

Noticias de Procesos de innovación en empresas | ¿Cómo innovan las empresas en el Perú? | ECONOMIA

By **Diario Gestión** 10 noviembre, 2022

3 0



credicorp

“Nuestros procesos de innovación se trabajan de forma descentralizada en las mismas líneas de negocio. De esta manera, estamos más cerca de los clientes, obtenemos mayores conocimientos del mercado, fomentamos una mayor adopción de cambios”, explica Guillermo Casaretto, Gerente de Gestión de Innovación de Credicorp.

La transformación digital y la innovación incremental (aquella que optimiza la propuesta de valor actual) se trabajan a través de la organización tradicional de cada una de las empresas del grupo Credicorp.

En tanto, la innovación disruptiva se trabaja en Unidades de Innovación, que también se ubican dentro de las mismas filiales o, en menor medida, se constituyen como otras empresas de propiedad directa del holding, explica Guillermo Casaretto.

“En Credicorp existen 10 unidades de innovación, las cuales cuentan con un gobierno centralizado para la toma de decisiones más complejas y un rol específico en nuestro proceso de innovación”, detalla. Por ejemplo, una de estas unidades es Krealo, un capital de riesgo corporativo, que se enfoca en llevar la innovación de afuera hacia adentro.

Uno de los hitos del holding en materia de innovación es la definición e implementación de una estrategia y sistema de innovación disruptiva a nivel corporativo.

Guillermo Casaretto, Jefe de Gestión de Innovación de Credicorp.

Grupo Centenario

El área de innovación de Grupo Centenario, BOX, gira en torno a tres ejes específicos: mejorar la experiencia del cliente y del usuario, transformar negocios maduros y generar nuevas fuentes de ingresos, explica Fernanda Rabines, directora de Innovación y Marketing de Grupo Centenario.

“Tiene su propio equipo, pero trabaja con un enfoque participativo. El 79% de las áreas de la empresa están involucradas en nuestros 38 proyectos de innovación”, dice Rabines.

Para el desarrollo de proyectos, la empresa aplica metodologías ágiles. Así es como entienden las necesidades de sus clientes. “Realizamos Ideathones, que son concursos de ideas de alto impacto abiertos a todos los trabajadores de la empresa”, señala. También cuentan con Brainbox, una plataforma de ideas abierta 24/7 para todos los colaboradores.

Entre los resultados, Grupo Centenario destaca que BOX trabajó en la definición de la propuesta de valor de su nueva unidad de negocio: Macrolotes. Además, en el negocio de oficinas se podría ampliar la cartera para cubrir más necesidades de cada cliente.

“Actualmente, el 60% de las visitas a nuestros complejos y el 56% de los cierres de ventas se explican por nuevos productos”, explica.



Fernanda Rabines, Directora de Innovación y Marketing de Grupo Centenario.

falabella.com

Actualmente, Falabella.com se encuentra en un proceso de transformación digital, basado en metodologías ágiles de negocio. Todas las innovaciones se desarrollan internamente, con equipos de estrategia y tecnología presentes en los diferentes mercados donde opera la empresa, dice Laura Yacachury, Gerente Corporativa de e-Commerce & Marketplace de Falabella.com.

“El lanzamiento de Falabella.com en Chile y Perú fue uno de los hitos más importantes para el Ecosistema Falabella en los últimos dos años”, dice Yacachury. El desafío, indica, consistió en el desarrollo de una plataforma que generará “valor aprobado para clientes y vendedores de ambos países”. Es un proceso evolutivo.

El área de innovación es fundamental para la empresa, por lo que le han venido destinando una importante cantidad de recursos. “Estamos enfocados en potenciar las capacidades transversales de nuestros diferentes negocios, apalancados por ser parte del ecosistema Falabella, para construir plataformas sólidas y escalables: retail omnicanal, marketplace, pagos, servicios financieros, logística y fidelización”, dice Yacachury.



Laura Yacachury, Gerente Corporativa E-commerce & Marketplace de Falabella.com.

los portales

“La innovación se gestiona tanto con procesos internos como con la intervención de laboratorios externos”, dice Gabriel Freundt, líder de Innovación y Transformación Digital de Los Portales.

En los últimos años, el proyecto de innovación más importante ha sido la consolidación de Apparka como medio de los servicios de estacionamiento. “Es una herramienta digital que permite a los clientes obtener lugares de estacionamiento de la red de Los Portales”, indica.

Para la compañía, la cultura de la innovación es muy significativa y transversal. “Lo que hemos logrado en este campo en los últimos años son iniciativas combinadas de varias áreas que identifican necesidades, diseñan soluciones y las despliegan en nuestra red de operaciones”, dice.

BCP

“La innovación en BCP se trabaja en múltiples frentes: áreas de negocio, el equipo de Data & Analytics, TI, Alianzas y el InnovaCXion Center (experiencia del cliente)”, explica Alana Visconti, gerente del BCP InnovaCXion Center.

El CIX ha estado creando nuevos productos a través de laboratorios internos desde 2015. Es así como se han creado productos y servicios como Cocos y Lucas, Warda y Yape.

Otro producto con miles de clientes y ya maduro, además de Yape, es Cuotéalo, que nació bajo el modelo de pago “compra ahora paga después” (cómpralo ahora y págalo después), dice Visconti.

“En BCP estamos invirtiendo, de manera descentralizada, más de S/ 100 millones al año en iniciativas de innovación”, dice. El foco de la compañía ahora está en el desarrollo de servicios y productos para el sector financiero. “Nuestro principal interés es identificar espacios desatendidos en el mundo de las personas y las pequeñas empresas”, señala.



Alana Visconti, gerente del Centro BCP InnovaCXion.

Avon

Avon cuenta con varios centros de innovación alrededor del mundo, donde científicos de diferentes disciplinas trabajan en la investigación y desarrollo de productos que se originan a partir de tendencias y cambios culturales.

“Los equipos también están integrados por biólogos moleculares, ingenieros, químicos, toxicólogos y especialistas en belleza que trabajan en una red de laboratorios de alta tecnología”, dice Gabriela Uribe, Gerente de Marketing de Avon. A través de estos procesos, la empresa logró el registro de más de 1.000 patentes de innovación.

De cara al futuro, “seguiremos innovando en el mundo de la belleza, brindando acceso a productos de alta calidad para todos, a precios accesibles”, dice Gabriela Uribe.



Gabriela Uribe, Gerente de Mercadeo de Avon.

DHL Express Perú

En DHL Express Perú se trabaja la innovación en línea con el grupo Deutsche Post DHL, que brinda apoyo a través de diferentes medios. “Entre ellas, destacamos nuestras propias academias para el desarrollo de las habilidades digitales de los empleados”, dice Rodrigo Boaventura, Customer Facing Manager.

Entre ellos, los grupos globales especializados en tecnologías emergentes como Data Science y Robot Process Automation, y laboratorios de innovación ubicados en Chicago, Colonia, Singapur y Dubai. “Toda esta estructura soporta los procesos de digitalización que hacemos localmente, por eso la participación externa se da en menor medida”, dice Boaventura.

Entre sus principales hitos destaca la plataforma Smart Connect, que centraliza de forma inteligente la comunicación y la integración entre los empleados. Por otro lado, la renovación del portafolio de API (interfaz de programación de aplicaciones) a través de MyDHL API.

“Buscamos innovar esencialmente en dos líneas: cultural y tecnológica. Creemos que un ambiente favorable a la innovación es fundamental para que los empleados sean partícipes del proceso y puedan aportar buenas ideas independientemente de su puesto”, dice Rodrigo Boaventura.