

Cursos:
Administración Estratégica
Estrategia y Competitividad
Actividad de Aprendizaje No. 5
Reporte de Investigación



Actividad de Aprendizaje No. 5: *Elaborar una definición del concepto de estrategia*
MBA. Francisco Guerrero Silva

1) Identificación de referencias bibliográficas.

1.1 Peter Drucker

Es un intento por organizar información cualitativa y cuantitativa, de tal manera que permita la toma de decisiones efectivas en circunstancias de incertidumbre, puesto que las estrategias deben basarse más en criterios y análisis objetivos que en las experiencias o la intuición que en no todas las organizaciones ni a todos los gerentes les funciona.

Drucker, Peter F., The Practice of Management, (1954)

1.2 Carl von Clausewitz

En la milicia la estrategia implica trazar el plan de guerra, dirigir las campañas individuales y a partir de ello decidir acerca de los compromisos individuales.

Gómez Miguel, Raúl. Política. El poder de las palabras, las ideas y el ingenio. México: Trillas, (2008)

1.3 Kenneth R. Andrews

Estrategia es el patrón de los objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para conseguir dichas metas, establecidas de tal manera que definan en qué clase de negocio la empresa está o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser. Es un modo de expresar un concepto persistente de la empresa en un mundo en evolución, con el fin de excluir algunas nuevas actividades posibles y sugerir la entrada de otras”.

Concepts of Corporate Strategy, Kenneth Andrews., McGraw-Hill/Irwin; 3 editions (August 1, 1994)

1.4 Alfred D. Chandler, Jr.

Obteniendo su celebre conclusión “structure follows strategy” (la estructura sigue a la estrategia), define estrategia “como la determinación de metas y objetivos básicos de largo plazo de la empresa, la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para lograr dichas metas”.

Chandler, Alfred D., Jr. 1962/1998, Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise. Cambridge, MA: MIT Press

1.5 Igor Ansoff

Lazo común entre las actividades de la organización y las relaciones producto-mercado tal que definan la esencial naturaleza de los negocios en que está la organización y los negocios que la organización planea para el futuro.

Corporate Strategy H.Igor Ansoff McGraw-Hill Inc.,US (July 1965)

Cursos:
Administración Estratégica
Estrategia y Competitividad
Actividad de Aprendizaje No. 5
Reporte de Investigación



Actividad de Aprendizaje No. 5: *Elaborar una definición del concepto de estrategia*
MBA. Francisco Guerrero Silva

2) Análisis de las citas bibliográficas.

2.1 En la definición descrita por el autor Peter Drucker podemos entender que hace referencia al análisis analítico de las cosas, llevando con nosotros siempre información relevante y confiable, sustentada de manera científica siguiendo un ciclo de interpretación para la mejor toma de decisiones, también nos podemos dar cuenta de la importancia de estar preparados para cualquier situación que se nos presente, sobretodo en tiempos de incertidumbre como lo menciona el autor, una gran reflexión es que no debemos guiarnos de manera intuitiva tratando de adivinar lo que puede pasar si hacemos algo de cierta manera o si actuamos de cierta forma ya que esto no nos garantiza el resultado mas optimo.

Si analizamos un poco mas podemos entender que también hace referencia a que todas las organizaciones son diferentes, lo que ocasiona que las estrategias sean planeadas y ejecutadas de distinta manera.

2.2 Aunque la definición descrita por Carl Von Clausewitz hace referencia a la guerra nos deja un gran punto de vista al mencionar la fragmentación de las actividades, la estrategia se realiza para llegar a una meta por lo tanto se deben de tener acciones seguidas para lograr un objetivo establecido, el autor nos describe que su forma de ver una estrategia seria el delegar actividades y dividir las en tareas individuales, podemos observar que se hace mucho énfasis en la palabra decisión o decidir, esto lo comprendo como que la base para una estrategia exitosa es entender desde el principio cual es nuestro objetivo, con quienes contamos para hacerlo y cuando queremos hacerlo, ya que formamos campañas para cada actividad de la organización y en base a eso estableceríamos metas a corto plazo, que al unirse nos dan nuestra meta de largo plazo.

2.3 En la definición del autor *Kenneth R. Andrews* podemos apreciar que nos habla de las tareas continuas de una organización, este autor nos da una definición mas científica haciendo alusión a la misión, visión, reglamentos, fortalezas y oportunidades; factores que una organización debe de utilizar para hacer planes continuos de progreso e evolución.

