

El fracaso de Polaroid

Lecciones Aprendidas y Estrategias para el Futuro

Alumnos: Isidora Sanhueza- Matias Tapia-
Felipe Escalante

POLAROID



1958 - 1962

1962 - 1991



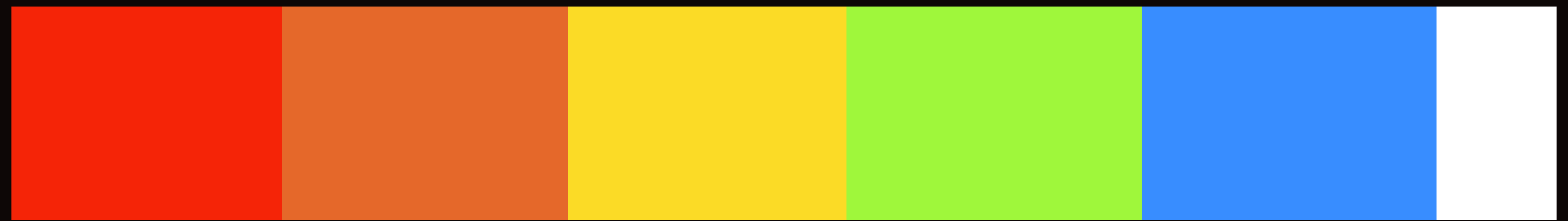
1991 - 1996

1996 - 2020

Polaroid



2020 - now

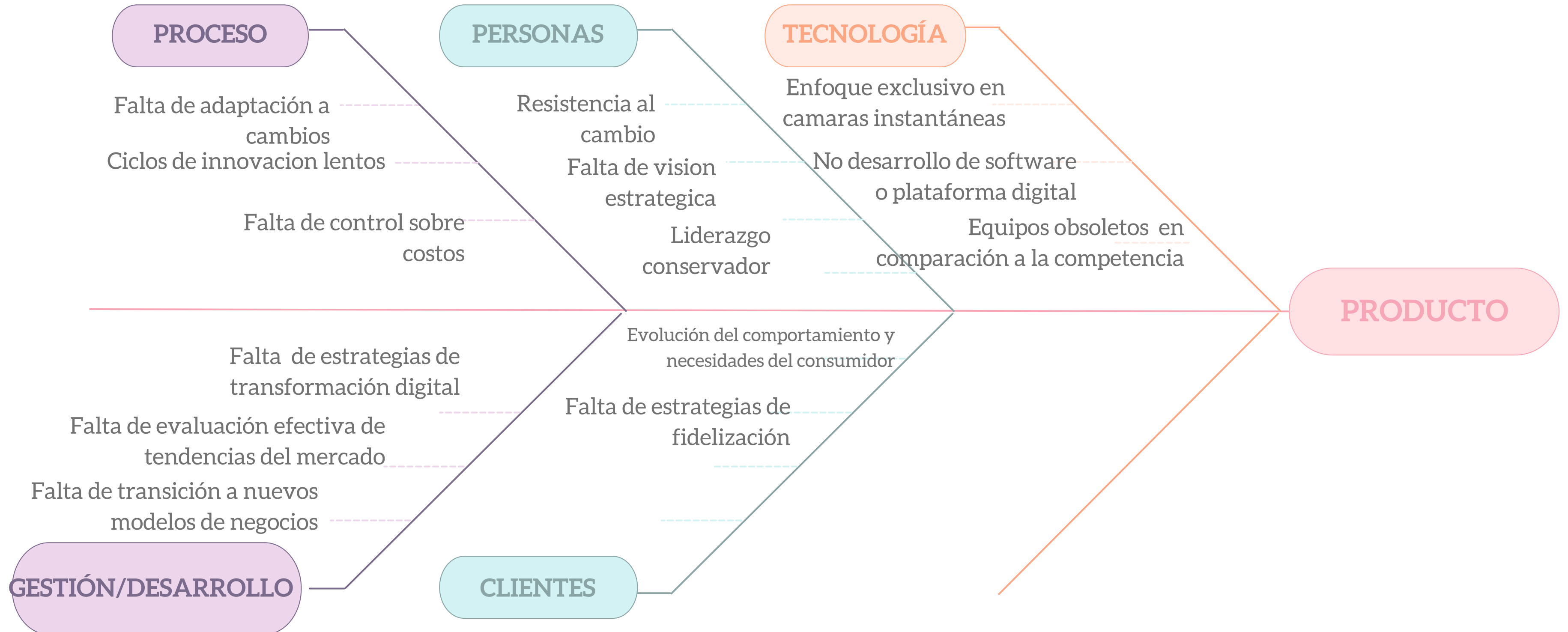




Historia de Polaroid y el Estado de la Industria

- “Polaroid Corporation. 1973 Edwin Land
- Innovación en fotografía instantánea.
- Popularidad 1970 - 1980
- Polaroid SX-70
- Otros productos: Filtros para lentes y películas.
- Entorno desafiante por la llegada de la fotografía digital
- Numerosas fotos sin costos extras, fácil edición y almacenamiento
- **Quiebra:** No se pudo adaptar a los cambios tecnológicos (Transformación digital)
