apto

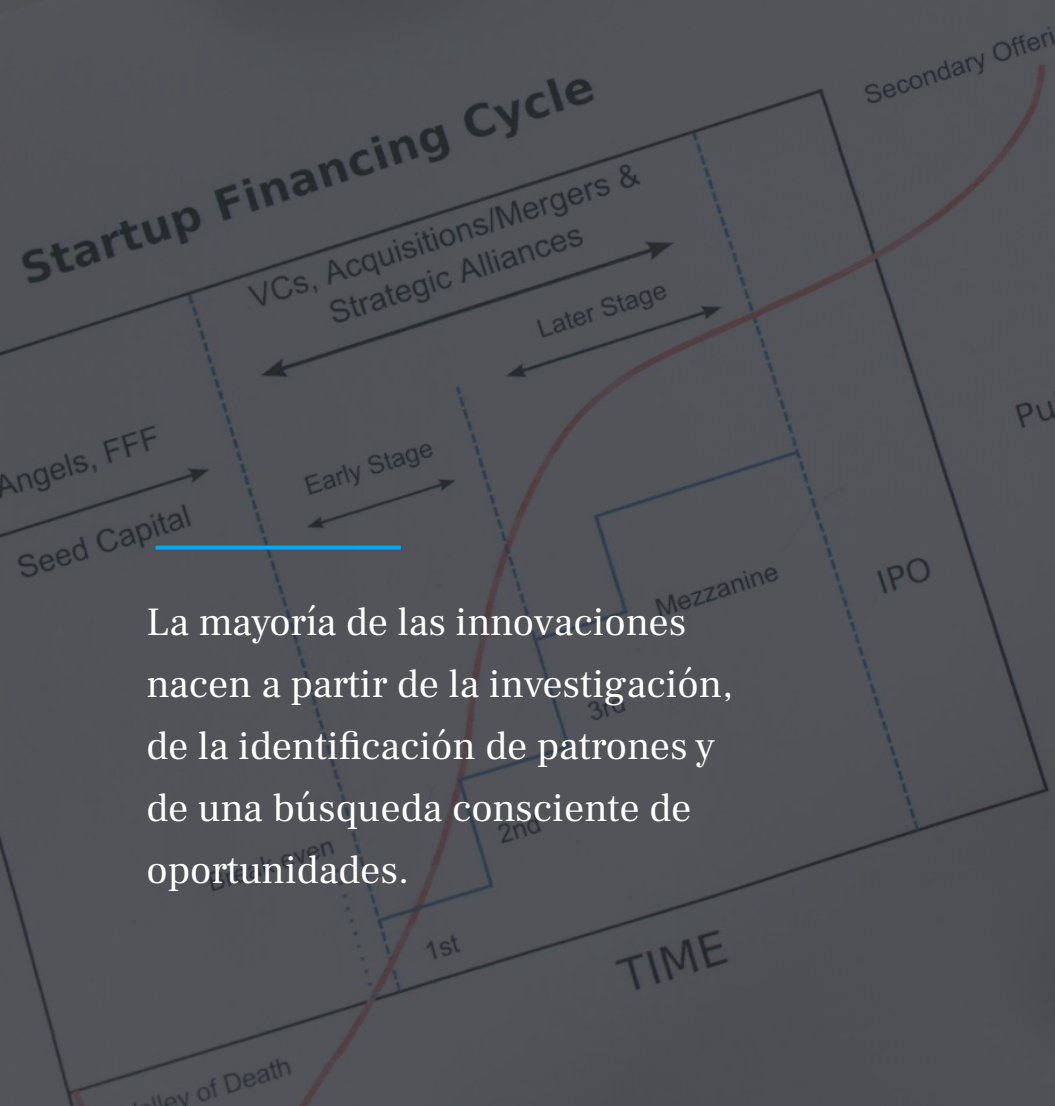
La innovación, es el proceso de descubrir una forma diferente de hacer las cosas.



Descubre oportunidades de innovación en tu organización

Reporte Estratégico

En este reporte conocerás diferentes indicadores de cambio, de los cuales se puede comenzar a incubar una idea.



La mayoría de las innovaciones nacen a partir de la investigación, de la identificación de patrones y de una búsqueda consciente de oportunidades.

Descubre oportunidades de innovación en tu organización.

La innovación, es el proceso de descubrir nuevas maneras de hacer las cosas, asegurando la generación de valor para las personas. No necesariamente tiene que ser un avance que cambie el mundo, puede involucrar mejoras simples e incrementales en cualquier área de la empresa. Esto puede llevar al surgimiento de nuevos modelos de negocio, junto con modificaciones en la operación, en los productos y en los servicios; buscando adaptarse a las necesidades y a los cambios del mercado.

