

¿CÓMO REFORMULAR PARA EL FUTURO? ¹

HAY MÁS DE UN CAMINO PARA TRANSFORMARSE Y LIDERAR EN EL MERCADO

En un mercado altamente dinámico, las empresas que mantengan su liderazgo en la industria son aquellas capaces de anticipar la próxima ola de cambios que impacta su negocio. En la era de los gigantes tecnológicos, internet y las nuevas tecnologías, no es difícil ver que todo ha cambiado radicalmente y el ritmo de estas modificaciones se ha incrementado en forma exponencial en los últimos años.

Las palabras de moda como “*innovar*”, “*evolucionar*” y “*disrupción*” se han transformado en temas principales de discusión, a medida que más escuelas de negocios abren programas centrados en la iniciativa empresarial y crean paradigmas dinámicos. Por mucho que el progreso parezca algo bueno a los ojos del consumidor típico, la velocidad que promueve, causa una intensidad y conduce a crear productos o servicios nuevos casi de forma inmediata, así surge una pregunta en medio de todo este caos: ¿qué significa innovar? y ¿por qué las empresas deberían hacerlo? Este es un mundo en constante cambio y para estar en la cima las compañías deben asegurarse de buscar nuevas vías para innovar, mejorar lo que están haciendo e, incluso, encontrar nuevos mercados en los cuales sean capaces de crear valor para sus clientes.

La disposición de una organización para cuestionar sus paradigmas sobre cómo crear, de manera eficiente y efectiva, valor para sus clientes y otras partes interesadas es una de las principales condiciones para la innovación. Para liderar en el mercado la innovación es una condición indispensable, un desafío que puede ser algo incómodo para quienes ya están en la cima y temen al riesgo inherente de alterar su status quo.

El mayor riesgo es no innovar

Para quienes creen que las competencias centrales y las relaciones con los clientes de su empresa los protegerán para siempre, el mercado se ha plagado de análisis y estudios de casos que prueban que nada dura para siempre y que abstenerse de reinventar continuamente la propuesta de valor es el camino más seguro hacia la irrelevancia.

Seguir adelante, sin miedo, armado con una fórmula que responda a un ecosistema de innovación integrado y un compromiso permanente de adherirse a sus principios es la nueva fórmula del éxito. No es necesario ser un visionario o un pronosticador del futuro para hacer funcionar esta magia corporativa. La fórmula ha sido codificada a partir de la observación sistemática de compañías como Apple, Amazon, Starbucks y Tesla, entre otras, donde la innovación incesante y otras mejoras en su modelo operativo son el *modus operandi* que las ha impulsado al éxito.

Reformulación e innovación disruptiva

La historia de diversas compañías ha mostrado que existen dos tipos de innovación completamente distintos, ambos fundamentales para el éxito: la innovación sostenida, la cual crea mejoras continuas o incrementales en un producto o servicio que existe actualmente y

la innovación disruptiva o reformulación, la búsqueda de un enfoque completamente nuevo para crear valor en la organización, a través de un modelo de negocio, producto o servicio que no existe actualmente e involucra la comprensión del perfil de clientes que desea en el futuro.

De los dos, la innovación disruptiva conduce a un mayor riesgo, no obstante, también puede generar recompensas inmensas. Sin embargo, confiar demasiado en mantener la innovación puede plantear un riesgo mayor: la pérdida de relevancia en el mercado.

El objetivo de la reformulación es anticipar y desenterrar los problemas o aspiraciones de los clientes que otras empresas pasaron por alto y proporcionar soluciones diferenciadas y experiencias que las aborden. Reformular es atrevido y provee de un gran diferenciador, lo que se convierte en una ventaja competitiva que genera lealtad activa y una defensa ante el dinamismo del mercado.

La reformulación también proporciona otro gran beneficio, la capacidad de atraer al mejor talento a su organización, ya que pueden ser parte de algo que está reinventando el futuro.

La reformulación, al ser una irrupción en un terreno inexplorado, plantea el riesgo de una interpretación equivocada del mercado o puede conducirnos a un déficit en la ejecución. Para equilibrarlos es vital crear una cartera diversificada de innovación, pilares separados que sostengan y reformulen ideas, lideradas por diferentes equipos, con diferentes culturas, que ejecuten meticulosamente bajo distintos modelos, incluyendo los componentes de los riesgos asociados.

Esto con la intención de que cada uno genere, de forma independiente, una estratégica única, metodologías, marcos de tiempo y factores de éxito; guiados y monitoreados atentamente por la alta gerencia.





Con una cartera equilibrada de iniciativas de mantenimiento y reformulación como piedras angulares, la fórmula de innovación se completa con un plan de diferenciación enfocado y un objetivo de lealtad del cliente. Mientras los líderes de la empresa se adhieran a esto, la fórmula producirá muy probablemente resultados favorables.

En este escenario reside la verdadera prueba del liderazgo, ya que hoy no escasean el tiempo o dinero, sino la capacidad de atención para enfocarse tanto en el presente como en el futuro, con la valentía y el compromiso de reenfocar la organización, a medida que surgen las oportunidades. Sin esa agilidad, los líderes de una organización pueden verse tentados a dar por hecho el éxito de hoy, sucumbir a la complacencia, dudar en innovar y perderse el momento de reformular para el futuro.

¹ Basado en los puntos expuestos por el Dr. Peter Wilton en la ponencia "Transformación digital: ¿Cómo identificar necesidades latentes en el mercado para convertirlas en oportunidades?", durante el evento Transformación digital: ¿era de cambios o un cambio de era?, Ciudad de México, Sintec, 2017.

CIUDAD DE MÉXICO / MONTERREY / BOGOTÁ / SÃO PAULO / SANTIAGO DE CHILE

www.sintec.com
informes@sintec.com

 /SintecConsultoria  @Sintec  @Sintec_  /SintecConsultoria