

Artículo publicado en Harvard Business School Press acerca de La Estrategia del Océano Azul

**Reseña del libro:** La Estrategia del Océano Azul: “Cómo desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene ninguna importancia” , de los autores W. Chan Kim y Renée Mauborgne, Harvard Business School Press, 2005

***"No compita con sus rivales—Conviértalos en un factor sin importancia "***

Desde tiempo atrás, las empresas se han lanzado a competir de frente con el propósito de alcanzar un crecimiento rentable y sostenido. Han luchado por conseguir una ventaja competitiva, han batallado por participación del mercado y se han esforzado por diferenciarse.

Sin embargo, en las industrias saturadas de hoy, la competencia directa no produce otra cosa que “océanos rojos” teñidos de la sangre de los rivales que pelean por una reserva de utilidades cada vez más reducida. En un libro que cuestiona todo aquello que usted creyó saber sobre la forma de alcanzar el éxito estratégico W. Chan Kim y Renée Mauborgne sostienen que aunque la mayoría de las compañías compiten dentro de esos océanos rojos, esta estrategia cada vez ofrece menos posibilidades de generar crecimiento rentable en el futuro.

Con base en un estudio de 150 movimientos estratégicos que abarcan mas de 100 años y 30 industrias, Kim y Mauborgne plantean que las empresas líderes del mañana no lograrán el éxito batallando contra sus competidores sino creando “océanos azules” de espacios de mercados seguros listos para crecer. Esos movimientos estratégicos denominados “Innovación en Valor®”, generan grandes saltos de valor tanto para la empresa como para sus compradores, con lo cual los rivales quedan obsoletos y se desata toda una nueva demanda.

La Estrategia del Océano Azul es un enfoque sistemático para hacer que la competencia se vuelva algo sin importancia. En este libro encaminado a cambiar los esquemas, Kim y Mauborgne ofrecen un marco analítico comprobado y las herramientas para crear y capturar océanos azules. En él se examina una amplia gama de movimientos estratégicos de un gran número de industrias y se destacan los seis principios que toda compañía puede aplicar para formular y ejecutar con éxito estrategias de océano azul. Los seis principios muestran cómo reconstruir las fronteras del mercado; enfocarse la perspectiva global no en las cifras; ir mas allá de la demanda existente; desarrollar la secuencia estratégica correcta; superar los obstáculos clave de la organización e incorporar la ejecución dentro de la estrategia.

Dando un vuelco total a las ideas tradicionales sobre la estrategia, este libro marca un hito al trazar un “camino audaz para vencer el futuro”.