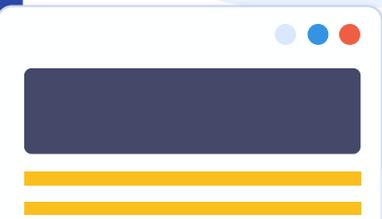
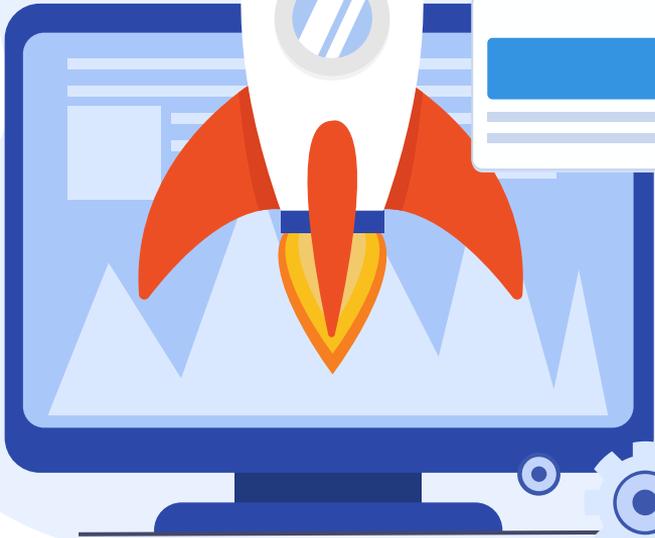
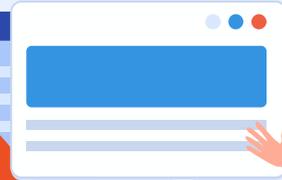


# Estrategia de negocio

Prof. Susana Sobrino



Este obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>





# Contenido

01

## Concepto

¿Qué es la estrategia de negocio y cómo se desarrolla?

02

## Objetivos

¿Cómo se eligen los objetivos a seguir?

03

## Tipos

¿Qué tipos de estrategias de negocios existen?



# 01

## Concepto

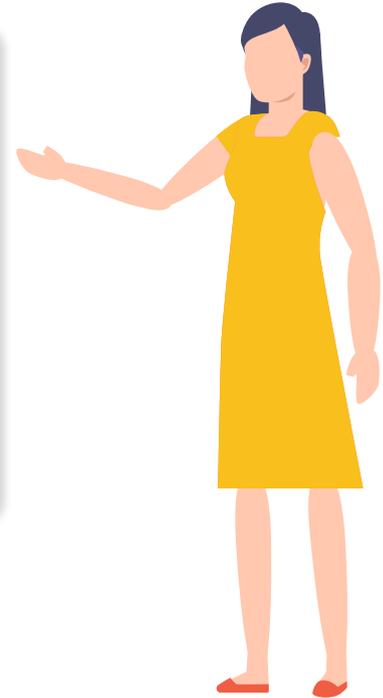
¿Qué es la estrategia de negocios?





## Estrategia de negocios

Es la planificación de la empresa para alcanzar sus objetivos de negocios específicos.





## ¿Por qué se necesita?

Sabemos que la finalidad de las empresas es obtener ganancias (fin de lucro).

Para lograrlo es necesario conseguir una **posición** en el mercado que le permita competir con las otras empresas del sector.

Luego, debe encontrar la manera de **crecer** para obtener el mayor beneficio posible.

Así que, ya sea que se trate de una empresa nueva o experimentada, debe **planificar cómo lograr sus objetivos.**



# ¿Cómo se desarrolla la estrategia de negocios?

La estrategia de negocios consiste en fijar prácticas para que la empresa logre su visión. Para ello dispone un conjunto de actividades que le permitirán establecerse en una fuerte posición competitiva, la conducirán al crecimiento del negocio y a un sólido rendimiento financiero. Si falla, se debe cambiar de estrategia o salir del negocio.

El primer paso es definir claramente los objetivos, determinar en qué situación del mercado se quiere estar en un periodo de tiempo establecido.

El segundo paso es diseñar un plan de trabajo que permita alcanzar esos objetivos. De este modo, la estrategia explica en términos prácticos cómo la empresa se diferencia de sus competidores, cómo obtiene ingresos y dónde obtiene márgenes.

La estrategia de negocios debe permitir a la empresa desarrollar diferencias sostenibles que la posicionen en su sector, aumenten el beneficio económico o consigan una expansión territorial.

# Características

- Analiza el posicionamiento actual de la empresa y qué necesita para mejorar.
- Explicita cuáles son los objetivos y metas.
- Analiza a los competidores del sector.
- Estudia a los consumidores de los bienes y servicios ofrecidos.
- Determina los caminos a seguir para lograr el éxito.
- Tiene en cuenta los imprevistos y posibles impedimentos para lograr sus objetivos.
- Proporciona un marco para los planes específicos.





