

ESTRATEGIA: COSTOS, DIFERENCIACIÓN E INNOVACIÓN.

Por: Víctor Manuel García Padilla.

Como lo describió Michael Porter, una estrategia de negocio se puede crear sobre la base de una ventaja competitiva. La diferenciación, el liderazgo en costos y el enfoque son estrategias generales para crear una ventaja competitiva. Hoy día, debido a la dinámica económica y al acelerado proceso de cambio, las ventajas de un producto o servicio desaparecen de manera muy rápida. Lo que ayer fue diferente hoy es un producto ordinario, lo que era exclusivo hoy es común, y lo que era barato hoy tiene un producto sustituto. Generar estrategias competitivas de largo plazo es muy difícil.

Debido a esto, en la actualidad existen otros elementos como la innovación y el conocimiento que son igualmente importantes para generar ventajas competitivas. Chan Kim y Renné Mauborgne en su libro “La estrategia del océano azul” plantean que la innovación puede generar nuevos mercados que eviten a la organización entrar en una lucha frontal y descarnada con los competidores donde nadie gana y todos pierden algo. Esta idea nos hace recordar a lo establecido por el premio Nóbel John Nash cuando hablaba de los mercados imperfectos.

Existen negocios que nos muestran como se pueden aplicar varias estrategias al mismo tiempo, es decir, comprueban que las estrategias no necesariamente deben ser excluyentes. El Cirque du Soleil, por ejemplo, ha logrado que una industria del entretenimiento como la del circo, con una pésima imagen, con problemas financieros, y con una competencia feroz, hoy sea un modelo de negocio exitoso. El Cirque Du Soleil innovó, logró diferenciarse y al mismo tiempo redujo costos. En base al conocimiento de su negocio, los directivos bajaron costos eliminando todos los espectáculos de animales, era costoso el mantenimiento, la gente se angustiaba en cada acto por temor a que algo saliera mal, y además los grupos defensores de los animales estaban encima vigilando todo el tiempo. El equipo directivo se enfocó en el alma del circo: los payasos y los trapezistas. Para hacerlo diferente le dieron un toque teatral a cada acto. Las piezas musicales son originales y cuentan una historia. Parece que el Cirque du Soleil creó una nueva industria que está entre el circo y el teatro, algo nuevo. Nadie compite con ellos, y hoy de 50 pesos que se pagan en cualquier circo de barrio, este nuevo esquema cobra la entrada en 1,500 pesos.

Las organizaciones deben establecer perfectamente su estrategia, deben permanecer en constante revisión de los elementos esenciales de su negocio u objetivo. Reinventarse, innovar y arriesgarse es una alternativa válida. Piense en las empresas u organizaciones que han revolucionado los negocios, en todas ellas el común denominador es la visión de algo nuevo, de cambiar lo establecido y romper paradigmas.

Concéntrese en algunos de estos elementos:

- La diferenciación de su producto o servicio.
- La disminución de costos.
- El segmento de mercado.
- La innovación.
- El conocimiento.

Revise cuál de estas líneas estrategias tiene su negocio, cuál está fortaleciendo y de qué forma. Cuáles son los objetivos específicos que lo llevaran a cumplir su estrategia y cómo llegará a crear un nuevo mercado en lugar de combatir con los competidores actuales.

Considere que en incade podemos ayudarle a establecer un procedimiento óptimo para generar e implementar sus estrategias.

Si requiere mayor información sobre el tema o para cualquier duda o comentario comuníquese conmigo a: victorgarcia6@hotmail.com