

LA ESTRATEGIA, FÓRMULA DEL ÉXITO EMPRESARIAL

Por:

Lewis Charles Quintero Beltrán

Consultor Sénior-Conferencista

Email: contacto@lewisquintero.co

El pensamiento no es sólo conocimiento / detección de las constancias, regularidades, "leyes", presentes y en acción en la naturaleza. Es también estrategia, y como toda estrategia no sólo debe utilizar al máximo su conocimiento del orden, sino también afrontar la incertidumbre, el alea, es decir, las zonas de indeterminación y de impredecibilidad que encuentra en lo real.

Edgar Morin

En la actualidad del mundo empresarial, las organizaciones buscan día a día lograr una mayor competitividad y posicionamiento en los diferentes mercados, en los cuales es de vital importancia tener estrategias que se conviertan en directrices para el comportamiento de estas, pero especialmente para alcanzar las metas propuesta por la dirección. Para desarrollar una estrategia que tenga un alto impacto en la organización es necesario conocer la organización y el entorno, clave entender que la estrategia es la búsqueda premeditada de un plan de acción que permita generar una ventaja competitiva, permitiéndole a la organización crecer, posicionarse y llegar a nuevos mercados.

Las estrategias empresariales deben permitir la articulación de las fortalezas que se tienen en la organización, permitiendo lograr los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo. Para lograr que estas se conviertan en estrategias competitivas deben tener una serie de particularidades que a continuación se mencionan:

- Deben ser el medio para alcanzar los objetivos propuestos por la organización.
- Deben lograr la eficiencia en el logro de los objetivos que la organización tiene definidos.
- Para los empleados de la organización deben ser claras y de fácil comprensión.
- Es necesario que al proponerse dichas estrategias se considere la capacidad que tiene la organización.

- Cada estrategia propuesta debe ser retadora para la organización y ejecutarse en un espacio de tiempo adecuado.

Henri Mintzberg plantea que la estrategia debe ser entendida de la siguiente manera:

- **La estrategia como Plan:** es un curso de acción definido conscientemente, una guía para enfrentar una situación.
- **La estrategia como Pauta:** dirigida a ser mejor que el competidor
- **La estrategia como Patrón:** comportamiento en el curso de una organización
- **La estrategia como posición:** la cual identifica la posición de la organización en el entorno en que se mueve.
- **La estrategia como perspectiva:** esta estrategia relaciona a la organización con su entorno, que permita a la organización a adoptar determinados cursos de acción.

A nivel empresarial se determinan algunos tipos de estrategias básicas, que se refieren al rumbo que puede tomar la empresa, importante mencionar las siguientes:

- **Desarrollo de mercado.** Se dan a partir de nuevos usos para los productos o servicios que la empresa oferta, lo cual conlleva a tener un mercado objetivo más amplio permitiendo una mayor demanda de sus productos o servicios; un claro ejemplo de esta estrategia es **Google** quien en sus inicios solo se entendía como un motor de búsqueda pero hoy es a su vez un sistema de comercialización amplio que le permite llegar a un mercado amplio en el mundo.
- **Desarrollo de producto.** es una estrategia que invita una innovación constante, esta se caracteriza porque la organización crea nuevos productos o desarrolla nuevas características al producto que estas fabrican, logrando una preferencia del cliente frente a la competencia. Un caso de éxito para mencionar es **Sony** quien desarrolla tecnología de punta e invita a sus clientes a renovar los productos que esta oferta.
- **Desarrollo de la necesidad.** Esta estrategia es una posibilidad de rentabilidad alta. La estrategia busca conseguir que determinado nicho de mercado tenga la

necesidad de tener un tipo de producto o servicio específico. Un ejemplo claro de ello es la telefonía celular la cual se ha vuelto indispensable para todos.

- **Diversificación:** esta estrategia invita a crear nuevas posibilidades de negocio diferentes a las que dio origen a la organización, permitiendo tener productos y mercados distintos. Se busca separar una unidad de negocio de la otra lo cual permite que la vulnerabilidad de la organización se reduzca.
- **Estrategias de consolidación:** este tipo de estrategias busca un equilibrio entre todas las áreas o departamentos de la organización, a través de un desarrollo económico integral logrando una mayor estabilidad y desarrollo de esta.

Para evaluar una estrategia se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Objetivos claros y decisivos.** Las metas deben ser entendidas y ser decisivas, deben asegurar la viabilidad y vitalidad de la organización.
- **Iniciativa:** se debe buscar interdependencia y continuidad.
- **Concentración.** Diversificar permite un mayor éxito.
- **Flexibilidad:** Reforzar habilidades internas tanto en el equipo de trabajo como en los procesos de la organización.
- **Liderazgo.** Las estrategias exitosas requieren de compromisos, no solo de aceptación.
- **Seguridad:** es primordial considerar si la estrategia permite desarrollar recursos y otros aspectos funcionales para la organización.

Es importante entender que si una estrategia está correctamente alineada con la visión de la organización y logra ser sostenible se hace difícil de imitar, la alineación es una responsabilidad de los directivos de la organización junto con todo el equipo que conforma la empresa. Es necesario entonces la creación de un conjunto de propuestas estratégicas donde se vea reflejado la propuesta de valor (el beneficio que los clientes reciben), la propuesta de utilidades (ingresos para la organización) y la propuesta de la gente (motivaciones e incentivos que se establecen para las personas). Sin lugar a dudas la estrategia ganadora es aquella que se propone para el equipo de trabajo y donde se

genere cultura de aprendizaje, partiendo de allí las demás estrategias tendrán un impacto positivo por tener un equipo empoderado y capaz de hacer de la organización competitiva y posicionada en el mercado.