

LA ESTRATEGIA Y EL ELEFANTE



NOSOTROS SOMOS LOS CIEGOS Y LA FORMACION DE ESTRATEGIA ES NUESTRO ELEFANTE.

Nadie ha tenido la visión necesaria para apreciar al elefante entero, cada uno ha puesto la mano Sobre una u otra parte para reírse de la completa ignorancia del resto . No obtenemos un Elefante mediante la suma de sus partes. Sin embargo para comprender el todo también Necesitamos entender las partes.

5 P DE LA ESTRATEGIA



Las Cinco Ps de la Estrategia



La estrategia y el elefante

Una síntesis de las más célebres escuelas de estrategia concebida para aplicar lo mejor de cada una

For Henry Mintzberg, Joseph Lasswell & Bruce Abelson

hasta, y dirigirás tu energía. Este artículo me ha resultado de la investigación y del trabajo caprichoso del Dr. Mark McNealy, Doctor en Filosofía por la Universidad de Texas en Austin. McNealy, profesor en el Departamento de Psicología, y sus estudiantes obtuvieron un emocionalmente satisfecho, que sirve de la base de la cultura de Management Consultores en la Universidad de Saint Andrews. Consulta y libro de lecturas, conforme en la bibliografía de fondo. Dejando

Este número tiene 6000
suscripciones, se publica en
seis idiomas y tiene
una tirada de 100.000 ejemplares.

“*El*”, segons ell, escau sempre la veritat. “*El* creu que està cert”, componer *El* apunta a posar en escena certes creences que no són el seu, a reflexionar sobre el seu rol en elles. Intersubstancialitat a la creença, posició de seguretat. *El* no s’identifica amb elles, creu que això no pot ser possible. Poc importa que aquesta creença està en conflicte amb la seva realitat.

mentos de las comunicaciones, entre los que se incluyen aquellos que son considerados como tales. Los que se incluyen en este grupo son los que tienen la "información", es decir las piezas de información que se transmiten entre las personas. Los que se incluyen en este grupo son los que tienen la "información", es decir las piezas de información que se transmiten entre las personas.

en el resultado del "presentismo". El segundo grupo, más numeroso, pertenece a los que, al contrario de los primeros, creen que la existencia de la historia depende de la existencia de los acontecimientos. Tales historiadores se limitan a la narración de los "hechos" (o "acontecimientos") y desprecian la creación histórica como una clase más de ilusiones de un intelectuado. Estimando que una historia no es más que una sucesión de "acontecimientos" que tienen su lógica y su continuidad, no le prestan atención a la complejidad temporal del mundo de la historia ni la importancia de su memoria. Cada cosa de lo que ocurre es una

que se realizó en la Universidad de la Nación Argentina. Los presentes de la mesa, dirigidos ante ellos desde la tribuna, con elogios y saludos al autor, "se dirigieron a la audiencia de los asistentes diciendo: 'Ustedes están en el mejor de los lugares para escuchar a un autor que, en su juventud, ha escrito una página en la historia de la literatura argentina'".



