



Volumen **6** No. **1**
traves. emprend.
Ene - Jun 2021
e-ISSN: 2539-0376

Contribución trascendental para el emprendimiento tras las Escuelas de estrategias

María Catherine Ordoñez Bolaños
Duban Steven Argote Ocampo

Estudiantes del Programa de Terapia Ocupacional
Universidad Mariana

Introducción

En el presente ensayo se pretende dar a conocer cómo las escuelas estratégicas contribuyen de manera trascendental al emprendimiento en diferentes aspectos, características, ventajas, innovaciones y desarrollo; asimismo, se destaca el avance significativo que pueden aportar desde un enfoque holístico a esta nueva sociedad emprendedora.

A lo anterior, es importante resaltar que, para la construcción del presente documento, se ha realizado la revisión de varios artículos y libros investigativos, los cuales proporcionan información significativa y valiosa que permite la comprensión y desarrollo de la temática a manejar.

Desarrollo

En primer lugar, es importante tener en cuenta los procesos de formulación y ejecución de las estrategias, las cuales son realizadas por los administradores a través de un conjunto de acciones encaminadas a la construcción de una visión estratégica a largo plazo, en la que se ve plasmada su ejecución, las metas que se desea alcanzar, los objetivos propuestos, las nuevas ideas y oportunidades de emprender.

Partiendo de este enunciado, la planeación estratégica que se realiza en las organizaciones, se ha convertido en uno de los procesos más complicados y de mucha exigencia, debido al constante cambio innovador en el entorno y a la necesidad de adaptabilidad que este requiere; en función de lo mencionado, la estrategia se ha convertido en una herramienta fundamental para todas las empresas que emprenden o inician a emprender; por ende, es importante conocerla minuciosamente, y de esta manera, poder identificar cuáles son sus avances significativos y los problemas que pueden afectarla de algún modo (Román, 2010).

Bajo este entendimiento, la estrategia de una empresa surge de un examen de los distintos aspectos de la situación mundial, nacional y del entorno específico e interior de las nuevas empresas y su emprendimiento; por ello, Mintzberg et al., (1998) agrupan las distintas corrientes del pensamiento estratégico en diez tipos de escuelas estratégicas que permiten un enfoque más holístico sobre contribuciones propias, según tres visiones diferentes.

Según Corona (2012), en la primera se encuentra la perspectiva, en la cual se concentran todas aquellas normas que entienden que existe una intención estratégica procedente, la cual es formulada en el análisis del contexto y las capacidades de cada organización; además, requiere su formalización, con el fin de que la empresa se ordene y se oriente al logro de los objetivos que han sido establecidos por las directivas. Estas escuelas tratan de responder a las necesidades de las empresas emprendedoras y, su premisa principal es analizar la situación, establecer un curso de acción y conducir a las organizaciones emprendedoras a la superación de la realidad a la cual se enfrentan, haciendo previsible sus potencialidades o consecuencias; derivado de ello, en esta primera parte, están las escuelas del diseño, de la planificación y del posicionamiento, de las cuales se hablará más adelante.

Posteriormente, dice Corona (2012), se encuentra la escuela dos, que corresponde a la visión descriptiva, en la cual se asume que la realidad es muy compleja e inabarcable; esto quiere decir que, es muy difícil establecer un camino que surja de un análisis preliminar; por lo tanto, es inviable que la dirección de la organización o empresa pueda concretar todas las alternativas estratégicas viables. En esta parte, se puede evidenciar el proceso estratégico más gradual que anticipativo; además, un proceso más colectivo que individual, que pretende responder a la complejidad de la realidad y a la imposibilidad de contenerla. Por otra parte, en esta visión están las escuelas del emprendedor, del conocimiento, del aprendizaje, del poder, la escuela cultural y ambiental.

Consecutivamente, se ubica la visión integrativa, que combina las otras visiones y sustenta que no hay una separación tan clara entre el diseño y el cumplimiento de la estrategia; además, interpreta al proceso como una transformación de la realidad de las empresas emprendedoras, en la que se adopta nuevas configuraciones. Esta visión es la expresión de la estrategia emprendedora adaptativa a la nueva realidad en la que vivimos hoy en día; aquí solo queda incluida la escuela de la configuración (Corona, 2012).

