Caso

Desarrollo de productos: Innovación como factor de éxito

Antecedentes

Limpieza y frescura es un emprendimiento mexicano, con tecnología de patente, que nace en 2014, cuando Diego Chávez, su fundador y CEO, se dio cuenta de la importancia de tener un buen aliento en el trabajo o para cerrar un trato.

Desde el 2011 a Diego le surgió la idea, ya que en su trabajo le era difícil conseguir un espacio y tiempo adecuados para cepillarse los dientes, por lo que, al quejarse con su jefe, este le aconsejó hacer algo al respecto. A partir de aquí nacerá el emprendimiento, cuyo producto estrella se llama LIF, el cual es un cepillo bucal masticable, que está integrado por un dispositivo patentado de plástico ecológico que ayuda a eliminar el mal aliento en solo tres minutos en cualquier momento y lugar, sin azúcar y con sabor a menta, es un complemento para la higiene bucal y te brinda un refrescante aliento.

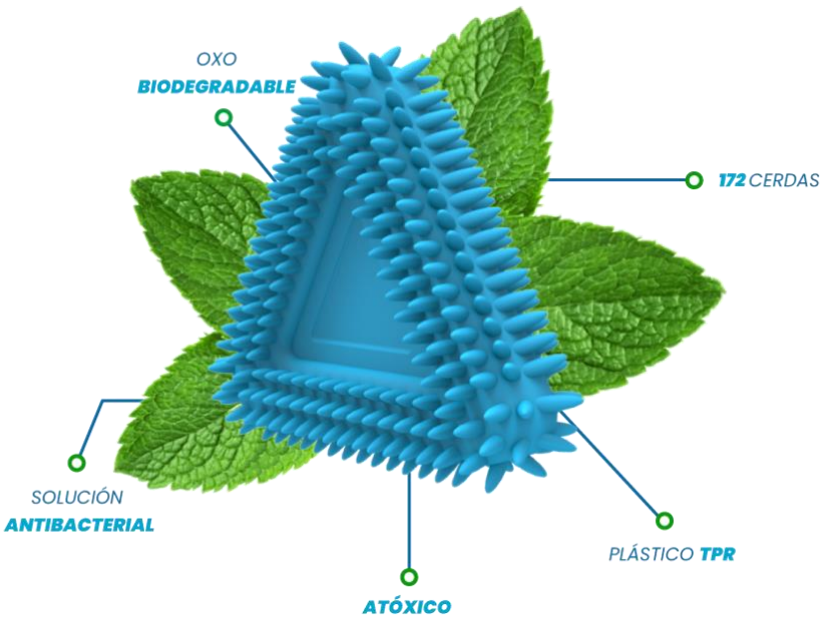

Imagen recuperada de https://limpiezayfrescura.com/ solo para fines académicos

Cabe mencionar, en 2022 LIF se graduó del reconocido programa *enlace+,* el cual cuenta con el respaldo del Tecnológico de Monterrey, y cuyo objetivo es seleccionar a las empresas con el mayor potencial de generar un impacto positivo en México, para impulsar su profesionalización a través de Consejos Consultivos. A su vez han participado en programas como Reto Zapopan (2016) y MassChallenge (2017) representando a nuestro país en Boston.

Para conocer más sobre este emprendimiento, te aconsejamos ver:
Shark Tank México. (2021, 14 de mayo). *Engañan a Charly con esta presentación | Shark Tank México* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=0iLpULuH7-c

Desarrollo

En nuestro país es raro encontrarnos con emprendimientos de base tecnológica (EBT) que logren mantener un equilibrio con el entendimiento del mercado, y **Limpieza y frescura** es uno de ellos, pues han logrado comprender muy bien cómo aplicar la teoría de trabajos, (Hernández, 2018):

> La **teoría de trabajos** se define como una metodología que busca establecer una forma de pensar novedosa en los productos y servicios: en vez de centrarse en las características de lo que se vende; es concentrar los esfuerzos de marketing en lo que hace por ti. Ya que siempre buscamos adquirir un producto o servicio para resolver una necesidad, por esta razón es importante decirles a sus clientes cómo se benefician adquiriendo su producto o servicio.

Desde sus comienzos el desarrollo de LIF no fue una tarea sencilla, fue hasta 2018 que el emprendimiento comenzó a entrar en el mercado a través de tiendas de autoservicio y franquicias, por la naturaleza del emprendimiento una parte fundamental es la validación del producto.

Con apoyo de la Facultad de Odontología de la Universidad Autónoma de Guadalajara detonaron pruebas de relación de placa dentobacteriana e identificaron que un cepillado normal elimina el 100% de las bacterias, LIF entre el 85 y 90 por ciento y un chicle entre el 25 y 30 por ciento de las bacterias.

Cabe mencionar que LIF busca no solo sustituir al chicle, también a productos similares, ya que es un producto innovador que brinda mejores ventajas, en resumen, ofrece mayor valor ya que es más saludable, ecológico y efectivo. Por lo que la visión de su fundador no es sustituir el cepillo dental, sino lograr un producto más efectivo que la goma de mascar, en la eliminación de bacterias que causan el mal aliento y enfermedades como la caries y gingivitis.

