apto

Reporte estratégico

El orígen de un proyecto
de innovación

El origen de un proyecto de innovación

Con tantas oportunidades de mejora en una empresa, a veces es difícil decidir por dónde empezar.

4ta edición

Diciembre 2020

El origen de un proyecto de innovación

¿Por dónde empezar?

Muchas empresas tienen programas de innovación activos que por más que idean soluciones no logran implementarlas con éxito.

Esto se debe a que para lograr transformarse en una empresa innovadora no basta con tener buenas ideas y la iniciativa, si no que se necesita trazar una ruta que lleve a los objetivos establecidos.

Los proyectos de innovación más exitosos, nacen de identificar los dolores de los usuarios y de buscar la manera de aliviarlos mediante productos y servicios que refuercen la propuesta de valor de una empresa.

Con tantos proyectos por llevar a cabo, es importante saber priorizar y tomar en cuenta con qué capacidades ya cuenta la empresa y cuales habrá que desarrollar.

En este plan entran en juego los recursos de tiempo, personas y dinero. Sin alguno de estos pilares es imposible tener un programa de innovación exitoso.

En este reporte presentamos un sistema para identificar los diferentes tipos de proyectos y hacia dónde pueden llevar, acompañados de casos de éxito.

El miedo a innovar paraliza

La mayoría de las empresas están llenas de oportunidades de innovación, ya sea en un producto, un departamento o algún proceso, existen diversas posibilidades y proyectos que se podrían desarrollar llevando a cabo un proceso de diseño.

Sin embargo, cualquier esfuerzo de innovación conlleva el riesgo de que el proyecto no fructifique. Afortunadamente, existen diversas metodologías que ayudan a validar las ideas aumentar la probabilidad de éxito.

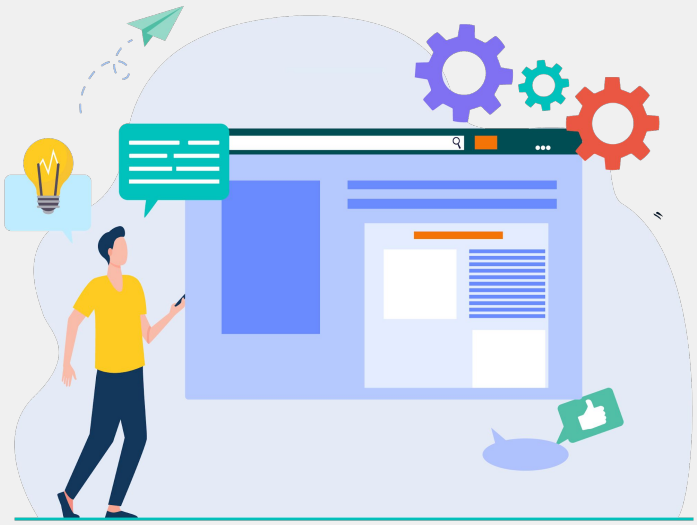
Algunas metodologías de innovación:

Pre-totype It

MVP

Design Thinking

Amazon Press Release



Por consecuencia, en un mundo donde la globalización y la velocidad de la competencia deja muy poco margen al error, muchas empresas tienden a paralizarse y concentrarse en el día a día buscando mejorar la operación y evitar errores. Esta situación es un claro ejemplo de que:

¿Hacia dónde me puede llevar la innovación?

Cuando se tiene la intención de desarrollar innovación dentro de las empresas es muy importante saber qué se quiere lograr. Hay que estar abierto a la posibilidad de que el camino para llegar ahí nos haga dar varias curvas pero siempre es bueno tener un norte.

Para ayudar a nuestros clientes a encontrar claridad en su objetivo y entender qué se necesita para alcanzarlo, les presentamos la siguiente gráfica:

Cuadrantes de innovación

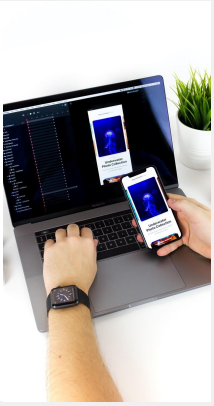
Nuevos productos y servicios

Productos y servicios existentes

03.

Crecer

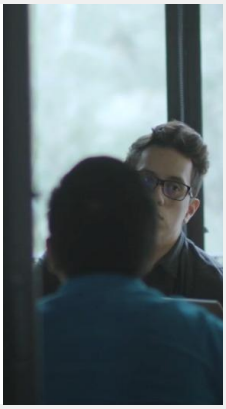
Desarrollo de productos



04.