Después, se encuentra la escuela del Diseño; en esta fase se centra la creación de la estrategia como un proceso de concepción; es diseñada por la dirección de la organización con base en la interpretación que se tiene respecto al contexto y la situación interna de la organización emprendedora. Aquí se realiza un análisis FODA, que consiste en una matriz organizacional en la cual estarán plasmadas las oportunidades y las amenazas que sean externas a la



organización; todo ello hace referencia a las tendencias y acontecimientos económicos, sociales, culturales, demográficos, ambientales, políticos, legales, gubernamentales, tecnológicos y competitivos que puedan favorecer o perjudicar en forma significativa a una organización emprendedora en un futuro.

Más adelante, según Corona (2012) están las debilidades y las fortalezas que sean internas a la organización; se debe tener en cuenta la disponibilidad de recursos del capital, personal, activos, calidad del producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores y demás.

Figura 1
Análisis FODA



Fuente: Universidad de Alicante (2013).

Al seguir con las escuelas estratégicas para emprendedores, se encuentra la de Planificación, que consiste en la creación de la estrategia como un proceso formal de la dirección de la organización; es la encargada de desarrollar un proceso estructurado y formalizado del planeamiento estratégico, a partir de la matriz FODA y del establecimiento de los objetivos; para ello se hace la formulación de las estrategias, desarrollando un conjunto de planes de acción y el sistema de control. El encargado de la idea de las estrategias formula los planes y los monitorea; este modelo busca aumentar la capacidad de tener un control sobre el plan estratégico. Cabe aclarar que, toda organización o

emprendedor, debe saber las tareas que le corresponden y le permiten el desarrollo correcto de la gestión (Corona, 2012).

Después, sostiene Corona (2012), se encuentra la escuela del Posicionamiento; consiste en la creación de la estrategia emprendedora, como un proceso analítico de la dirección de la organización. Conviene resaltar que, el éxito de la estrategia se mide por la posición que la empresa logra ocupar sobre el mercado al cual está apuntando; partiendo de esto, esta escuela surge con el fin de modificar la posición competitiva de la organización emprendedora en el mercado.

Seguido a ello, aparece la escuela del Emprendedor, que consiste en la creación de la estrategia como un proceso visionario; en este punto, la estrategia está presente en la mente del líder y como una visión hacia el futuro; es aquí donde se establece la dirección de la organización a largo plazo; el emprendedor o líder, tiene siempre presente la visión de negocios que impulsará la organización como tal; cabe resaltar que, el emprendedor tiene una actitud al planificar: individualista, proactiva y semiconsciente, lo cual impide un mínimo grado de formalización y proyección en la organización (Corona, 2012).

Posteriormente, como expresa Corona (2012), se tiene la escuela Cognitiva; en ella está la creación estratégica como un proceso mental, el cual consiste en pensar estratégicamente, organizando primero el conocimiento de la estrategia a través de mapas, modelos, esquemas, etc. Estas estructuras constituyen el mensaje que da el líder a la organización; además, los modelos mentales constituyen la configuración de la estrategia, la cual va más allá de la visión que se tiene de la escuela que se explicó anteriormente, sino que, más bien, se basa en la experiencia histórica.

Continúa la escuela del Aprendizaje, la cual consiste en la creación de la estrategia como un proceso emergente; en ella se aprecia la necesidad de convergencia de las acciones que se ejecuta interna y externamente en un consenso. Es un proceso de aprendizaje colectivo, continuo y dinámico, en donde la función del líder no es hacer la definición de la estrategia como tal, sino más bien, realizar un proceso de aprendizaje que se consolide a lo largo del tiempo, constituyendo un factor crítico que impacta en la sustentabilidad de la organización (Corona, 2012).