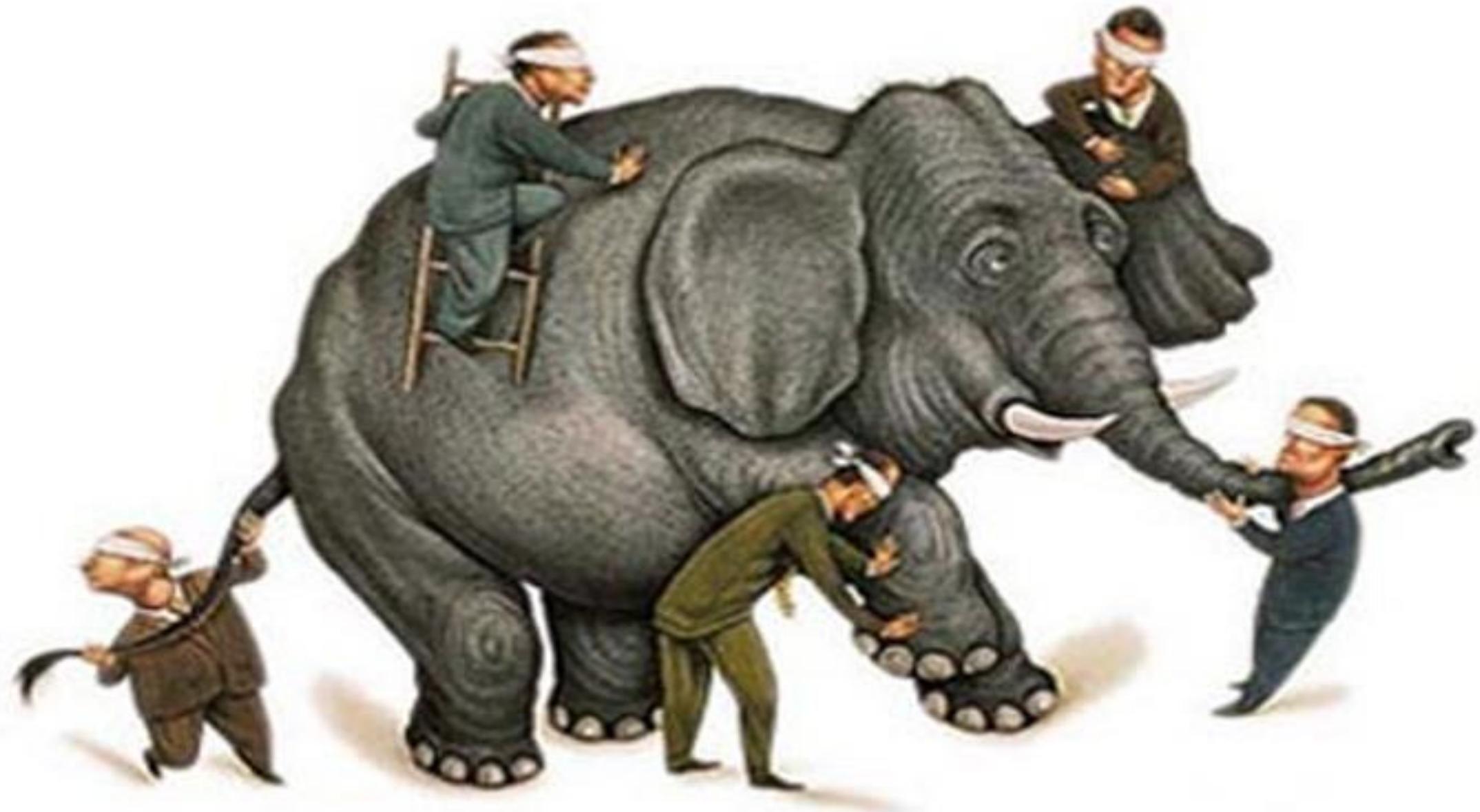
SAFARI A LA ESTRATEGIA