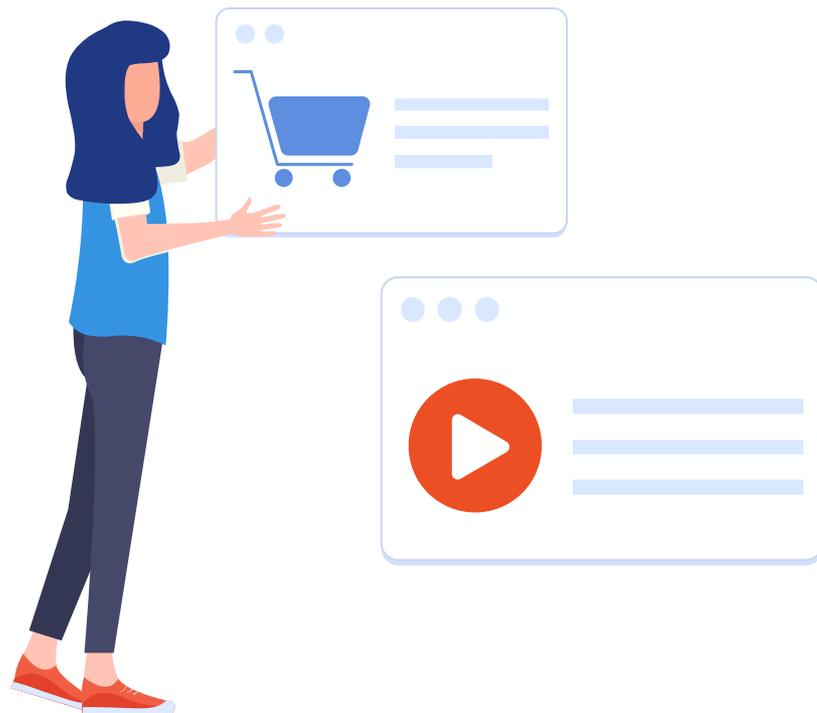
“Como seres humanos, nuestra grandeza descansa no tanto en nuestra capacidad para rehacer el mundo, sino en el poder de rehacernos nosotros”.

W. Edwards Deming

02

## Objetivos

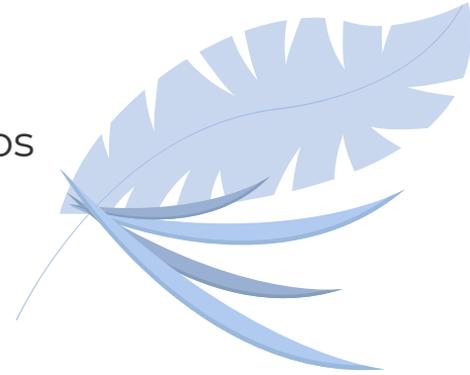
Consideraciones para  
elegir los objetivos



# ¿Cómo elegir los objetivos?

Uno de los puntos clave al diseñar la estrategia de negocios es establecer unos objetivos adecuados.

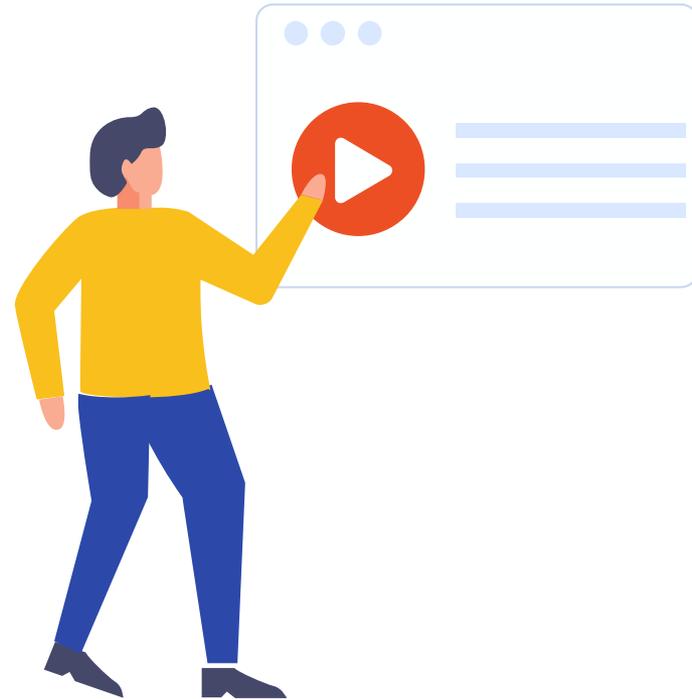
Para ello deben ser:  
eSpecíficos, Medibles,  
Alcanzables,  
Relevantes y a Tiempo.  
Es lo que se conoce en inglés con la sigla SMART.



