**Somos el grupo 9, nos tocó el tema de innovación y antes de llegar a este concepto quiero explicar las distintas formas en que se fueron diferenciando las empresas a través de los años y así poder desarrollar este otro concepto que es el de diferenciación.**

En los **años 50**, las Empresas se diferenciaban, como podemos ver:

Por su **volumen de producción**: siendo los bienes o productos que una empresa puede fabricar para un determinado periodo de tiempo.

También por su **eficiencia de costos**: en donde la empresa busca minimizar justamente sus costos de producción, pero(importante) sin sacrificar la calidad del producto.

Además, por el **acceso de clientes a sus productos**: es decir cuál es la facilidad y disponibilidad que tienen los clientes para adquirir los productos de la empresa. Ya que con solo querer el producto no sirve, se necesita que el cliente tenga fácil acceso al mismo para su consumo.

Y por la **eficiencia operativa**. Que no es más que la capacidad que tiene una empresa para optimizar sus procesos internos, reduciendo desperdicios y mejorando la utilización de sus recursos (tanto humanos como materiales).

En los **años 70** los mercados fueron invadidos por productos japoneses a partir de la idea de la calidad ligada a la manufactura. El producto que ofrecían era mucho más confiable, tenía mejor tecnología, y mejores materiales. Esto hace que en esta época las empresas tengan que aplicar un modelo competitivo centrado en la diferenciación de su manufactura, o sea al final, las empresas occidentales tuvieron que adaptarse al modelo japones en donde se distingue por su calidad, y así evitar ser reemplazada o replicada por la competencia.

~~Acá podemos ver algunas marcas japonesas de gran influencia por su calidad en esos años como:~~

**Sony** con sus Televisores, equipos de audio, y dispositivos electrónicos como el famoso Walkman.

**Toyota y Honda**: por sus autos y motos.

**Panasonic**: con sus electrodomésticos y equipos de audio, sobre todo radios.

**Nikon:** por lascámaras de fotos.

Entre los años 80 y 90 se adapta el modelo de los japoneses (cómo había mencionado anteriormente), haciendo que las empresas más exitosas sean las que producen bienes de alta calidad, las empresas más exitosas eran conocidas por producir bienes de alta calidad. Pero que pasa, solo tener productos de buena calidad no sería suficiente para destacarse y diferenciarse de la competencia, sino, lo que realmente diferenciaba a las empresas era la imagen que percibían los consumidores a través de sus marcas. Pasando a ser un elemento simbólico que se convierte en el principal factor diferenciador para esas épocas.

Además, tengo que mencionar que para esos años existían factores que creaban grandes cambios, cómo el Acceso a la información, el acceso a determinadas tecnologías o los cambios en los mercados a nivel social y cultural.

Y enfocándonos en el primer factor, que es el de acceso a la información, este hace que los mercados sean más transparentes. Esto significa que es más difícil para una empresa desarrollar procesos únicos que hagan que se diferencia de otras empresas en el mismo ámbito. Todo esto lo menciono porque estos factores de cambio provocan que sea menos efectivo poder generar la diferenciación que tanto mencioné.

Hoy en día es más complicado crear y mantener marcas. Se dice que una de cada cuatro marcas logra ser recordada y que ahora los consumidores son menos leales a las marcas porque los productos cambian y se actualizan muy rápido. Esto significa que es más difícil mantener el liderazgo con un solo producto por mucho tiempo.

Además, los mercados son más inestables y la competencia es más intensa, lo que hace que las empresas tengan que enfocarse más en su supervivencia.

Con esto dicho se puede decir entonces que las empresas la tienen más difícil hoy en día para conseguir alto posicionamiento o ser número uno en determinado segmento.

Recordemos que el posicionamiento es la estrategia que utiliza una empresa para crear una imagen o identidad para su producto o marca en la mente de los consumidores. Y la segmentación como el proceso de dividir un mercado en grupos más pequeños y manejables para estos consumidores que tienen necesidades o comportamientos similares.

En mercados de mucha competencia, la supervivencia de la empresa va a depender de las **COMPETENCIAS** que la misma tenga para diferenciarse del resto. Y deberán estar enfocadas en el largo plazo. Es por esto que para diferenciarse y durar en el tiempo, la empresa debe crear valor. Esto significa que la empresa debe ofrecer algo valioso que la distinga de los demás, y esto debe comenzar desde dentro de la empresa y extenderse hacia afuera, es decir creando valor para todos los participantes de la organización, sea o no con fines de lucro. Es un proceso de aprendizaje continuo, donde la empresa aprende a hacer las cosas de manera distinta a sus competidores.

Entre los atributos que ayudan a la empresa a diferenciarse tenemos:

* **La calidad del servicio y/o producto**: que es básicamente ofrecer productos o servicios que cumplan con altos estándares de calidad.
* **Calidez en la atención**: que es tratar a los clientes con amabilidad y brindando un servicio personalizado.
* **Capacidad de INNOVACIÓN**: en donde la empresa debe ser capaz de desarrollar y aplicar nuevas ideas, productos o procesos.

Por esto último, para las organizaciones le es importante buscar personas cuyas COMPETENCIAS INDIVIDUALES estén basadas en la innovación y la gestión del conocimiento, que permitan crear cosas nuevas y acelerar procesos dentro de la propia empresa. De esta manera puedo concluir que en la actualidad el principal factor de diferenciación para una empresa es el de innovación.

**Pero…¿Qué es la innovación?**

Tomando la definición de Peter Drucker, la innovación “Es un medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente”. Esta frase significa que la innovación es una herramienta que permite aprovechar los cambios que demanda el contexto (como por ejemplo aprovechar nuevas tecnologías o cambios en las preferencias de los clientes) para así crear un negocio completamente nuevo para la organización.

Las **innovaciones que triunfan** son las que **CREAN VALOR** para satisfacer nuevas necesidades.

Además, las empresas que busquen innovar exitosamente deben **anticiparse y adaptarse en forma continua a las nuevas tendencias y necesidades del mercado.**

También, como había mencionado, **genera la introducción de algo nuevo,** dando a la creación de otro negocio y no solamente otra especialidad o un agregado a la línea de producción. O sea, una innovación exitosa crea un nuevo negocio y no solo actualiza lo existente.

**Bueno…Tipos de innovación**

Existen 2 distintos tipos de Innovaciones: Radical e Incremental. (aunque ojo, porque si buscan en internet van a encontrar un 3er tipo que es la disruptiva, pero algunos autores la consideran lo mismo que la radical, así que solo vamos a diferenciarla en estos 2 tipos)

* **La innovación radical es** cuando se usa un conocimiento completamente nuevo que hace que el conocimiento actual quede obsoleto. Generando un cambio en las reglas del juego eliminando la competencia existente. Además, es drástica y da como resultado un producto mucho mejor que hace que los productos antiguos ya no sean competitivos. **Ejemplos:**
  + - La creación de la computadora.
    - La creación de las Impresoras.
    - La creación de los aviones.
* **La innovación incremental es** cuando se mejora un producto usando el conocimiento ya existente. Permitiendo incrementar las competencias de los productos actuales para asi mantenerlos competitivos en el mercado. **Ejemplos:**
  + - Creación de una cerveza sin alcohol.
    - Creación del Jabón con distintos aromas.
    - Las Tablets siendo un incremento del smartphone.