

# ¿Qué es la Estrategia?

Las estrategias en la empresa se diseñan para aprender a manejar negocios y lograr sus objetivos. Se basan en la descripción de las ideas de la empresa y ayudan a determinar la posibilidad de conocer actitudes, habilidades e intereses necesarios en el administrador, así como información fundamental y práctica para lograr el óptimo funcionamiento de un negocio.

Los autores Rojas López, M. D., & Medina Marín, L. J. (2011); definen la palabra estrategia como el arte de dirigir operaciones militares o la habilidad para dirigir; sin embargo, la palabra estrategia se usa en diferentes contextos, en nuestro caso la utilizaremos para su estudio en los negocios.

Por lo tanto, analizamos la definición de estrategia dada por Dimitri, C. R., & Rodríguez, S. Á. (2009). Dicha definición establece que las estrategias son los medios por los cuales se lograrán los objetivos. Además, las diferentes estrategias empresariales incluyen expansión geográfica, diversificación, adquisición de competidores, obtención de control sobre proveedores o distribuidores, desarrollo de productos, penetración en el mercado,

reducción, desposeimiento, liquidación, asociaciones o una combinación de algunas de estas acciones.

El propósito que tienen las estrategias es determinar y comunicar, a través de un sistema de objetivos y políticas, una descripción de lo que se desea que sea la empresa. Las estrategias muestran la dirección y el empleo general de recursos y de esfuerzos. Sin embargo, no necesariamente explican o determinan cómo debe cumplir la empresa su objetivo, es por ello que existe la planeación estratégica.

Respecto a cómo se relaciona la estrategia con la industria, se sabe que existe un vínculo entre el diseño de una acción y la organización y resultados de la empresa. Autores como Alvarado, Y., & Paz, D. (2010) mencionan algunas propuestas que han surgido en el ambiente empresarial para organizar las empresas a fin de hacerlas competitivas. Como ejemplo están los principios de la administración de Taylor y Fayol, el modelo de la burocracia ideal de Max Weber, incluso se incluyen las organizaciones flexibles donde se resalta la creatividad de sus dirigentes. Consecuente a esto, se encuentra la planeación estratégica buscando la transformación favorable de la industria, por medio de un proceso por el cual las organizaciones desarrollan instrucciones y actividades tendientes a determinar metas y objetivos a través del análisis del ambiente interno y del entorno,

# ¿Qué es la Estrategia?

adoptando cursos de acción específicos y la asignación de recursos, para hacer posible la obtención de las metas de la organización.

La planeación estratégica promueve el pensamiento a futuro, reduce la atención de detalles operativos.

Así mismo, debemos tener en cuenta que existen factores actitudinales y de comportamiento que pueden influir en la relación planeación estratégica-desempeño, los cuales rara vez son considerados en la dirección estratégica. En este sentido, podemos advertir que la planeación estratégica no es la única variable que impacta en el desempeño empresarial, sino que es parte de un conjunto de factores que mejoran el desempeño y ayudan a las empresas a lograr sus objetivos y crecer de manera más rápida y controlada (Ramírez, D.N., 2008).

Ahora bien, existen estrategias en los distintos niveles de una organización; Martínez, P. D., & Milla, G. A. (2012) definen las siguientes:

- La estrategia corporativa se enfoca en el objetivo y alcance global de la empresa para satisfacer las expectativas de los propietarios o principales stakeholders, además se encarga de añadir valor a las distintas partes de la empresa. La estrategia corporativa incluye el análisis de los tipos de negocios, la cobertura geográfica, la tipología de productos o servicios a ofertar se incluyen en el nivel corporativo de la estrategia.
- La estrategia competitiva se refiere a cómo competir con éxito en un determinado mercado; se trata de saber cómo aventajar a los competidores, qué nuevas oportunidades pueden identificarse o crearse en los mercados, qué productos o servicios deben desarrollarse en cada mercado, y el grado en que estos satisfacen las necesidades de los consumidores.
- La estrategia operativa se ocupa de los recursos, procesos, personas y sus habilidades, hacen efectiva la estrategia corporativa y competitiva.

# ¿Qué es la Estrategia?

El efecto que tiene la aplicación de estrategias dentro de una empresa depende de un proceso que se realiza en cinco fases:

1. La primera fase depende de la definición del negocio, lo cual depende del tipo de necesidades que van a ser satisfechas; es decir, los productos o servicios que se van a vender, a qué consumidores y mediante cuáles tecnologías.
2. Otro punto de intereses aplicable en el proceso son las estrategias de cartera, las cuales deben concretar todas las actividades o unidades de negocio que la empresa quiere abordar.
3. Enseguida se define la estrategia competitiva, la cual corresponde a las estrategias genéricas identificadas por Michael Porter de tres tipos: liderazgo en costes, diferenciación y enfoque o concentración en un segmento o nicho del mercado.
4. Las estrategias de crecimiento definen la forma en la que actúan las empresas para lograr los objetivos de crecimiento; es decir, si se debe crecer mediante desarrollo interno o mediante desarrollo externo.
5. Las estrategias operativas o funcionales establecen los planes de acción de cada una de las áreas o departamentos de la empresa.

## Referencia:

Alvarado, Y., & Paz, D. (2010). Elementos del pensamiento estratégico en las empresas cooperativas. *Revista de Ciencias Sociales*. 16(3), 2010. Venezuela: Red Universidad del Zulia. Recuperado a partir de: <http://www.ebrary.com>

Dimitri, C. R., & Rodríguez, S. Á. (2009). *Planeación estratégica*. Argentina: El Cid Editor | apuntes. Recuperado a partir de: <http://www.ebrary.com>

Martínez, P. D., & Milla, G. A. (2012). *Elección de estrategias*. España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado a partir de: <http://www.ebrary.com>

Ramírez, D.N. (2008). *Contabilidad Administrativa* (8va ed.). Monterrey, N.L. México: McGraw-Hill.

Rojas López, M. D., & Medina Marín, L. J. (2011). *Planeación estratégica: Fundamentos y casos*. Ediciones de la U.