

¿Qué estrategia y cuándo?

Which Strategy When?

Ana SanJuan Mérida ^b, Arlen Cerón Islas ^a, Heidy Cerón Islas ^c

Abstract:

Decide when it makes sense to pursue strategies of position, leverage or opportunity, the key is to look first at the immediate circumstances, current resources and the relationships between the various resources. Understanding these factors will help you start with the framework of timely analysis, observing available resources, competitive advantage and the dynamism of the industry.

In order to choose the type of strategy it is necessary to consider the following options:

1. The position strategy, to use when the industries are stable and have identified the competitive advantage.
2. The leverage strategy, is used in markets where the change is moderate, leverage strategies often exceed the position strategies; It makes sense for managers to strategically co-evolve their important resources with the industry.
3. Opportunity strategy, develop in the market where dynamic industries are characterized by superabundant flows of rapid movement but often unpredictable opportunities.

Keywords:

Strategy, positioning, competitive advantage

Resumen:

Decidir cuándo tiene sentido perseguir estrategias de posición, apalancamiento u oportunidad, la clave es mirar primero las circunstancias inmediatas, actuales recursos y las relaciones entre los diversos recursos. Comprender estos factores te ayudará comenzar con el marco estratégico correcto observando recursos disponibles, ventaja competitiva y el dinamismo de la industria.

Para poder elegir el tipo de estrategia es necesario considerar las siguientes opciones:

1. La estrategia de posición, utilizar cuando las industrias son estables y tienen bien identificada la ventaja competitiva.
2. La estrategia de apalancamiento, se utiliza en mercados donde el cambio es moderado, apalancamiento las estrategias a menudo superan las estrategias de posición; hace sentido para los gerentes para coevolucionar estratégicamente sus recursos importantes con la industria.
3. La estrategia de oportunidad, desarrollar en el mercado donde las industrias dinámicas son caracterizadas por flujos superabundantes de rápido movimiento, pero a menudo oportunidades impredecibles.

Palabras Clave:

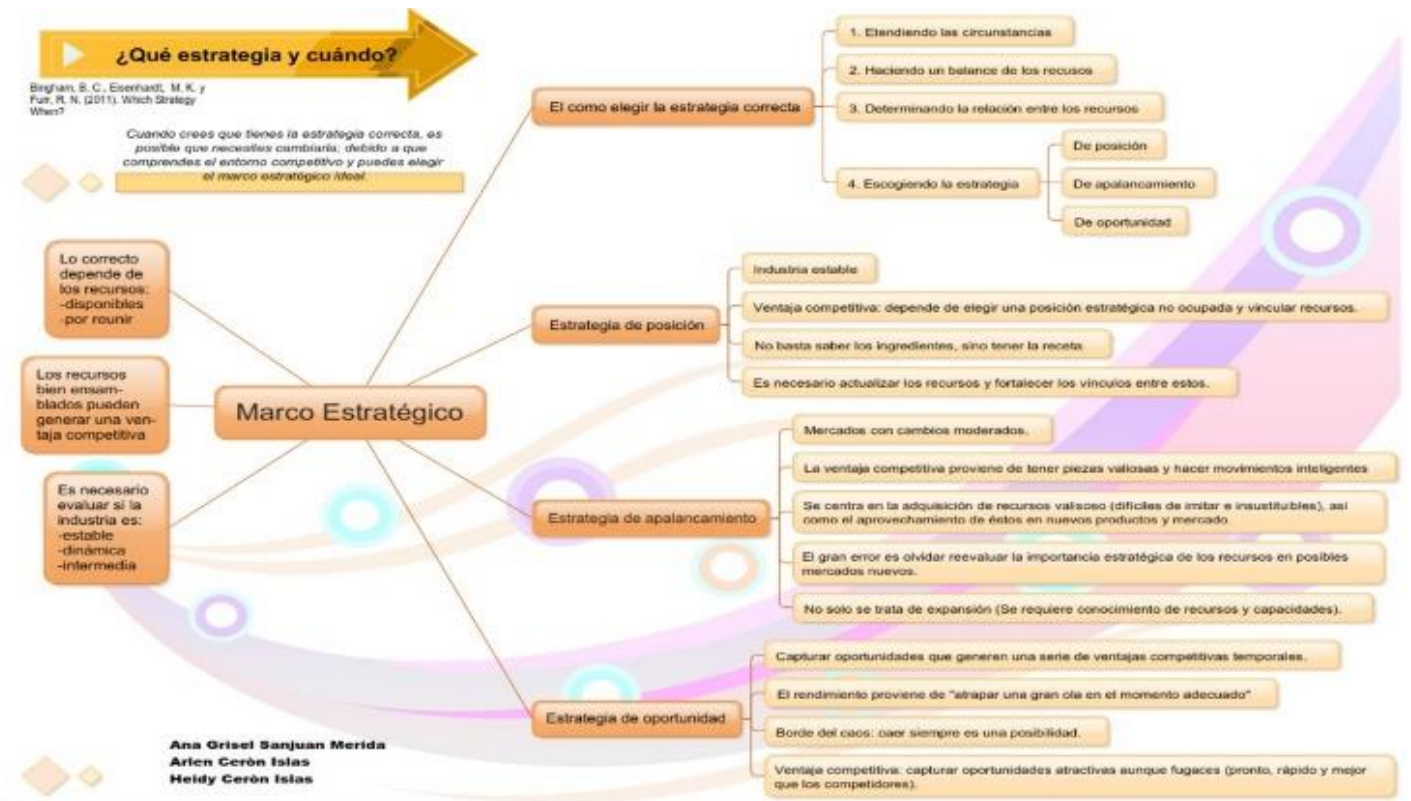
Estrategia, posicionamiento, ventaja competitiva

Mapa

^a Autor de Correspondencia, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Económico Administrativas, ORCID: 0000-0003-3982-5053, Email: arlenc@uaeh.edu.mx

^b Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Económico Administrativas, Consultor Independiente y estudiante de la maestría en Administración, Email: anasanjuan@live.com.mx

^c Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Económico Administrativas, Email: heidyceronislas@hotmail.com



Referencias

- [1] Bingham, B, Eisenhardt, M. y Furr, R. W. Which Strategy When? MIT Sloan Management Review, 2011; 53 (1): 71-78