84%

De los ejecutivos de empresas alrededor del mundo, consideran que el éxito depende de la innovación, según un reporte de McKinsey.



Una iniciativa de este tipo implica cierto nivel de riesgo y requiere de paciencia. Es inspiración que detona acción. Por eso, debe gestionarse como cualquier otra función corporativa: con un propósito y una estructura bien definida. Considerando lo anterior, es importante detectar las oportunidades de innovación que pueden existir, además de determinar el alcance de la transformación que se busca aplicar.

Un destello de inspiración.



De acuerdo a una investigación de Gartner, los principales drivers de innovación en la actualidad, incluyen mejoras en la experiencia del cliente y el desarrollo de nuevos productos y servicios.

La mayoría de las innovaciones nacen a partir de la creatividad, de la investigación, de la identificación de patrones y de una búsqueda consciente de oportunidades. Con esto en mente, puede haber diferentes indicadores de cambio, de los cuales se puede comenzar a incubar una idea. Según Peter Drucker, en su artículo "The Discipline of Innovation", éstos se pueden encontrar dentro y fuera de una organización dividiéndose en:

Sucesos inesperados: Los resultados inesperados, tanto positivos como negativos, pueden ser fuentes productivas de innovación, al brindar una perspectiva diferente. De esta forma, se pueden encontrar usuarios o usos imprevistos de un producto o servicio. Analizando los éxitos y fracasos, es posible detectar *oportunidades* para desarrollarlos o adaptarlos a diferentes aplicaciones.

Incongruencias: Cuando las cosas no pasan como deberían, se crea un márgen de innovación. La oportunidad de cambio existe en la diferencia entre lo que un producto o servicio es y lo que promete; aunque también se genera en la brecha de oferta y demanda de una industria. Al observar las opiniones de los consumidores, se pueden entender los problemas existentes para encontrar soluciones óptimas.

Necesidades del proceso: La necesidad es la madre de la innovación, por lo que las oportunidades se pueden encontrar en las ineficiencias de un proceso. ¿Cómo se hacen las cosas actualmente? ¿Cómo se pueden mejorar? Pensar fuera de la caja, puede traer grandes beneficios en el funcionamiento de una organización.

Cambios en la industria y el mercado: La aparición de nuevos segmentos de mercado, junto con nuevas demandas por parte de los consumidores, traen consigo posibilidades para transformar productos, servicios e industrias por completo. Tomando esto en cuenta, es conveniente identificar a los *early adopters* de industrias específicas, además de las empresas disruptivas, para identificar tendencias y anticiparse a los cambios.

Cambios demográficos: Los cambios demográficos resultan en nuevos deseos y estilos de vida que deben llenarse con nuevos productos y servicios. Las oportunidades de innovación que surgen de estos factores, suelen ser las más confiables y menos riesgosas, ya que recaen en tendencias fáciles de predecir.

Cambios en percepción: Alterar la percepción de las personas, puede generar diferentes necesidades que deben satisfacerse. Lo anterior en lo que respecta a temas de salud, belleza, medioambiente, etc. A partir de esto, deben crearse nuevos productos y servicios o construirse funciones adicionales a las ya existentes para cumplir con esas percepciones.

Conocimientos nuevos: Se refiere a nuevas áreas de descubrimiento científico que pueden llevar a la creación de productos novedosos. Este tipo de innovación es la más disruptiva, ya que normalmente toma mucho tiempo pasar de un hallazgo, a su conversión en tecnología utilizable y finalmente a su lanzamiento al mercado.

Un empujón para la creatividad

81%

De los líderes de compañías digitalmente maduras, consideran la innovación como una fortaleza, según un estudio de MIT Sloan Management Review y Deloitte.



La innovación no es casualidad. Se construye en respuesta a algo. Nace para llenar un vacío en el mercado, para solucionar un problema, para cumplir con ciertas necesidades. ¿Cómo detectar esas oportunidades? A través de la observación y consideración de distintos factores que pueden servir para explorar una idea nueva:

Atención a otras empresas

Conocer lo que están haciendo otras empresas exitosas dentro y fuera de la misma industria es una herramienta que puede utilizarse como punto de partida. ¿Qué tipo de innovación los llevó al éxito? ¿Qué se puede adaptar o replicar para abrir una oportunidad en el mercado?

Tendencias emergentes

Estar informado y actualizarse constantemente sobre las tendencias que están liderando el mercado. Lo anterior, a través de conferencias o publicaciones especializadas, que ayuden a abrir el panorama para descubrir diferentes oportunidades que generen, a su vez, nuevas ideas.

Consumidores extremos

Siempre hay que escuchar a los consumidores, pero en especial a los que se pueden considerar extremos como: los fanáticos, los *haters,* los que han dejado de consumir y los que nunca han consumido. Al hacer esto se pueden revelar características específicas y puntos ciegos que pueden elevar el valor de un negocio.