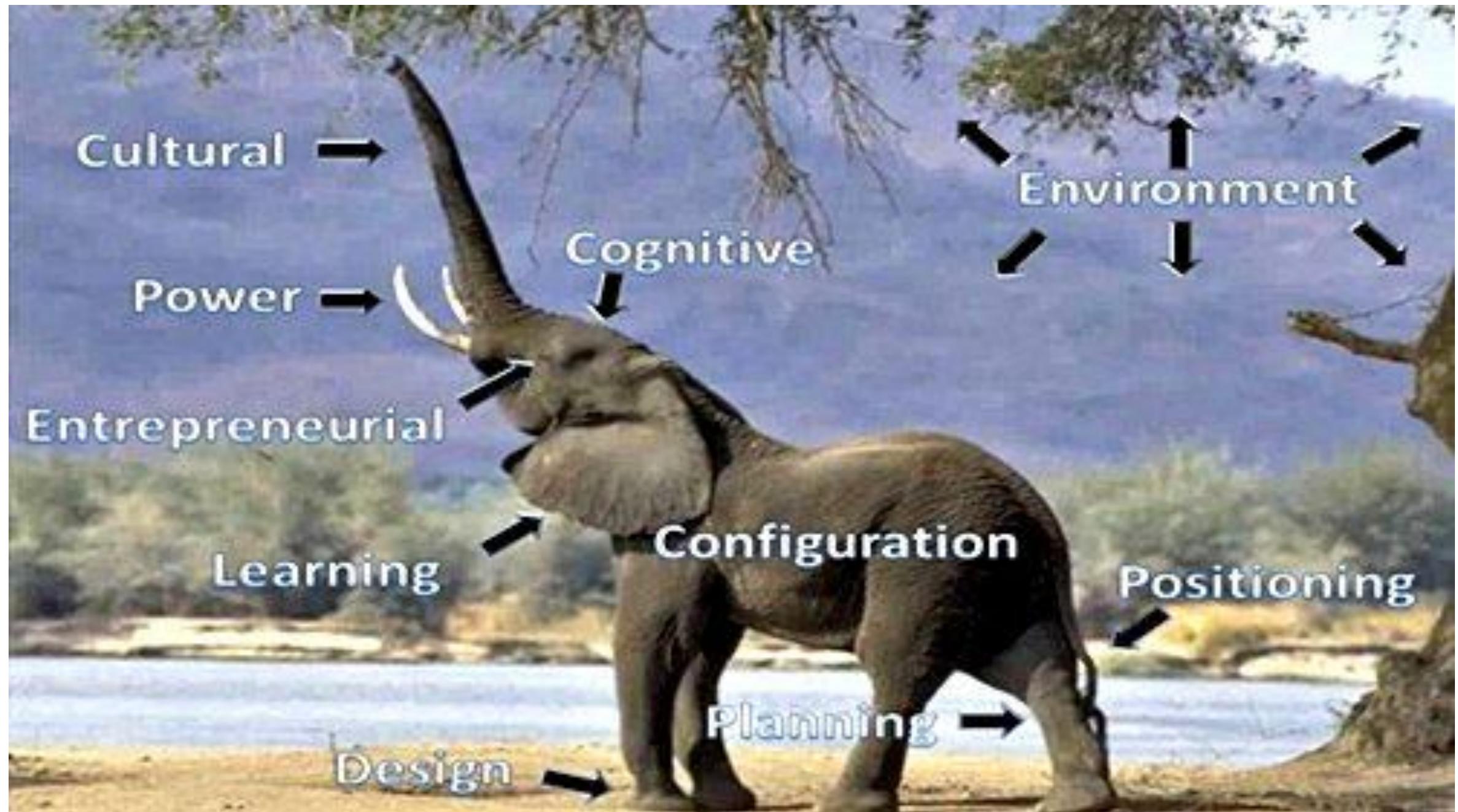
Una visita guiada por la jungla del management estratégico