Para conocer más sobre LIF, te aconsejamos ver:
Odontoplus. (2021, 26 de mayo). *Probando Cepillo dental MASTICABLE de Shark tank ¿FUNCIONA?* [Archivo de video] Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=rKXIpS27Jkw

Estos atributos del producto han llamado la atención de odontólogos y organismos especializados, ya que han detectado que LIF tiene el potencial de mejorar la higiene bucal de sus pacientes y sin tratamientos dolorosos y costosos. Incluso, podría tener un impacto social al reducir los niveles de caries y gingivitis altos que enfrentamos en el país.

Gracias a estas condiciones, y al entendimiento del comportamiento de su consumidor, LIF ha podido ampliar su línea de productos en nueve diferentes formatos, los cuales van desde la presentación individual hasta una caja con 24 cajillas y 240 *blisters* que incluyen 1440 piezas, y así expandirse en el mercado *retail* a través de una categoría propia con más de nueve diferentes puntos de venta, reinventando de esa forma su producto y su posicionamiento en el mercado, incluso llegando a exportar a otros países como Guatemala y Colombia.

Para conocer más sobre LIF, te aconsejamos ver:
Fernando Figueroa. (2019, 25 de julio). *LIF limpieza y frescura Nueva Imagen* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=yfa6fIL8MKo

Otros de los retos a los que se enfrentó LIF fueron el proceso de desarrollo como producto emprendedor, la ejecución de los procesos industriales y la solicitud de los permisos correspondientes, ya que su certificación ante las autoridades competentes, al ser algo innovador, tuvo que enfrentarse a su desconocimiento, y es justamente aquí donde se reitera su disrupción al no ser un cepillo de dientes al 100% ni una goma de mascar.

Por lo cual, consideramos conveniente puntualizar y definir el concepto de la gestión tecnológica de Roberts (1996) citado en Pérez (2003):

La gestión de la innovación tecnológica se puede entender como la organización y dirección de los recursos, tanto humanos como económicos, con el fin de aumentar la creación de nuevos conocimientos, la generación de ideas técnicas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los ya existentes, el desarrollo de dichas ideas en prototipos de trabajo, y la transferencia de esas mismas ideas a las fases de fabricación, distribución y uso, respondiendo a las necesidades del cliente y del mercado. Se trata de un concepto que abarca a todas las áreas funcionales y servicios de la empresa.

Uno de los factores clave para el desarrollo del proyecto fue contar con el apoyo de su socio Jaime García, quien fue el único experto en comprender el proyecto desde la base y quien fungió como responsable de prototipado y producción. Además, cabe mencionar que el equipo cuenta con una persona responsable y especializada en la formulación astringente.

Por último, LIF ha mencionado también la importancia de que su emprendimiento se haya desarrollado en Guadalajara, uno de los ecosistemas de emprendimiento e innovación más relevantes en México y LATAM. Y es que al final de cuentas, “un ecosistema de innovación es impulsado por la dinámica económica en lugar de los intercambios de energía y se compone de dos tipos de economías: la economía del conocimiento y la economía comercial” de acuerdo con Jackson (2011).

Y es justo como cuestiona Diego en una entrevista para El Informador (2017): "En Jalisco tenemos la materia prima para innovar, que son los problemas. Se trata de crear ideas para resolver los problemas que tenemos", y nosotros añadiremos que no solo en Jalisco, en todo México y en nuestros contextos como países latinoamericanos y emergentes.

Cierre

LIF sin duda alguna es de los proyectos de emprendimiento más innovadores de nuestro país. Su constante evolución los lleva ahora al desarrollo de nuevos y mejores productos, pero al mismo tiempo al reto de educar y fidelizar a sus clientes sobre todo ante un producto hasta ahora singular.

Para su CEO, Diego, la mayoría del tiempo utilizamos el término emprender e innovar indistintamente cuando pueden ser complementarios. Y contrario a lo que pudiéramos suponer, desarrollar un producto innovador es complicado y no necesariamente rentable.

LIF tiene pensado fortalecer su marca y posicionamiento en el mercado y expandirse a Estados Unidos y España; si estuvieras en el papel de su CEO, ¿qué estrategia de innovación les recomendarías para multiplicar su impacto? Para responder lo anterior te sugerimos navegues por su página oficial y conozcas más del producto.

Referencias

- Hernández, M. (2018). *Metodología para innovar con éxito: Jobs to be done*. Recuperado de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/22608
- Jackson, D. (2011). *What is an Innovation Ecosystem?* Recuperado de https://erc-assoc.org/sites/default/files/topics/policy_studies/DJackson_Innovation%20Ecosystem_03-15-11.pdf
- Zahera, M. (2003). La gestión de la innovación tecnológica (GIT) en la empresa. *E-Deusto: conocimiento para ir por delante, (25)*. Recuperado de https://www.aeipro.com/files/congresos/2002barcelona/ciip02_1150_1159.2010.pdf
- El Informador. (2017). *Desarrollan un cepillo dental masticable al alcance de todos*. Recuperado de https://www.informador.mx/Economia/Desarrollan-un-cepillo-dental-masticable-al-alcance-de-todos-20170501-0125.html

Preguntas detonantes

¿Cuáles son las verdaderas necesidades de los usuarios que identificas?
¿Qué otros nuevos productos podrían desarrollar?
¿Cuál es el papel de la especificación técnica QFD para el proyecto?

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.