Diversificar

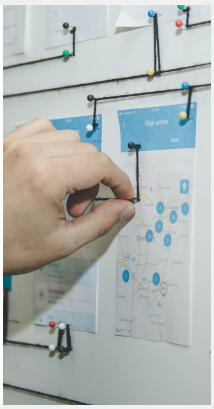
Creación de distintos núcleos de negocio



01.

Reforzar

Generación de valor en el *core* del negocio



02.

Extender

Penetración de nuevos mercados

Mercado existente

Nuevo mercado

Reforzar

Generación de valor en el núcleo del negocio.

La manera más rápida y económica de desarrollar innovación es enfocándose en mejorar lo que ya hace la empresa.

En este cuadrante se trabaja con los productos y servicios con los que actualmente cuenta la organización, a la vez que se enfoca al mismo mercado que actualmente atiende.

Este es el cuadrante de menos riesgo y donde se encuentran la mayor parte de las innovaciones que existen en el mundo, ya que son mejoras incrementales.

Aquí es donde las compañías buscan mejorar tanto sus procesos como la experiencia de sus clientes, buscando un diferenciador clave que los convierta en los líderes y referentes de la industria.

Esta estrategia apoya a las empresas a pasar de una etapa de crecimiento a consolidación, como a perpetuar el liderazgo de una empresa ya consolidada.

01

Caso Cinépolis App

Cinépolis transformó el hábito de miles de sus clientes con el lanzamiento de su aplicación móvil. Atrás han quedado los años de las largas filas para comprar boletos o de llamar a tu cine más cercano para consultar la cartelera.

Extender

Penetración de nuevos mercados

Siempre existe la posibilidad de que un producto le genere valor a segmentos de mercado que previamente no habían sido explorados por la empresa.

Los proyectos de innovación de este cuadrante buscan ofrecer productos y servicios existentes a un nuevo segmento de mercado.

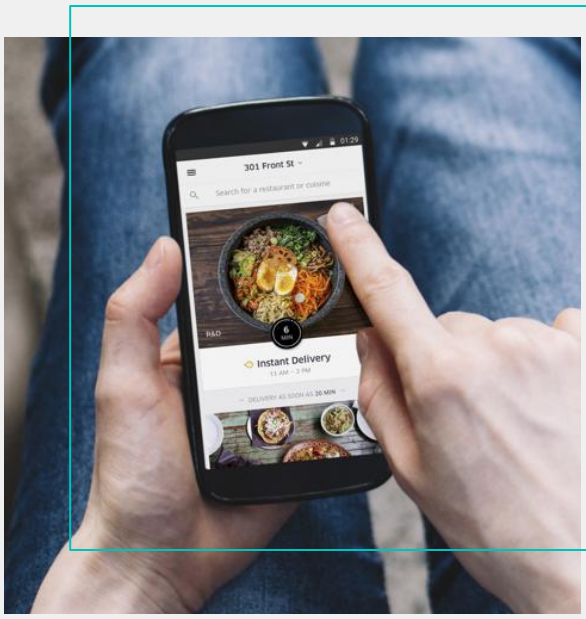
Tres estrategias distintas de expansión pueden ser:

- *Geográfica*: Llegando a nuevos territorios donde el producto aún está en las etapas iniciales del ciclo de vida.
- *Enfoque a un segmento de clientes nuevo*: Comunicando la oferta del producto a un tipo totalmente distinto de clientes.
- *Canales de comercialización*: Utilizando nuevas vías de distribución que lleguen a mercados que antes no estaban al alcance.

02

Caso Ubereats

Con el mercado de trayectos cada vez más competido y castigado en sus márgenes, Uber decidió ofrecer su tecnología, que inicialmente se diseñó para conectar a choferes y clientes, a los restaurantes para ayudarlos a conectar con sus comensales.



Crecer

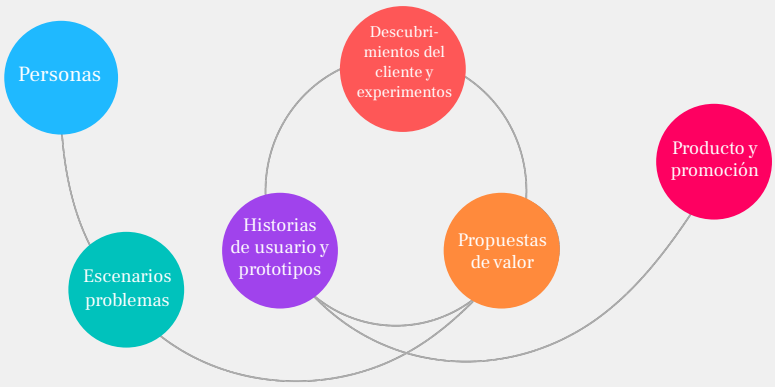
Desarrollo de producto

Los proyectos de este cuadrante están enfocados en diseñar nuevos productos y servicios que sirvan como complemento a la actual oferta de la empresa o como valor agregado.