En la séptima escuela, se encuentra la del Poder: la creación de la estrategia es un proceso de negociación, en donde se considera que los miembros de la organización poseen intereses propios que los exponen a situaciones de conflicto; la elaboración e implementación de la estrategia surge como resultado de una negociación, en donde el protagonista de este proceso es quien detenta el poder, para lograr acuerdos sustentables y ejercer la política como una forma de utilización de ese poder. Además, permite la construcción de redes y relaciones cooperativas que posibiliten el compromiso colectivo con la estrategia planteada (Corona, 2012).



El octavo lugar es para la escuela cultural, la cual consiste en la creación de la estrategia como un proceso colectivo, como un paso adicional a la escuela de poder previamente explicada. Esta escuela busca enraizar la estrategia en la organización, con el fin de asegurar su sustentabilidad. Cabe resaltar que la creación de la estrategia es un proceso de interacción social con base en las creencias compartidas por el colectivo de la organización. Es importante tener en cuenta que el análisis estratégico debe partir del conocimiento de la cultura y las características del entorno, debido a que ninguna estrategia podrá sustentarse en el tiempo, si contradice los patrones culturales. Es el modelo menos flexible y el que menos reside en la consciencia de la dirección de la organización (Corona, 2012).

Se continúa con la novena escuela: la Ambiental, que consiste en la creación de la estrategia como un proceso reactivo en el cual, el principal protagonista en esta creación estratégica es el entorno y la organización solo puede reaccionar a él. En esta escuela, el rol del líder se limita simplemente a ser un intérprete de lo que está ocurriendo en el contexto, además de delinear las acciones adaptativas. La respuesta de este modelo es acerca de la adaptación, aunque también tiene un componente de resignación o de aceptación de la realidad como algo inmodificable (Corona, 2012).

Finalmente, la décima escuela: la de Configuración, que consiste en la creación de la estrategia como un proceso de transformación; las estrategias conducen a una transformación de las características propias que son, más o menos, estables en otra configuración. Un claro ejemplo son las empresas en su nacimiento, en donde adquieren una configuración basada en el modelo emprendedor, pero, una vez logran consolidar su escala, lo más probable es que deba pasar a otra configuración que sea más formal y estructurada. El control de esta transformación, que muchas veces es gradual y otras veces se realiza de manera abrupta o violenta, es la función de la estrategia. Cabe resaltar que la empresa debe configurarse según su momento histórico y el contexto en el que se encuentra, para que la respuesta de la empresa integre los demás modelos, según sus necesidades (Corona, 2012).

Conclusiones

Como se puede evidenciar, las escuelas de estrategias son fundamentales para la correcta creación de una empresa y la gestión administrativa, debido a que se explica los procedimientos que se debe tener en cuenta, además de poder observar cómo estos pueden influir en el éxito de cada organización emprendedora y el futuro al que se enfrenta. En sí, son bases fundamentales que actúan o permiten percibir el éxito o el fracaso de la entidad administrativa.

De igual manera, es relevante resaltar que estas escuelas de estrategias presentan un enfoque más holístico para las entidades empresariales, dado



que les permiten enfocarse más a fondo en las necesidades que presentan, en las gestiones que deben realizar y encaminar, en las innovaciones que deben hacer y cómo, a partir de ello, conducir sus acciones hacia el éxito.

Finalmente, es importante resaltar que, tras dar cumplimiento a las estrategias que presenta cada una de estas escuelas, la innovación viene encaminada a que se pueda garantizar condiciones óptimas en la calidad de los servicios de los emprendedores y, asimismo, permitir mejorar, establecer y hacer seguimiento continuo de todo el proceso de eficiencia en las empresas.

Referencias

- Corona, M.Á. (2012). Desarrollo del pensamiento estratégico en la Escuela de Negocios. *Contaduría y Administración*, 57(1), 103-122.
- Mintzberg, H., Alhstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy Safari: a guided tour through the wilds of strategic management*. The Free Press.
- Román, O. (2010). El pensamiento estratégico. Una integración de los sentidos con larazón. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 8(2), 23-36.
- Universidad de Alicante. (2013). Análisis DAFO en 2013. <https://web.ua.es/es/peua/peua40/analisis-dafo-en-2013.html>