HENRY MINTZBERG BRUCE AHLSTRAND JOSEPH LAMPEL



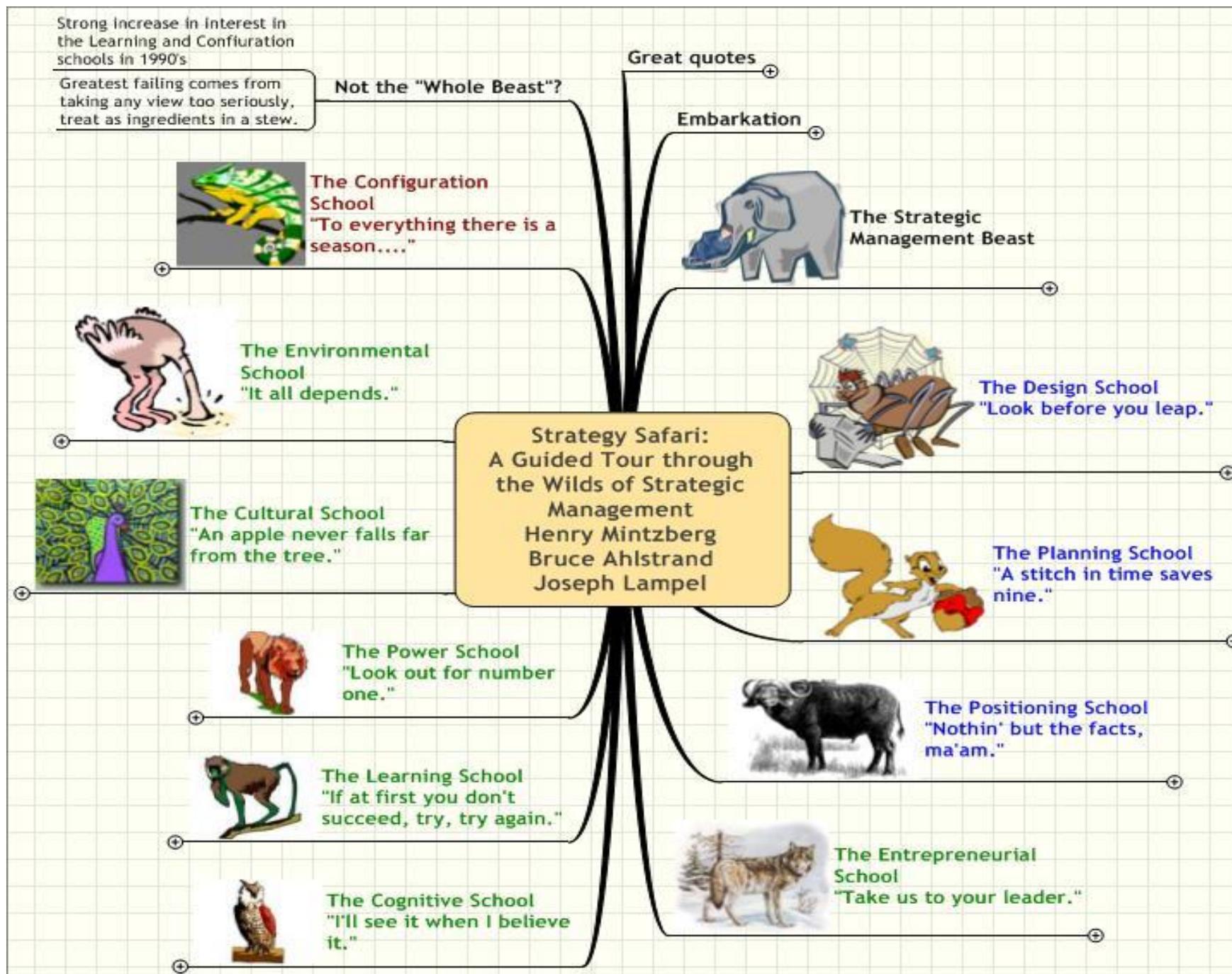
E
GRANICA





Escuelas de estrategia

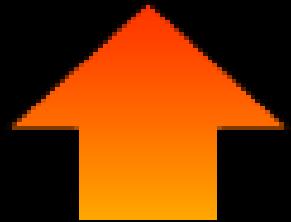
LA ESCUELA DEL DISEÑO	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO DE CONCEPCIÓN
LA ESCUELA DEL PLANEAMIENTO	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO FORMAL
LA ESCUELA DEL POSICIONAMIENTO	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO ANALÍTICO
LA ESCUELA EMPRESARIAL	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO VISIONARIO
LA ESCUELA COGNITIVA	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO MENTAL
LA ESCUELA DEL APRENDIZAJE	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO EMERGENTE
LA ESCUELA DEL PODER	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO DE NEGOCIACIÓN
LA ESCUELA CULTURAL	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO COLECTIVO
LA ESCUELA AMBIENTAL	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO REACTIVO
LA ESCUELA CONFIGURACIÓN	DESARROLLO ESTRATEGIA COMO PROCESO DE TRANSFORMACIÓN



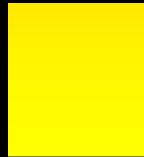
Strategic Management

Correlation between the Ten Dominant Strategy Schools

Unpredictable,
confusing



EXTERNAL
WORLD



Comprehensible,
controllable

Environmental

Positioning
Planning

Design

Entrepreneurial

Rational

INTERNAL PROCESSES

Natural

Cognitive
Learning
Power (micro)

Cultural
Configuration
Power (macro)

