E

xiste una relación bilateral y recíproca entre la gestión y la estrategia, ya que de alguna manera sí la estrategia traza las metas que se quieren alcanzar, necesita de un conjunto de acciones que permitan materializarlas y son éstas acciones las que caracterizan o le dan un perfil a la identidad organizacional, teniendo en cuenta que “*la regulación de la organización puede realizarse desde una perspectiva estratégica, es decir, que tenga en cuenta la incertidumbre a la vez que entiende los contextos internos y externos. Así, estrategia y gestión son elementos que implican acciones que construyen la realidad organizacional*” (Sanabria R. & Hernández M., 2004)

Esa realidad organizacional que debe responder a un ambiente totalmente dinámico y cambiante, debe permitir a su vez espacios para desarrollar bases para la ventaja competitiva, por tanto, “*en tales ambientes, la esencia de la estrategia no es tan sólo el posicionamiento de los productos en el mercado, sino de la dinámica de su comportamiento. La creación de una alineación, mediante el proceso de ajustar el ambiente externo con las fortalezas internas, favorece un mejor desempeño* *organizacional...en el corto plazo*” (Ahmed, 2012, 81) y a largo plazo se requiere que la organización sea capaz de identificar y desarrollar capacidades fundamentales difíciles de imitar, a través de la innovación y el aprendizaje.

Dado lo anterior, debe tenerse en cuenta que en la gestión es necesario contar con oportunidades de crecimiento y la innovación es la herramienta que permite la expansión de la organización en el medio. La innovación es el resultado de la búsqueda consciente y decidida de oportunidades de creación.

En síntesis, la gestión que genera valor inicia con la estrategia y termina en los resultados financieros; si los gerentes intentan desarrollar gestión en función de la estrategia y no producen adecuados resultados financieros dejarán de crear valor para los clientes y sobre todo para los procesos de la organización.

*Mercedes Gaitan Angulo*