RESEÑA DEL LIBRO

“LA MENTE DEL ESTRATEGA”

Autor:

Kenichi Ohmae conocido mundialmente como “Mr. Strategy” es uno de los grandes pensadores de estrategias administrativas del mundo contemporáneo. Nació en el año de 1943 en la ciudad de Kitakyuhu Kyüsh, Japon es autor de más de 140 libros de los cuales “La mente del estratega” fue el primero que escribió en ingles y ha sido considerado como una obra maestra por su gran contenido enfocado a la estimulación de la mente de los grandes gerentes.

|  |  |
| --- | --- |
| Situación de la obra | Esta obra es la primera escrita por Kenichi Ohmae en español |
| Objetivo que propone el autor | Según el auto el mensaje que quiere llevar lo expresa en la introducción del libro *“Mi mensaje en este libro es que las estrategias de negocio que llegan a tener éxito no provienen de un análisis, sino más bien de un particular estado mental. En lo que yo llamo la mente del estratega, la percepción y la consiguiente determinación en pos de su cumplimiento, a menudo equivalentes a un sentido de misión, alimentan un proceso mental básicamente creativo e intuitivo, más que racional*” Pág. 3 Introducción.  Con esto podemos decir que el objetivo general es brindar herramientas necesarias a los gerentes para que por medio de análisis y de los métodos propuestos por Ohmae lleguen a desarrollar ideas brillantes mediante un pensamiento flexible el cual les permita desarrollar estrategias que hagan cada día más competitiva las compañías marcando la diferencia y haciéndolas sostenibles en el tiempo. |
| Organización general de la obra  Organización general de la obra | La primera parte; el arte del pensamiento, hace énfasis en los puntos básicos del proceso mental. En en capitulo 1, encontramos los procesos los procesos de análisis que debemos tener en cuenta dentro de la estrategia para validar todas las decisiones de los conflictos aplicando herramientas como lo son: Aplicar el punto crítico, método de acierto y errores, diagrama de problemas y diagrama de los beneficios.  En la segunda parte, pasa del proceso a la esencia, examinando la forma en que surgen distintos tipos de estrategias. Según se enfoquen los distintos puntos de lo que él llama el triangulo estratégico, compañía, clientes, competencia. Al final de esta segunda parte también nos explica la diferencia de la estrategia corporativa y la de negocios.  En la tercera parte hace un análisis del entorno y lo compara con los negocios Japoneses de ese momento, buscando una perspectiva general de la naturaleza de la previsión estratégica. Pág. 4. |
| Metodología | La filosofía propuesta por Ohmae es la de desarrollar estrategias observando su entorno en general y teniendo en cuenta las variables que afectan su desarrollo como lo son la compañía, clientes y competidores, los cuales abarcan las características básicas para el desarrollo del negocio y dependiendo de sus condiciones poder generar idas que permitan al estratega buscar la ventaja de su compañía frente a los competidores y permitir un posicionamiento solido en el mercado y estar siempre a la vanguardia para evitar la pérdida de la participación en el mercado, identificar los Focos Claves del Éxito (FCE) Pág. 35 |
| Límites de la discusión | El autor afirma que su obra está basada en la forma de hacer negocios en Japón por lo que es posible que estas estrategias no se pueda llegar a desarrollar de la misma manera en todas partes del mundo ya que son diferentes factores los que intervienen. Pero esto no cambia el sentido de desarrollar habilidades de pensamiento estratégico al estratega. |
| Balance critico | Desde mi punto de vista |