# Específicos

Algunas preguntas que pueden guiar la elección son:

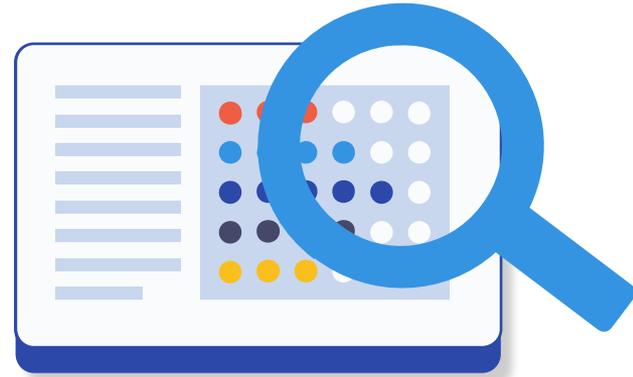
- ¿Qué se quiere lograr exactamente?
- ¿Por qué?
- ¿Cuándo?
- ¿Cómo?
- ¿Con quién o quiénes?
- ¿Dónde?
- ¿Qué alternativas existen?



# Medibles

Requiere dividir el objetivo en metas cuantificables.

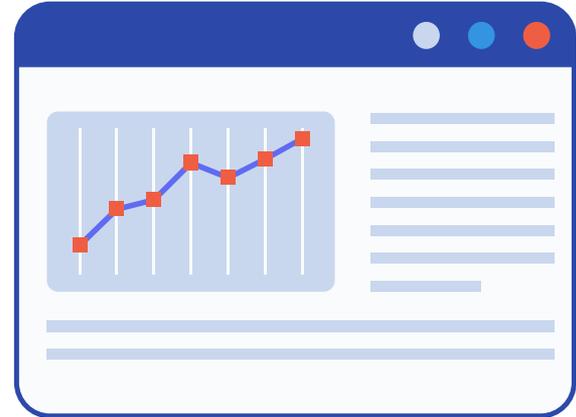
Por ejemplo, en vez de decir “Aumentar el tráfico en el sitio web” especificar un número y un plazo “Alcanzar las 5000 visitas durante el próximo mes”.



# Alcanzables

Algunas preguntas que pueden guiar la elección son:

- ¿Cuánto tiempo llevará alcanzarlo?
- ¿Requiere esfuerzos extra?
- ¿Qué costos generará?
- ¿Afecta otras prioridades?
- ¿Estamos en condiciones de hacer frente a las nuevas exigencias?
- ¿Podremos cumplir con otras obligaciones previamente asumidas?



# Relevantes

Algunas preguntas que pueden guiar la elección son:

- ¿Es realmente importante para la empresa alcanzar esa meta?
- ¿Se trata de un asunto personal?
- ¿Por qué quieres alcanzar ese objetivo?
- ¿Qué beneficios esperas obtener?
- ¿Cuáles son las consecuencias de no conseguirlo?



# A tiempo

- Debe lograrse en el momento oportuno.
- Requiere planificar cuidadosamente todas las actividades implicadas.
- Fijar plazos conocidos por todos y respetarlos.
- Considerar cierto margen de flexibilidad para hacer frente a imprevistos.
- Ser realista para evitar sobreexigir a las personas involucradas.



# 03

## Tipos

Ejemplos de estrategias de negocios más comunes



# Tipos de estrategias



## Bajo costo (Low cost)

Se busca la competitividad en precios bajos, con una buena calidad constante. Para ello se optimizan los costos.



## Soluciones completas

Se ofrece al cliente una amplia gama de bienes o servicios. Puede incluir trabajo directo de los proveedores.



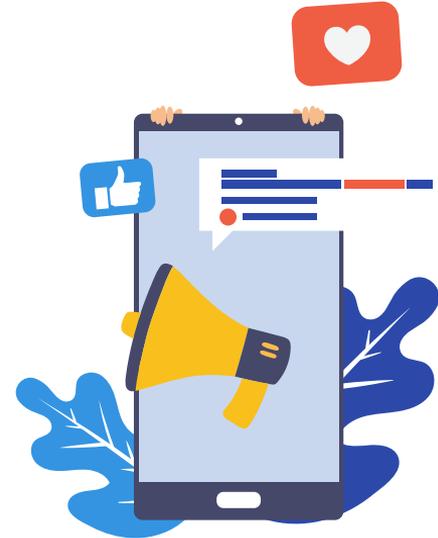
## Liderazgo de producto

Se procura dar un gran valor al producto, brindando calidad y mejores servicios de post venta. Los clientes están dispuestos a pagar más porque valoran el producto y servicios.



## Encierro (Lock-in)

Se basa en generar un valor sostenible de larga duración, ofreciendo productos difíciles de sustituir e imitar por los competidores. Los clientes son fieles a la marca.