- Problemas de gestión y decisiones estratégicas deficientes (falta de diversificación)
- Caída de ventas, altos costos, acumulación de deudas
- Cambios de propiedad y reestructuración

¿Por qué fracasó Polaroid? Análisis de la Raíz del Problema



Lecciones Aprendidas e Impacto

Adaptación a la tecnología:

- Negativo, lentitud en la adaptación.

Diversificación de productos:

- Negativo, dependían solo de la venta de cámaras

Innovación continua:

- Positivo, innovar y actualizar, combinar análogo con digitalización

Comprender al consumidor:

- Positivo, deseos y necesidades enfocado en Cx.

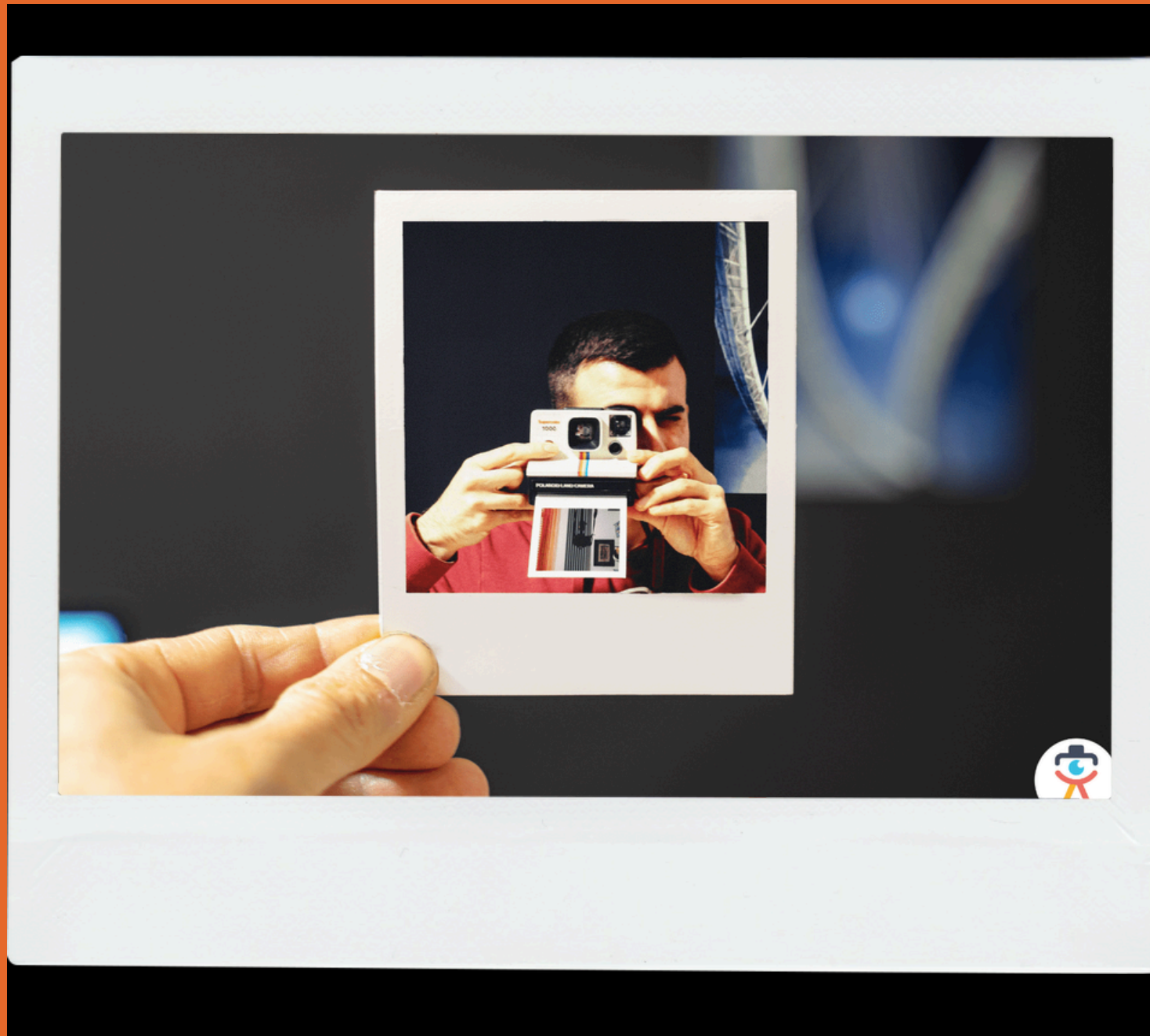
Marketing y branding:

- Positivo, reestructuración centrado en el atractivo de la fotografía instantánea.