Nos habla acerca de los cambios continuos del mercado y como al estar preparados con una estrategia que nos de a conocer nuestro entorno interno y externo estaremos mas preparados para renovar nuestro negocio para seguir siendo competitivos en un mundo cambiante, nos comenta también el como conforme se da un cambio en el mercado debemos relegar o eliminar actividades obsoletas para abrir camino a actividades que puedan ser redituables para la compañía. Un punto clave de su definición es que una buena estrategia nos dicta quienes somos, que hacemos y a donde vamos.

Cursos:
Administración Estratégica
Estrategia y Competitividad
Actividad de Aprendizaje No. 5
Reporte de Investigación



Actividad de Aprendizaje No. 5: *Elaborar una definición del concepto de estrategia*
MBA. Francisco Guerrero Silva

2.4 La definición de Alfred D. Chadler JR con su frase de “estructura sigue estrategia” nos da a entender que la estrategia planteada en una organización debe de ir acorde con los recursos con los que cuenta la misma, menciona las metas a largo plazo con cursos a seguir, una palabra esencial sería “adopción” con esto podemos entender que los planes o estrategia a seguir no se van a completar si no los tomamos con la debida responsabilidad, interés y liderazgo. Al mencionar la asignación de los recursos podemos entender que estos deben de manejarse de una manera cuantitativa y cualitativa para poder obtener los mayores beneficios de ellos y así poder alcanzar los objetivos básicos de largo plazo.

2.5 Igor Ansoff define la estrategia como aquellas actividades que por su naturaleza ligan a una organización con su mercado- producto, con esto a mi entendimiento hace una referencia a que la estrategia debe ser el mejorar las tareas que genera un mercado en específico, o por industria, menciona también los objetivos de los negocios a futuro esto me hace pensar que este autor ya estaba pensando en las UEN y los GP, que buscan ampliar su cobertura y dominancia de mercado.

3) Desarrollo de definición del concepto de “Estrategia”.

Tomando en cuenta las definiciones de los autores antes citados.

Estrategia: Es el análisis de información cuantitativa y cualitativa que nos permitirá hacer un desarrollo de actividades estructuradas que vayan de acuerdo a nuestros recursos y ligadas al mercado en el que actuamos, siguiendo un patrón de objetivos que nos llevaran a lograr las metas propuestas.

4) Desarrollo de lo que debe entenderse por estrategia en base a las referencias consultadas y sus interpretaciones.

A) Definición propia de lo que es una estrategia: Considero que una estrategia es un curso de acción que sigue un solo objetivo; que es el lograr las metas propuestas definidas por la visión y misión personal u organizacional, que debe contar con características especiales como la flexibilidad, fortaleza ante los cambios, análisis y constante innovación.

B) Las estrategias al paso del tiempo han sido clasificadas por el campo en donde son aplicadas, presentamos las siguientes:

- Estrategia empresarial, Estrategia de marketing, Estrategia militar, Juegos de estrategia, Estrategia evolutiva, Estrategia en el ajedrez, Estrategia directiva,

Cursos:
Administración Estratégica
Estrategia y Competitividad
Actividad de Aprendizaje No. 5
Reporte de Investigación



Actividad de Aprendizaje No. 5: *Elaborar una definición del concepto de estrategia*
MBA. Francisco Guerrero Silva

Mapa estratégico, Patrón de diseño Estrategia, Pensamiento estratégico, Planificación estratégica.

C) Ejemplo de estrategia que utiliza una UEN: *Estrategia de Marketing.*

- Nombre de la empresa: Las Tortugas Tortas.
- Principal actividad a la que se dedican: La venta de comida rápida mexicana en particular la elaboración y venta de Tortas.
- La estrategia de marketing esta basada en los aspectos externos del mercado, donde se identifico la falta de profesionalismo de la competencia local de la UEN, y se llego ala conclusión de que esto podría darles una ventaja competitiva.
- La estrategia consiste en el *Branding* del negocio; mediante la renovación de la imagen del logo, identidad de negocio como señalamientos personalizados (menú, señales de seguridad, baño, azulejos impresos.), renovación de anuncios exteriores del negocio, campaña de mercadotecnia por volanteo, y muy importante la creación de una experiencia para el cliente.