Metáfora para cada escuela



10 escuelas de pensamiento

ESCUELA...	LA ESTRATEGIA COMO UN PROCESO...	METAFORA	MENSAJE
1. DE DISEÑO	DE CONCEPCIÓN	ARAÑA	CONCORDANCIA
2. DE PLANIFICACIÓN	FORMAL	ARDILLA	FORMALIZAR
3. DE POSICIONAMIENTO	ANALÍTICO	BUFALO	ANALIZAR
4. EMPRESARIAL	VISIONARIO	LOBO	IMAGINAR
5. COGNOSCITIVA	MENTAL	LECHUZA	ENMARCAR
6. DE APRENDIZAJE	EMERGENTE	MONO	APRENDER /JUGAR
7. DE PODER	DE NEGOCIACIÓN	LEON	APODERARSE
8. CULTURAL	COLECTIVO	PAVOREAL	UNIRSE
9. AMBIENTAL	REACTIVO	AVESTRUZ	DAR ABASTO
10. DE CONFIGURACIÓN	DE TRANSFORMACIÓN	CAMALEON	INTEGRAR

ESCUELA DE DISEÑO



1

ESCUELA DE DISEÑO

La creación de estrategia como un proceso de CONCEPCIÓN

- ✓ **Propuesta:** Se formulan estrategias claras y únicas en un proceso deliberado. En este proceso, la situación interna de la organización se concilia con la situación externa del ambiente.
- ✓ **Base:** Arquitectura como metáfora.
- ✓ **En resumen:** ¡Ajuste! “Establezca el ajuste!”
- ✓ **Contribuciones:** Orden. Reduce la ambigüedad. Simplicidad. Útil en entornos relativamente estables. Apoya un liderazgo fuerte y visionario.
- ✓ **Limitaciones:** La simplificación puede distorsionar la realidad. La Estrategia tiene muchas variables y es intrínsecamente compleja. Desvía el aprendizaje. Es inflexible. Débil en ambientes que cambian rápido. Existe el riesgo a la resistencia (comportamiento o forma de hacer las cosas).

FUENTE DE LAS IMAGENES DE ESCUELAS:
<https://slideplayer.es/slide/1494498/>
SE RECOMIENDA SU VISITA

DE PLANIFICACION



2

ESCUELA DE PLANIFICACIÓN

La creación de estrategia como un proceso FORMAL

- ✓ **Propuesta:** Se toma un grupo de rigurosas medidas, a partir del análisis de la situación hasta la ejecución de la estrategia.
- ✓ **Base:** Planeamiento urbano, teoría del sistema
- ✓ **En resumen:** ¡Formalice! “La estrategia debe ser como una máquina.”
- ✓ **Contribuciones:** Da una clara dirección. Permite la asignación de recursos. Los analistas pueden prever los hechos y pueden juzgar las estrategias hechas a la medida. Control.
- ✓ **Limitaciones:** La Estrategia puede llegar a ser demasiado estática. Existe riesgo de un Groupthink (Pensamiento Grupal). Predecir es difícil. Las gerentes de la plana mayor deben crear la estrategia desde una torre de la marfil. La Estrategia es en parte un arte.

DE POSICIONAMIENTO



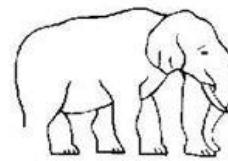
3 ESCUELA DE POSICIONAMIENTO

La creación de estrategia como un proceso ANALÍTICO

✓**Propuesta:** Pone el negocio dentro del contexto de su industria, y observa cómo la organización puede mejorar su posicionamiento estratégico dentro de esa industria.

✓**Base:** Organización industrial (economía) y estrategia militar.

✓**En resumen:** ¡Analice! "Nada más que los hechos, señora."



✓**Contribuciones:** Esta escuela hizo de la Administración estratégica una ciencia, permitiendo su progreso futuro. Proporciona, de una manera sistemática, contenido a la manera existente de ver la estrategia. Enfoque en los hechos verificables (económicos). Particularmente útil en los primeros momentos de desarrollo de la estrategia, cuando se analizan los datos.

✓**Limitaciones:** Descuida el poder, la política, la cultura, los elementos sociales. Está polarizada negativamente hacia las grandes empresas. Orientada a los números.