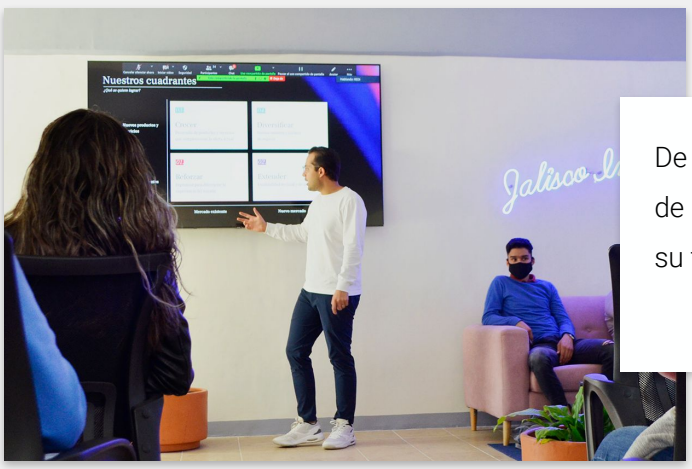
Necesidades de los usuarios

En algún momento, es probable que los usuarios de cierto producto o servicio se topen con problemas o frustraciones durante su experiencia de consumo. Es ahí donde tomar en cuenta esta retroalimentación, puede hacer la diferencia para realizar los cambios pertinentes que ayuden a arreglar las deficiencias actuales.

Colaboración

La inspiración también puede venir de personas dentro de la misma organización. Esto se puede fomentar a través de talleres estratégicos que impulsen a colaboradores de diferentes áreas a compartir sus ideas, a partir de su experiencia y observaciones.

Encontrando el camino hacia la transformación.



De acuerdo a un estudio realizado por Deloitte, 86% de las empresas digitales dedican un 10% o más de su tiempo en el trabajo experimental o innovando.

Tener una cultura de transformación, es vital en cualquier organización para crecer y desarrollarse. Al actualizarse constantemente, las empresas pueden mantenerse vigentes, adaptarse mejor al entorno, tomar riesgos, penetrar mercados más rápido y acceder a mejores oportunidades.

Con lo anterior en mente, una innovación debe estar bien enfocada para generar un impacto real. ¿Hacia dónde hay que voltear a ver para darle dirección?

Hay 4 áreas básicas a considerar:

1. ***Tecnología y funcionalidades:*** Adoptar nuevas tecnologías en un negocio es una forma común de innovación y es uno de los elementos principales que suelen acompañar a la digitalización. Puede incluir la implementación de:
    - *Servidores en la nube*
    - *Aplicaciones móviles*
    - *Machine Learning* e Inteligencia Artificial (IA)
    - Automatización Robótica de Procesos (RPA)
    - Realidad Aumentada y Realidad Virtual (VR)
    - Redes sociales
    - Internet de las cosas (IOT)

2. ***Experiencia de usuario y diseño:*** Avances en la experiencia de usuario (UX) y diseño de un producto digital, experiencias o nuevos productos no tecnológicos son esenciales en una innovación para realizar mejoras significativas en lo que respecta a su funcionalidad.

3. ***Modelos de negocio:*** El descubrimiento de nuevas propuestas de valor o maneras de abordar la venta de un producto o servicio puede generar un cambio significativo y duradero en la forma de consumir.

4. ***Procesos:*** En un proyecto de transformación digital, la optimización de procesos es una parte fundamental para mejorar el rendimiento y la productividad en las empresas. Algunas herramientas clave para identificar las oportunidades presentes y lo que se necesita para refinar cada paso son: empathy maps, customer *journey maps, service design,* además de incorporar la retroalimentación de los clientes.

Conclusiones

- La innovación, es una ventaja competitiva para cualquier organización; tiene que tomarse en cuenta al momento de expandirse, en tiempos de crisis o simplemente para mantenerse relevante en un entorno cambiante. Es un esfuerzo que debe empezar con un análisis de oportunidades de una forma sistemática y organizada.

- El punto de partida recae en identificar el alcance y las áreas de mejora en lo que respecta a consumidores, proveedores y procesos internos. Al final de cuentas, las innovaciones deben estar enfocadas en lo que va dictando el mercado.

- Las posibilidades de transformación, surgen por segmentos emergentes de consumidores; segmentos existentes ignorados o descuidados; nuevas necesidades, junto con nuevas maneras de producir y entregar productos.

Apto

Innovación y Transformación Digital

Para más contenido sobre innovación y diseño de negocios da clic en:

Medium Miro Experts

Síguenos y conviértete en parte de nuestra comunidad dando clic en nuestros links:

Ponte en contacto con nosotros dando clic en:

Contacto