Colaboraciones y asociaciones:

- Positivo, alianzas estratégicas con otras marcas



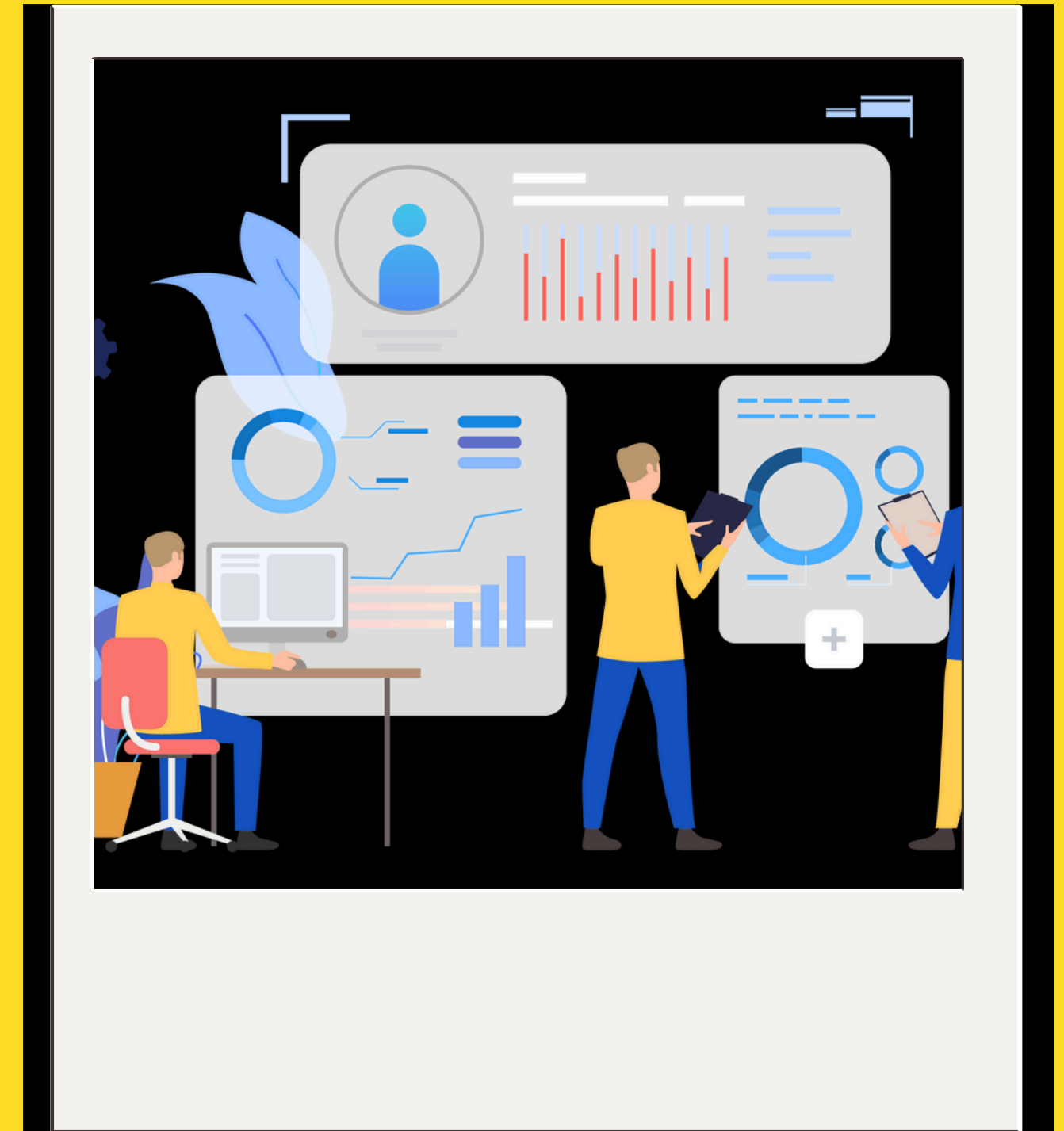


Acciones Correctivas

- **Fomentar la Innovación Continua:** Crear equipos de trabajo dedicados a la exploración de nuevas tecnologías.
- **Transformación Digital:** Invertir en tecnologías digitales y desarrollar estrategias de adaptación.
- **Diversificación de Productos:** No depender de un solo producto o modelo de ingresos.
- **Monitoreo del Mercado:** Implementar sistemas de vigilancia competitiva y análisis de tendencias.
- **Estrategia de Cambio Organizacional:** Preparar a la organización para aceptar y gestionar cambios disruptivos.