DE EMPRESARIAL



4

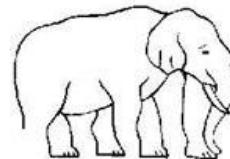
ESCUELA EMPRESARIAL

La creación de estrategia como un proceso VISIONARIO

✓**Propuesta:** El proceso visionario ocurre dentro de la mente del fundador o del líder carismático de una organización. La escuela tensiona el más natural de los estados y de los procesos mentales - la intuición, el juicio, la sabiduría, la experiencia, y la perspicacia.

✓**Base:** Economía.

✓**En resumen:** ¡Prevea! "El CEO es el arquitecto del Estrategia."



✓**Contribuciones:** Una visión sana y visionaria del Presidente de la empresa puede ayudar a la organización a navegar cohesionada a través de aguas tormentosas. Especialmente en los años iniciales y en los muy difíciles para la organización. Deliberante en las líneas generales. Flexible y emergente en los detalles.

✓**Limitaciones:** La navegación de un curso predefinido puede cegar a alguien respecto de los peligros o los potenciales desenlaces inesperados. ¿Cómo puede usted encontrar al líder adecuado, con todas las muchas cualidades necesarias? Los líderes emprendedores, visionarios tienen una tendencia a ir demasiado lejos. El ser Presidente de la empresa es un trabajo extremadamente exigente en esta perspectiva.

COGNOSCITVA



5

ESCUELA COGNOSCITIVA

La creación de estrategia como un proceso MENTAL

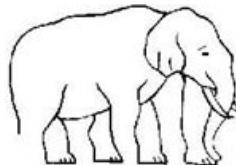
✓**Propuesta:** Analiza cómo la gente percibe patrones y procesa la información. Se concentra en lo que está sucediendo en la mente del estratega, y cómo es que él procesa la información.

✓**Base:** Psicología.

✓**En resumen:** "Lo veré cuando lo crea."

✓**Contribuciones:** Ve la estrategia como proceso cognoscitivo en la mente del estratega. Las estrategias emergen como conceptos, mapas, esquemas y marcos de la realidad. Tensiona el lado creativo del proceso de la estrategia. Fuerte en el nivel de un estratega individual. muy útil para explicar porqué nuestras mentes son imperfectas

✓**Limitaciones:** No muy práctico más allá de la etapa conceptual. No es muy práctico concebir grandes ideas o estrategias. Normalmente no es muy útil para conducir procesos estratégicos colectivos.



APRENDIZAJE



6

ESCUELA DE APRENDIZAJE

Sistema unificador de Crossan, Lane y White para el aprendizaje organizacional (1997)

Nivel	Proceso	Información recibida / resultados
Individual	Intuición	Experiencias Imágenes Metáforas
	Interpretación	Lenguaje Mapa cognitivo Conversación / Diálogo
Grupo	Integración	Compresión compartida Adaptación mutua Sistemas interactivos
	Institucionalización	Planes / rutinas / normas Sistemas diagnósticos Reglas y procedimientos
Organización		

PODER



7

ESCUELA DE PODER

La creación de estrategia como un proceso DE NEGOCIACIÓN

- ✓ **Propuesta:** Se analizan las redes de poder existentes, junto a posibles alianzas. Se traza el juego político dentro y fuera de la organización, y las relaciones de poder son las que predominan. El poder puede presentarse en cualquier persona de la organización (micro), o en alguna organización externa (macro).
- ✓ **Base:** Ciencia política.
- ✓ **En resumen:** ¡Atrápelo! "Busque afuera al verdadero número uno."
- ✓ **Contribuciones:** permite que la gente más fuerte sobreviva en la selva de la corporación. Puede ayudar a asegurarse que todos los puntos de vista de un tema sean discutidos por completo. Puede ayudar a romper los obstáculos a cambios necesarios. Democrático. Puede ayudar a disminuir la resistencia inicial después de que se toma una decisión. Realista. Particularmente útil para entender las alianzas estratégicas, proyectos de riesgo compartido y para hacer un análisis de los Stakeholders.
- ✓ **Limitaciones:** La política puede ser divisionista, demanda mucha energía, causa despilfarro y distorsión y es muy costosa. Puede conducir a aberraciones. Puede conducir a no tener ninguna estrategia sino apenas a hacer ciertas maniobras tácticas. Exagera el papel del poder en la formación de la estrategia.

