



Nombre de alumno:

Teresa Méndez Pérez

Nombre del profesor:

María Isabel Roblero

Nombre del trabajo:

Trabajo complementario

Materia:

Taller del emprendedor

Grado: 9 cuatrimestre

Comitán de Domínguez Chiapas a 5 de julio de 2022.

Las estrategias de negocios son las tácticas que una empresa pone en acción para implementar una planificación comercial que le permita alcanzar determinados objetivos previamente definidos. La estrategia de negocios, entonces, guía el trabajo de toda compañía.

Definición de estrategias de negocios

Las estrategias de negocios son el conjunto de técnicas, métodos y tácticas que se ejecutan con miras a cumplir con la planificación de las metas de una empresa.

Con los objetivos comerciales establecidos, la estrategia de negocios apunta a realizar las acciones para obtener los resultados propuestos para el corto, mediano y largo plazo.

Objetivos de la estrategia de negocios

Según su tamaño y trayectoria, cada negocio podrá plantearse distintas metas a cumplir. Además, hay otros factores que influyen como la naturaleza del mercado al cual se dedica o la fase del ciclo de vida del producto en la que se encuentre un artículo que comercializa.

En este sentido, diseñar estrategias de negocios enfocadas en resultados permite trazar un recorrido claro de qué pasos debe seguir para mantener un crecimiento, partiendo de la base en la que se encuentre.

Pasemos a ver los principales objetivos que se buscan alcanzar con una estrategia de negocios.

- Penetración en el mercado

- Crecimiento de la marca

Liderazgo en el sector

Solidez financiera

➤ Penetración en el mercado

En el caso de emprendimientos pequeños o empresas que están comenzando, el objetivo primordial suele ser comenzar a posicionarse e ingresar en el nicho de mercado al que buscan dedicarse.

En estos casos, es muy común (y recomendable) desarrollar un MVP, es decir, el mínimo producto viable. Esta primera versión del producto que se quiere comercializar, con los atributos fundamentales, aquellos que resultan imprescindibles para un funcionamiento básico.

➤ Crecimiento de la marca

Este es uno de los objetivos más comunes porque, ya sea que esté dando sus primeros pasos o que se encuentre consolidada, toda marca busca seguir creciendo.

La estrategia de negocio que se aboca a hacerlo escalar puede referirse a varias metas en concreto. Algunos ejemplos son:

- Ofrecer cada vez más variedad en su catálogo de productos.
- Aumentar el tamaño de la compañía.
- Tener más repercusión en el mercado al que pertenece.
- Mejorar los productos o servicios que ofrece para especializarse.
- Superar a la competencia.

- Expandir sus fronteras hacia nuevos territorios geográficos.

- Liderazgo en el sector

Con un crecimiento sostenido, llega el momento en que la estrategia de negocios pasa a estar alineada con la idea de ser el referente máximo en determinado nicho.

Las razones de encontrarse en esta fase pueden ser que ofrezcas un producto de excelencia, por la antigüedad y trayectoria de tu empresa o porque te encuentres mano a mano con tu competidor principal.

Sea cual fuere el motivo, las empresas que logran posicionarse como líderes de un producto están siempre en un medio de alta competitividad. Esto hace que deban desarrollar estrategias de negocios cada vez más robustas para mantenerlo en el tiempo.

- Solidez financiera

Conforme una empresa va creciendo y ganando espacio en su mercado, es necesario asegurar el beneficio económico obtenido. Aquí es donde las acciones se orientan tanto a cuidar las ganancias como promover la estabilidad económica.

Cualquier compañía precisa asegurar un mínimo de solidez financiera para garantizar su continuidad y favorecer su desarrollo.