

Estrategias empresariales

Michael Porter define la **estrategia** como una serie de acciones que realiza una organización a fin de mantener su posicionamiento en el mercado, en función de la situación del entorno y de sus propias características ideológicas. Dichas acciones son las **estrategias empresariales**.

El primer paso para definir una estrategia empresarial es analizar el **entorno y el mercado**. Es necesario tener claras las características y la evolución del sector (ya sea producto o servicio), la tecnología, la competencia, la demanda, la legislación laboral, entre otros. A partir de esta información se definen los objetivos y las metas a seguir.



El siguiente paso es **analizar factores del entorno ideológico y social** de la empresa empezando por sus declaraciones de misión/visión, sus valores organizacionales, las tendencias sociológicas dominantes, como son las políticas de diversidad e inclusión, globalización, entre otras. Por último, el nivel educativo y socioeconómico a través de un análisis generacional de sus colaboradores. También aquí se analizan los recursos con los que se cuentan que pueden ser materiales, humanos o financieros.

Una vez hechos los análisis necesarios queda definido el encuadre estratégico sobre el cual se establecen las estrategias empresariales. Estas estrategias se pueden clasificar de diversas maneras, las más importantes son:

- **De diversificación:** cuando se encuentran nuevos productos para ampliar el mercado potencial con el objetivo de expandirse y alcanzar un mayor crecimiento.

- **De reducción de costos:** en esta estrategia se busca de manera sistemática encontrar ahorros en la operación del negocio. Se enfoca en cuidar el dinero y las inversiones que se hagan.
- **De diferenciación:** cuando se venden productos o servicios que son originales, diferentes de los de la competencia y que no se puedan copiar tan fácilmente, muchas veces llevan una fuerte carga de tecnología e investigación.
- **De desvinculación:** se identifican unidades de negocio que pudieran estar fuera de la razón de ser de la organización, o que se encuentran sin dar resultados satisfactorios, incluso como parte de un proceso de especialización de los productos o servicios que ofrece y tomar la decisión de deshacerse de esta operación poniéndola en venta.
- **De enfoque o nicho:** se orienta la atención en un segmento específico del mercado, concentra sus esfuerzos a la exclusividad, ofertando productos o servicios para ciertos gustos, expectativas, costumbres o hábitos de consumo característicos de ese segmento.

Una vez definida la **estrategia empresarial** debe iniciarse el proceso de planificación ya que se parte de objetivos bien definidos desde el inicio. Cada función deberá por tanto elaborar su propia planificación que responda a la estrategia y que esté orientada al logro de los objetivos. Debe existir una interrelación y dependencia entre las planificaciones específicas de cada función. Por lo tanto, no podrá existir una planificación de Recursos Humanos sin conocer y alinearse a la estrategia del área comercial, la financiera, la de producción u operaciones y la de tecnología. Lo mismo deberá pasar con las demás funciones dentro de la organización.



Si deseas obtener mayor información sobre este tema, si tu organización está interesada en realizar una revisión o planteamiento de su estrategia empresarial, contáctanos al correo contacto@megaron.com.mx o visita nuestra página [Megaron](http://Megaron.com.mx) y con gusto podremos apoyarte.