CULTURAL



8

ESCUELA CULTURAL

La creación de estrategia como un proceso COLECTIVO

- ✓ **Propuesta:** Intenta implicar a los distintos grupos y departamentos que existen dentro de la compañía. La formación de la estrategia se ve como proceso fundamentalmente colectivo y cooperativo.
- ✓ **Base:** Antropología.
- ✓ **En resumen:** ¡Únase! “Una manzana nunca cae lejos del árbol.”
- ✓ **Contribuciones:** Acentúa el papel crucial que los procesos, las creencias y valores sociales desempeñan en la toma de decisiones y en la formación de la estrategia. Explica la resistencia al cambio estratégico y ayuda a ocuparse de valores dominantes en las organizaciones o en regiones, y ayuda a manejarse ante fusiones y adquisiciones.
- ✓ **Limitaciones:** Vago, puede alimentar resistencia al cambio y puede ser empleado mal para justificar el status quo. Da pocas pistas en cómo deben transformarse las cosas.

AMBIENTAL



9

ESCUELA AMBIENTAL

La creación de estrategia como un proceso REACTIVO

✓**Propuesta:** La estrategia es una respuesta ante los desafíos impuestos por el ambiente externo. Donde otras escuelas ven el ambiente como factor, la escuela ambiental lo ve como un agente.

✓**Base:** Biología.

✓**En resumen:** ¡Enfréntelo! “De eso depende todo.”

✓**Contribuciones:** Da un papel central al entorno en la formación de la estrategia.

✓**Limitaciones:** Las dimensiones del entorno son a menudo vagas y agregadas. Esto la hace menos útil para la formación de la estrategia. Niega opciones estratégica factibles para las organizaciones. Esto es poco realista.

CONFIGURACION



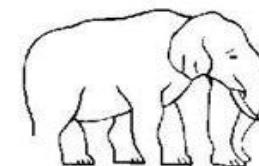
10 ESCUELA DE CONFIGURACIÓN

La creación de estrategia como un proceso DE TRANSFORMACIÓN

✓**Propuesta:** La formación de la estrategia es un proceso de transformación de la organización de un tipo de estructura de la toma de decisiones a otro.

✓**Base:** Contexto.

✓**En resumen:** ¡Integre, transforme! “Para todo hay una estación.”



✓**Contribuciones:** La estrategia y la forma de organización (desarrollo organizacional) están cercanamente integradas y deben ser reconciliadas. Una organización se puede describir en términos de cierta configuración estable de sus características, que adopta por un período del tiempo en un tipo particular de contexto. Esto la hace comportarse que se comporte de determinadas maneras, que a su vez da lugar a un grupo particular de estrategias. Los períodos de estabilidad son interrumpidos de vez en cuando por un cierto proceso de transformación. Por lo tanto, la formación de la estrategia en sí misma tiene varias configuraciones.

LA ESTRATEGIA Y LAS ESCUELAS



Las Cinco Ps de la Estrategia



Metáfora para cada escuela



10 escuelas de pensamiento

ESCUELA...	LA ESTRATEGIA COMO UN PROCESO...
1. DE DISEÑO	DE CONCEPCIÓN
2. DE PLANIFICACIÓN	FORMAL
3. DE POSICIONAMIENTO	ANALÍTICO
4. EMPRESARIAL	VISIONARIO
5. COGNOSCITIVA	MENTAL
6. DE APRENDIZAJE	EMERGENTE
7. DE PODER	DE NEGOCIACIÓN
8. CULTURAL	COLECTIVO
9. AMBIENTAL	REACTIVO
10. DE CONFIGURACIÓN	DE TRANSFORMACIÓN

METAFORA	MENSAJE
ARAÑA	CONCORDANCIA
ARDILLA	FORMALIZAR
BUFALO	ANALIZAR
LOBO	IMAGINAR
LECHUZA	ENMARCAR
MONO	APRENDER / JUGAR
LEON	APODERARSE
PAVOREAL	UNIRSE
AVESTRUZ	DAR ABASTO
CAMALEON	INTEGRAR