Mediante el crecimiento de su línea de productos ,una empresa será capaz de satisfacer de una manera más personal las necesidades de sus clientes, y consecuentemente, aumentar el ticket promedio de consumo y a la participación de mercado.

Venture Design

Metodología ágil centrada en las personas para llevar una idea a través de un proceso que transforme exitosamente un concepto a un producto.



03

Caso Apple

Hemos visto cómo Apple se ha convertido en los expertos para atender las necesidades de sus clientes mediante el desarrollo de nuevos productos.

Cada nuevo lanzamiento suma al robustecimiento del ecosistema de productos que ofrece la marca.

La calidad y la facilidad de integración entre todos los productos evita que sus clientes busquen alternativas en otras marcas y fomenta la compra de productos cada vez más especializados.

Diversificar

Creación de distintos núcleos de negocio

Este tipo de proyectos son los más costosos y los que más riesgo conllevan, sin embargo, son los que de verdad tienen la capacidad de transformar industrias.

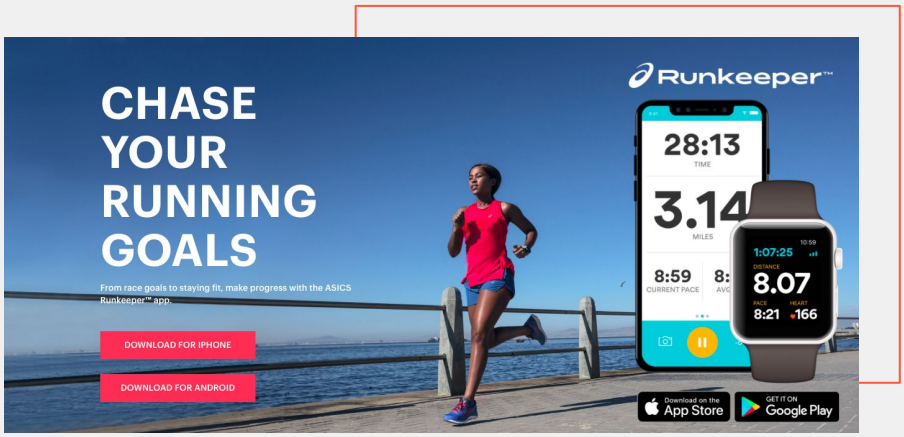
Por lo general las empresas con productos maduros y en mercados muy competidos, son las que buscan desarrollar innovaciones verdaderamente disruptivas con la finalidad de crear nuevas capacidad y llegar a nuevos mercados con nuevos productos.

El término **"innovación disruptiva"** con frecuencia es utilizado de manera equivocada. Conscientes de esta confusión, Harvard Business Review publicó un video explicando las bases teóricas de este concepto.

Haz click aquí para ver el video.

04

Caso Asics



En una industria donde cada día hay más marcas tratando de capitalizar sobre la tendencia del fitness, Asics decidió diversificar su oferta de valor y pasar de ser meramente una marca de calzado deportivo, a desarrollar un smartwatch que ayude a los deportistas a llevar registro de su actividad. Es decir, Asics se transformó a una empresa de tecnología.

Puntos clave

El inicio del éxito en la innovación es tomar acción.

El error de muchas empresas es quedarse en la etapa de ideación y no llevar a cabo los proyectos. La mejor manera de premiar una buena idea es poniéndola a prueba.

La innovación es un músculo que se ejercita con el tiempo.

Las empresas que han transformado industrias han tenido paciencia con sus programas de innovación. Cada proyecto y sus aprendizajes ayudan a construir el que sigue.

Hay que aprender a gatear antes de querer correr un maratón.

No todas las empresas están preparadas para desarrollar innovación disruptiva. Aunque parezcan poco atractivos, muchas veces los proyectos de reforzamiento son el primer paso.

Nunca perder de vista que estos proyectos van dirigidos al usuario.

En la práctica de innovación nunca hay que asumir nada de nuestros usuarios. La empatía nace del aprender a escuchar para saber cómo satisfacer esas necesidades.

Para más contenido sobre innovación y diseño de negocios sigue nuestra revista digital dando click en:

Medium

Síguenos y conviértete en parte de nuestra comunidad dando click en:

Ponte en contacto con nosotros dando click en:

Contacto