

3 ejemplos de innovación ¹

Líneas aéreas de bajo costo

Las aerolíneas tradicionales en diversos países han sido desplazadas por las llamadas líneas aéreas de bajo costo, las cuales se permitieron innovar profundamente en el modelo de negocio de las aerolíneas convencionales logrando aplicar mejoras notables al modelo y estructurar las llamadas aerolíneas de bajo costo. Con el desarrollo de estas ideas innovadoras lograron reducir los precios de los boletos de aéreos entre un 50% a un 90%, de esta manera lograron que una gran parte de las personas que no tenían los recursos para pagar los precios de los vuelos aéreos convencionales pudieran abordar un avión. Este logro lo consiguieron desarrollando y aplicando las siguientes mejoras en sus procesos:

Eliminaron: Se eliminaron básicamente los servicios que se ofrecían en los vuelos, así como los asientos de primera clase para de esta manera tener más espacio para vender más boletos, todos los asientos se convirtieron a clase turista. De igual forma se eliminaron las típicas oficinas físicas de venta y prácticamente todos los boletos pasaron a ser vendidos por internet.

Redujeron: al reducir los precios de los boletos le dieron un gran valor agregado al servicio, esto se logra con la eliminación y reducción de los puntos antes mencionados, cabe destacar que con fines de reducir costos se comenzaron a usar aeropuertos secundarios, limitación del peso del equipaje por pasajero y eliminación de los asientos de primera clase.

Incrementaron: Se logró aumentar el uso de aeropuertos secundarios en importantes ciudades, esto debido a que las aerolíneas de bajo costos comienzan a usarlos para reducir los elevados costos de los grandes. Por otra parte las aerolíneas de bajo costo incrementaron la conectividad entre ciudades secundarias, ampliando así la oferta en ciudades que prácticamente no tenían flujo aéreo.

Crearon: Las aerolíneas crearon un modelo de negocios con la capacidad de viajar con la velocidad de un avión, pero al precio de hacerlo en autobús, esto trajo un gran resultado, incremento en la demanda y éxito absoluto repetido por diversas compañías en varios países.

Little Cesars, la pizza de 5 minutos

Esta innovadora franquicia ha revolucionado el modelo de negocio de las pizzas con su agresiva apuesta “**Visítanos y obtén tu pizza en menos de 5 minutos**”. Estacadena logra romper con el concepto de dominós pizza de entrega de pizzas a domicilio en menos de 30 minutos, little ceasars es un ejemplo de romper paradigmas de un modelo de negocio en un mercado excesivamente saturado, al analizar y desarrollar la idea basada en las necesidades de las personas que buscaban comida inmediata, sin esperar, en el momento que desee. Para lograr esto la empresa realizo las siguientes mejoras:

Eliminaron: Se eliminaron una gran cantidad de ingredientes para estandarizar los procesos y los productos, de manera que se ofreciera una única pizza caliente de pepperoni para ser entregada inmediatamente al cliente. La empresa también se centro en que las personas fueran ellas mismas a recoger su pizza si la querían tener en 5 minutos, haciendo así que se eliminaran prácticamente todos los costos de repartidores y combustibles haciendo el precio de la pizza aún más accesible

Redujeron: El precio de la pizza fue significativamente reducido a menos de 7 dólares, al utilizar las economías de escala y al mismo tiempo ofrecer un único producto estrella, la pizza de pepperoni lista para llevar y en muchos casos sin repartidores.

Incrementaron: Al no enfocarse en el servicio a domicilio la pizzería le dio la vuelta al modelo de negocios al tener una agresiva apuesta por tener muchos puntos pequeños en la ciudad y crecer por medio de franquicias, así podría estar cerca de cualquier cliente que tuviera la necesidad de una pizza en 5 minutos.

Crearon: Little Caesars creó el concepto de pizzas a un precio bajo con la posibilidad de tenerla en menos de 5 minutos, si tu como cliente ibas por ella. Esto fue posible al tener las pizzas hechas antes de que el mismo cliente llegara por ellas y así enfocar toda su demanda a su pizza estrella de pepperoni, si deseabas alguna otra simplemente tendrías que esperar en el establecimiento al menos unos 5 minutos más. Esa apuesta ha traído un crecimiento arrollador a la franquicia y claro está, el surgimiento de muchos imitadores de su modelo de negocios.

Groupon.com, grandes ofertas en tu ciudad.

Esta empresa logro una gran revolución en los modelos de negocios online ofreciendo grandes ofertas diarias que a su vez es suministrado por alguien más, así que la empresa únicamente es un intermediario y canal de compra de ese gran descuento ofrecido durante un periodo de tiempo determinado. Básicamente es un lugar online donde consigues ofertas de más de un 50% de descuento, actualmente en República Dominicana ya existen varias páginas como esta (TUANGO.COM, MEGUSTA .DO, VIAGRUP.COM, etc.). La empresa Groupon.com se centra en los siguientes aspectos:

Eliminar: La innovación de Groupon se enfoca en eliminar la forma tradicional de obtener nuevos clientes al igual que eliminar prácticamente todos los costos publicitarios que tienen cualquier empresa que colabora con ellos, ya que por medio de su oferta diaria la empresas que colaboran con Groupon obtienen una gran cantidad de clientes nuevos y una gran exposición publicitaria de su marca.

Reducir: La clave del modelo de negocios es crear una gran oferta sobre cualquier producto o servicio a un precio sumamente reducido, aquí Groupon establece relaciones con los proveedores del producto para hacer una promoción en su sitio a un precio bajo, donde a final de cuentas todos ganan. Al mismo tiempo el riesgo de la compra online se ve reducido ya que cualquier compra necesita una cantidad mínima de

compradores, es decir, es una compra colectiva, por lo tanto aunque hagas la compra, el cargo no se realizará si no se ha logrado una cuota mínima de clientes interesados en un producto.

Incrementar: Groupon ha logrado incrementar el flujo de clientes, publicidad y el conocimiento de negocios que eran prácticamente desconocidos por la agresiva apuesta de su modelo de negocios, que al mismo tiempo ha incrementado la cantidad de ofertas que hay en un gran número de ciudades de distintos países. Por otra parte Groupon ha incrementado la exposición publicitaria y su base de datos vía correo al tener un gran número de afiliados deseosos por ver diariamente la oferta diaria en su sitio.

Crear: La verdadera innovación de Groupon es crear un nuevo canal de compra online para cientos de productos y servicios en el que impera una relación de ganar-ganar-ganar (triple ganar), ya que en el primer ganar el cliente gana un excelente precio por la oferta que compra, en el segundo ganar el proveedor del servicio obtiene la mitad del ingreso de la oferta, así como publicidad y un nuevo cliente que deberá retener y finalmente en el tercer ganar Groupon obtiene la mitad de los ingresos de la oferta por acercar al proveedor con el cliente.

ⁱ <http://www.eoi.es/blogs/juancarloscuevas/2012/05/12/3-ejemplos-de-innovacion/>