



UADY
UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE YUCATÁN

"Luz, Ciencia y Verdad"

ESCUELA PREPARATORIA DOS

Innovación Tecnológica

Profesor: Emilio Gabriel Rejón Herrera

ADA 5: Análisis crítico del capítulo 7 (Estrategia y tecnología), del libro Administración Estratégica (Hills, 2011).

David Alberto Pat Cituk

9 de octubre de 2023

Facultad de Matemáticas

Ingeniería de Software

Tecnología y Estrategia

Los estándares son esenciales para que la industria no se convierta en un caos. Sin estándares, los productos y servicios serían incompatibles entre sí, lo que dificultaría su uso y combinación. Además, los costos de producción y distribución serían más altos, lo que traduciría en precios más bajos para los consumidores.

Los estándares también pueden promover la innovación al crear un mercado más grande para los nuevos productos y servicios. Cuando existe un estándar, las empresas tienen una mayor confianza en que sus productos o servicios serán compatibles con los de otras empresas. Esto puede conducir a una mayor inversión en investigación y desarrollo, lo que puede dar lugar a nuevos productos o servicios más innovadores.

Por este gran poderío que han tenido los estándares, las personas siempre quieren que el suyo sea el dominante, dando lugar a una guerra de formatos. Las empresas compiten entre sí para que su tecnología se adopte como el estándar de la industria, en la que cada empresa intenta ganar la lealtad de los consumidores y los fabricantes de productos complementarios.

Los efectos de red y la retroalimentación positiva son dos fuerzas poderosas que pueden determinar el éxito o el fracaso de un estándar. En el contexto de las guerras de formatos, estas fuerzas pueden crear una dinámica en la que las empresas compiten ferozmente por ganar la lealtad de los consumidores.

Un producto o servicio es más valioso para los consumidores cuantas más personas lo utilizan, lo cual lleva a un aumento de la oferta, lo que a su vez conduce a un mayor aumento de la demanda; creando un círculo vicioso en el que el producto o servicio de una empresa se convierte en el estándar dominante.

Este círculo vicioso puede conducir a la exclusión de empresas que promueven estándares alternativos, debido a que los consumidores pueden enfrentar costos exorbitantes en comparación con los beneficios que les traería al cambiar de un estándar establecido a uno nuevo.

A veces hace falta usar estrategias no muy honestas si uno quiere lograr esto, pero está bien visto hacerlo si eres de los primeros en implementar una nueva tecnología; debido a que nadie mas sabe como hacer, tal vez uno lo puede hacer por buena voluntad, pero el acto sigue siendo el mismo.

Asegurar un suministro de complementos puede resultar en una pesadilla para los consumidores. Obliga a los clientes a depender de un único fabricante para los productos complementarios, lo que limita la elección y puede llevar a precios elevados y escasez.

Otra forma en que las empresas puedan establecer los estándares es utilizando aplicaciones asesinas. Estas aplicaciones a veces tan atractivas que los consumidores se ven obligados a adoptar un nuevo formato o tecnología para poder usarlas. Esto puede crear una presión psicológica que lleve a compras impulsivas y arrepentimiento posterior.

Las prácticas agresivas de fijación de precios y marketing pueden parecer beneficiosas al principio, pero a largo plazo pueden atrapar a los consumidores en un ecosistema costoso y cerrado, donde los complementos son caros y la competencia es restringida. También pueden utilizar el marketing para crear una falsa sensación de escasez, lo que puede aumentar la demanda y los precios.

La cooperación con competidores puede llevar a acuerdos que limiten la innovación y la elección del consumidor, lo que resulta en un mercado estancado y falta de opciones. Licenciar el formato a otras empresas puede crear un ambiente de fragmentación, donde la falta de estándares uniformes dificulta la interoperabilidad y aumenta la confusión para los consumidores.

Utilizar técnicas para imponer tu estandar puede verse como algo beneficioso que beneficie a todos, pero también pueden ser peligrosos para los consumidores. Las empresas que controlan los estándares pueden utilizar su poder para crear un monopolio, limitar la elección y aumentar los precios. Los consumidores deben ser conscientes de estos peligros y tomar medidas para protegerse.

Esto puede sonar duro para las empresas pequeñas que tratan de innovar, pero es una realidad para las grandes empresas que ya han hecho esto con resultados satisfactorios.

Ser el primero en actuar también puede ser una trampa. Los altos costos fijos de desarrollo pueden ser difíciles de recuperar, más aún si el producto desarrollado resulta ser el incorrecto, mientras que la competencia es feroz. Las que no son lo suficientemente rápidas o no tienen la capacidad suficiente para competir pueden quedar rápidamente relegadas al olvido, aunque una vez uno termine el desarrollo los costes de producción son casi nulos.

En este contexto, la fijación de precios agresiva es una estrategia común; las empresas intentan atraer a los consumidores con precios bajos, casi en pérdidas, lo que puede conducir a una guerra de precios, aquí sufren las empresas pioneras, ya que pueden ser las primeras en caer, mientras que las que pueden aprovechar las estrategias adecuadas de economías de escala y reducir los costes podrán permanecer.

A pesar de todas las cosas que se usan para estar siempre en la cima, existe siempre un momento en el que las cosas pueden cambiar; los cambios de paradigmas tecnológicos. En estos momentos la industria se ve alterada, requiriendo nuevas estrategias. Sin embargo, son las oportunidades para el crecimiento y la innovación.

Los nuevos entrantes tienen ventajas sobre las empresas establecidas al enfrentar tecnologías disruptivas, ya que no están limitados por modelos de negocio obsoletos y pueden centrarse en aprovechar la nueva tecnología. Sin embargo, también enfrentan desafíos, como la falta de capital y problemas organizativos.

Estos cambios son inevitables, pero no son necesariamente negativos son una fuerza impulsora del progreso. Abren nuevas oportunidades para las empresas y los consumidores, y pueden conducir a un mayor crecimiento y prosperidad.

Conclusión

Estamos en una industria de la innovación, donde el cambio es constante y la incertidumbre es inevitable. Sin embargo, también hay esperanza. Los cambios de paradigma pueden conducir a un futuro mejor, abrir nuevas oportunidades y resolver problemas.

la guerra de los formatos, para establecer nuestros propios estándares, los pioneros y los cambios de paradigma son parte de la naturaleza de la tecnología. Estos fenómenos pueden ser disruptivos y dolorosos, pero también pueden ser fuente de esperanza.

El hecho de que los cambios de paradigma sean inevitables significa que no hay nada que podamos hacer para evitarlos, sería como negar el propio desarrollo de la raza humana. Sin embargo, esto también significa que no tenemos que temerlos.

Podemos aprovechar los cambios de paradigma para crear un futuro mejor.