



Daniela Monserrat Jiménez Palacios  
Administración Estratégica Liderazgo estratégico,  
Profesor :Víctor Manuel Martínez Pérez  
7° cuatrimestre

# ESTRATEGIAS EN ACCIÓN.

## ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA.

### TIPOS DE ESTRATEGÍAS.

Las estrategias empresariales son un conjunto de acciones que se llevan a cabo en una empresa con el fin de lograr crear una ventaja competitiva. Existen diferentes tipos de estrategias, las cuales son: competitivas (producto y marketing), funcionales (optimización de recursos), y corporativas (imagen de empresa). Una estrategia implica, entre otros aspectos:

- Establecer objetivos.
- Determinar las acciones para alcanzar esos objetivos.
- Coordinar y administrar los recursos para ejecutar las acciones.
- Evaluar los riesgos y los beneficios de las decisiones que se toman en función de los objetivos.

En el ámbito empresarial la estrategia remite a los objetivos de la empresa a largo plazo y a las políticas necesarias para cumplir esos objetivos, incluyendo el modo en que competirá en el mercado.

### ESTRATEGIAS DE INTEGRACIÓN.

La integración estratégica es la alineación de todo el sistema de relaciones internas y externas, con sentido de cooperación, en torno a la visión de la empresa; es un proceso de alineación de las energías de la organización en pos de su visión de futuro. La estrategia de integración es utilizada por las empresas que quieren llegar a tener un mayor control y para aumentar su poder de negociación frente a los proveedores, distribuidores y competidores. Existen 3 tipos de integración: Integración hacia delante, Integración hacia atrás, Integración horizontal.

### ESTRATEGIAS INTENSIVAS.

Este tipo de estrategias de desarrollo son empleadas por las empresas que buscan llegar a nuevos consumidores, es decir, son estrategias de crecimiento que ayudan a consolidar una fuerte imagen de marca de cara a la supervivencia futura de la empresa. La distribución intensiva es una estrategia de marketing que consiste en poner los productos de una empresa a disposición de los clientes en tantos lugares como sea posible. Esto generalmente significa vender el producto en tantas tiendas como puedas.

### ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN.

La estrategia de diversificación representa un incremento en el número de sectores industriales en los que la empresa está activa o participa; es decir, mediante esta estrategia se busca el crecimiento de una empresa por medio del desarrollo de negocios en distintos sectores. La diversificación empresarial es una estrategia enfocada en la creación de nuevos mercados al ofrecer un producto distinto al que ha definido a una empresa desde su creación a la fecha. Es una búsqueda de oportunidades en lugares que no se habían explorado antes. Existen tres tipos de estrategias de diversificación: concéntrica, horizontal y de conglomerados.

### ESTRATEGIAS DEFENSIVAS.

El objetivo de una estrategia defensiva es reducir la probabilidad de ataque, desviarlo hacia áreas menos amenazadoras y/o reducir su intensidad. Buscan proteger la cuota de mercado, constriñendo la acción de los competidores más peligrosos. La estrategia de defensa contraofensiva consiste en contraatacar al competidor como respuesta. Por ejemplo, con una bajada de precios o aplicando descuentos o promociones. De esta manera el líder, deberá bajar el precio también produciéndose así una guerrilla de precios.