su propia cámara también digital.

Solución

Nombre de la empresa	Caso de fracaso	Estrategia de innovación aplicada	Estrategia de innovación recomendada y aplicada
Famsa	La empresa, que a finales de marzo cerró su última tienda en México, aun enfrenta el pago de una deuda millonaria con al menos 200 acreedores, entre los cuales estan Bancomex, Mabe y Whirlpool.	Famsa es ejemplo de una empresa que no fue capaz de adaptarse a los cambios que se generaron en la pandemia. Hubo una falta de rapidez para renegociar con sus acreedores financieros así como el hacer corte en sus gastos y una reducción en sus puntos de venta. Además la empresa no entro a tiempo en los nuevos formatos omnicanales como sus competidores.	Producto o servicio, como las empresas son cada vez más competitivas, una de las formas más eficientes de innovar, y de este modo llamar la atención de su público es creando nuevos productos o servicios con el objetivo de subsanar demandas específicas de sus consumidores. con mercancías nuevas y ofertas crediticias grupo famsa uviere podido evitar su cierre de tiendas.
Olivetti	Para conservar el monopolio de sus productos (maquinas de escribir) desarrollo softwares cerrados, que eran incompatibles con otras computadoras, generando enormes costos para sus clientes. La empresa por esa mala decisión salió del negocio de las computadoras.	La marca de maquinas de escribir, supo estar a la vanguardia del desarrollo tecnológico. Fabrico calculadoras electricas, desarrollo la primera computadora de mesa y lanzo la primera netbook de la historia.	Olivetti dejo de innovar no se dio cuenta que en el mercado hay una gran competencia, si ya tenia todo para seguir siendo una de las mejores marcas, la unica estrategia de reconducción sería, observar a las nuevas empresas que estan en el mercado, y realizar la estrategia de innovacion en su marca.
Reino aventura	luego de 10 años de regalarle diversión a todos sus visitantes, en 1992, debido a que se sometería a una remodelación. Más adelante ese año, el parque de diversiones regresaría a sus operaciones normales pero esta vez con el nombre de Reino Aventura.	Incubir echos echos sobre el accidente ocurrido en las atracciones la llamada Enterprice en 1994.	Una estrategia de innovacion es estar al pendiente de todo mantenimiento, Sin el buen mantenimiento las cosas se pueden ir al ahí se va. Algunos beneficios son: 1._ Reducción de incidencias 2._ Ahorro de costes 3._ fiabilidad y seguridad

Conclusión

Como nos hemos estado dando cuenta el realizar una estrategia de innovación para las empresas es muy importante, ya que toda ella sea grande o pequeña el realizar una estrategia de innovación puede llegar a ser una de las mejores en el mercado. La innovación es el núcleo de las estrategias de negocios actuales, las empresas son cada vez más globales y competitivas, obligando a las empresas a innovar en productos y servicios. Las estrategias de innovación forman parte de la empresa para llegar al éxito y lo que obliga a las organizaciones a innovar para no salir del mercado. El propósito de la presente investigación es analizar y realizar una reflexión sobre el efecto de la innovación en el éxito de las empresas.

La implementación de estrategias de innovación abierta ayuda a las empresas ayuda a las empresas a centrarse en sus puntos fuertes y los impulsa para que se adapten mejor a las demandas del mercado. La innovación es la clave para generar valor e impulsar a la empresa hacia el éxito, para esto se debe hacer con ala innovación tecnología y no tecnología. Lo cual va a depender mucho del tipo de empresa, además visualizar que tipo de estrategias de innovación utilizar en el área requerida y el tiempo adecuado. La innovación debe empezar por el área gerencial y servir como modelo para las demás áreas. Esta investigación sobre innovación en las empresas ara un aporte al conocimiento de la ciencia y generara reflexión de su importancia.

Referencias

Crehana. (s. f.). Plataforma #1 de Desarrollo de Equipos - Crehana. <https://www.crehana.com/>

MJV Techonology. (2023, 13 septiembre). <https://www.mjvinnovation.com>

PORTAL DE REVISTAS UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC. (s. f.).

<https://revistas.ecotec.edu.ec/>