A man with a beard, wearing a blue and white checkered shirt, is sitting at a white desk in an office. He is looking at a laptop screen and has his hands on the keyboard. The office is bright and modern, with other desks and people visible in the background. A small potted cactus is on the desk next to the laptop, and a larger potted plant is in the foreground on the right. A white text box with a red border and three colored dots (blue, blue, red) in the top right corner is overlaid on the image.

La elección de la estrategia depende de las características de la empresa y sus circunstancias actuales.

# Bajo costo

Para implementar esta estrategia hay que minimizar los costos de producción, por ejemplo mediante acuerdos a largo plazo con los proveedores.

Hay que entender bien al cliente para no malgastar recursos, saber cuáles son sus necesidades y preferencias. También hay que identificar qué características o servicios son irrelevantes.

La innovación juega un papel importante para lograr una mayor eficiencia en la elaboración del producto y así reducir los costos. También la comunicación, para tener retroalimentación de nuestros clientes.



# Liderazgo de producto

Lo que la empresa ofrece es “el mejor producto”. Para ello se enfocan en la innovación constante de sus productos y servicios. Además son extremadamente cuidadosas para mantener la más alta calidad.

Un ejemplo típico es Apple, que basa su estrategia en las características y funcionalidades de sus productos, los cuales son altamente valorados por sus clientes.

El feedback con los clientes es fundamental para entender qué es lo que resulta importante para ellos y mejorar los productos.

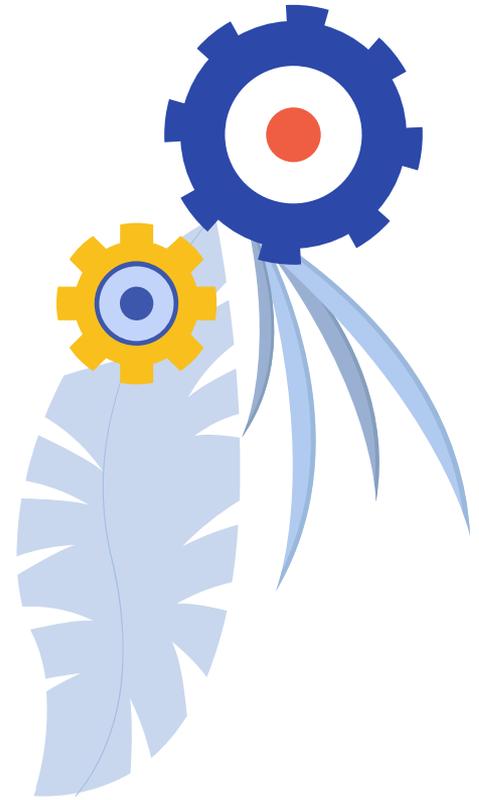


# Soluciones completas

Esta estrategia se centra en la construcción de relaciones duraderas. Para ello ofrece combinaciones de productos y servicios que brinden la totalidad que busca el comprador.

Se presta mucho cuidado a la **atención al cliente**, ofreciendo un servicio excepcional que permita su lealtad a la marca. Para ello arma paquetes a medida, personalizando el conjunto de productos y servicios ofrecidos.

Apuesta a la fidelización, ya que considera que el costo de mantener un cliente es menor que el de ganarlo. Además los clientes existentes tienen más probabilidad de probar nuevos productos y gastar **más que los clientes nuevos.**



# Encierro (lock-in)

Básicamente esta estrategia se basa en la creación de valor a través de la mejora de los productos o servicios en relación a la competencia, o al igualar el valor del producto o servicio pero a un costo menor. De este modo la empresa consigue una ventaja competitiva en relación a sus rivales.

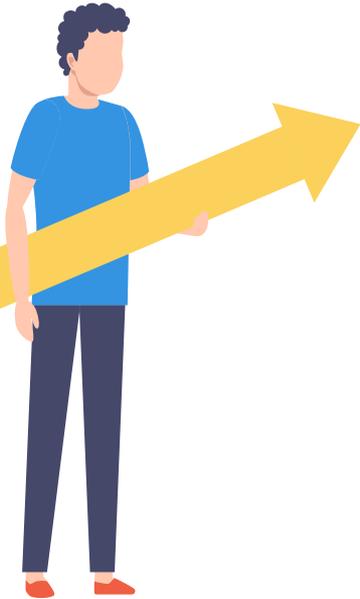
Los productos ofrecidos son difíciles de copiar o sustituir. Con esta estrategia se consigue la lealtad del cliente para que por largo periodo de tiempo siga acompañando la marca y consumiendo sus productos. Un ejemplo de ello es Coca Cola.





“Una estrategia  
delinea un territorio  
en el que una  
empresa busca ser  
única.”

Michael Porter





Este obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>