Métricas Clave para Evitar Errores Similares

- **Crecimiento de Mercado:** Evaluar la evolución de la industria y la participación en el mercado.
- **Nivel de Satisfacción del Cliente:** Encuestas y feedback constante para entender necesidades emergentes.
- **Inversión en I+D:** Medir el porcentaje de ingresos destinados a innovación.
- **Tiempo de Reacción ante Tendencias:** Evaluar la rapidez de adaptación a nuevas tecnologías.
- **Diversificación de Ingresos:** Medir la dependencia en productos específicos y su evolución.



Bibliografía



Una breve historia de Polaroid, de juguete a hito de la fotografía

Historia e imágenes de la cámara Polaroid, que revolucionó el mercado de la fotografía

Xataka Foto / May 21, 2018



Polaroid, la caída de un gigante estancado en el éxito

La marca de cámaras y fotografías instantáneas dominó el mercado, pero



Caso Polaroid: La importancia de conocer a tus clientes

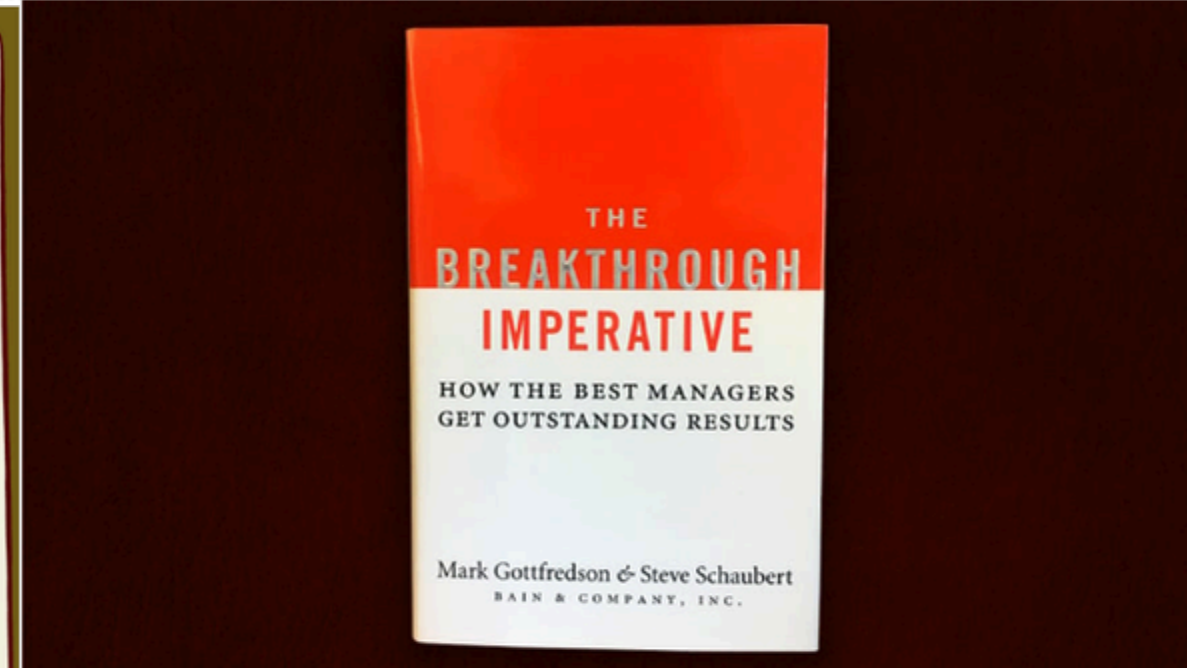
En este nuevo caso de estudio, te contamos sobre el caso Polaroid, la cámara instantánea que revolucionara el



Learning to let go: Making better exit decisions

Psychological biases can make it difficult to get out of an ailing business.

McKinsey & Company / May 1, 2006



The Breakthrough Imperative

How the Best Managers Get Outstanding Results

Bain / Mar 11, 2008