



Pensar es difícil. Si desea una carrera exitosa, sin embargo, la capacidad de pensar con claridad y de manera estratégica es una necesidad. La habilidad de pensar con claridad es importante en las actividades del día a día del manager: gestionar el tiempo, elegir entre alternativas, delegar responsabilidades o autoridad, y negociar con otros. Los managers también deben pensar acerca de responsabilidades estratégicas: definición de objetivos, participación en sesiones de planificación, análisis del éxito o del fracaso de proyectos y personas, y el brainstorming de nuevas ideas.

Los managers que piensen bien y con claridad brillarán en estas situaciones.

#### **¿Cómo pensar estratégicamente?**

¿Qué es la estrategia y cómo puede un nuevo manager ser bueno en ella? Pensar estratégicamente es la capacidad de planear para el futuro; construir -como hacen los equipos de fútbol- un plan de juego para ganar. Es posible que desee aumentar la cuota de mercado de su empresa, o la satisfacción de su equipo, o la imagen de su organización, o simplemente desarrollar un plan que le permitirá completar un proyecto a tiempo y dentro del presupuesto.

Los managers que son buenos pensadores estratégicos tienen todas las habilidades de comunicación. Leen habitualmente sobre cualquier cosa conectada a su trabajo. Hablan con la gente regularmente, y buscan sus opiniones. Cuando hablan, hacen preguntas y desafían suposiciones. Y escuchan atentamente a sus clientes, escuchan también en las conferencias y en los seminarios a los que asisten, y cada vez que tienen oportunidad de aprender de los expertos en su campo. En resumen, los pensadores estratégicos están siempre buscando más información que puedan utilizar cuando se presente la oportunidad.

Hay, por supuesto, muchas maneras en que los pensadores estratégicos crean estrategias, pero estos son los 4 pasos del proceso que utilizan:

- Analizar su situación actual.
- Desarrollar opciones para el cambio.
- Evaluar las opciones que ha seleccionado.
- Escoger la mejor opción u opciones.

Una herramienta significativa que las organizaciones utilizan para analizar su situación actual es un DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

El análisis DAFO se utiliza en situaciones y entornos muy distintos, pero el primer paso en cualquier análisis es siempre el mismo: Identificar claramente el objetivo de la planificación. Saber a dónde vas es crítico para el resto del proceso, que implica identificar:

- los puntos fuertes de su organización que le brindan ventajas respecto a otras organizaciones que no los tienen
- las debilidades que dan a otras empresas ventajas de las que su organización carece
- las oportunidades que existen fuera de la organización para llevar a cabo la tarea
- las amenazas de fuera de la organización que harán más difícil el éxito.

Al identificar las fortalezas, observe las tareas que su grupo u organización hace mejor que cualquier otra cosa y piense en los recursos disponibles para usted que otros no tienen o tienen que pagar más para conseguirlos. También, trate de discernir por qué la gente compra los productos que usted vende o utiliza los servicios que proporciona, en contraposición a los de sus competidores.

Al examinar las debilidades, piense en las áreas que ha considerado anteriormente que necesitan mejorar; Y en los puntos fuertes de sus competidores de los que usted carece-especialmente aquellos que le permitirles hacer un beneficio a su costa.

Las oportunidades incluyen nuevas ventajas que aportan la tecnología, la política, los cambios demográficos. Aquí es donde mantenerse al día sobre lo que está sucediendo en su empresa y su negocio tiene valor – al igual que ver la competencia, evaluar continuamente las actitudes de los clientes, y leer ampliamente sobre su área y sobre los negocios en general.

Por último, las amenazas incluyen tecnología obsoleta; El trabajo de sus competidores; Y limitaciones en fondos disponibles para realizar su tarea.

Al realizar un análisis DAFO, utilice hechos, no opiniones, por ejemplo: “El año pasado, vendió 250 millones de dólares en productos a Uganda, casi el 95 por ciento de las importaciones totales de productos”, en lugar de “Hacemos un montón de negocios en África, y nuestros competidores no”. Si usted hace el análisis como un grupo, y todo el mundo proporciona información, no acepte largas listas de ideas. En su lugar, siga cortando hasta que sólo queden los factores más significativos. Y no trate de involucrar a todos en la empresa, a menos que sea necesario. Es mucho más fácil hacer un análisis DAFO para un producto que para toda la organización.

Por supuesto, hay muchas otras herramientas de planificación que las empresas utilizan para analizar su Situación y evaluar las oportunidades de cambio. El modelo de las “Cinco Fuerzas de Porter”, por ejemplo, fue desarrollado por Michael E. Porter de Harvard Business School en 1979.

Ayuda a determinar si una empresa debe entrar en un nuevo mercado o mejorar su posición en los mercados actuales. El Modelo Delta es una forma de desarrollar estrategias buscando desde un punto de vista centrado en el cliente. Y el Diamante Nacional, también desarrollado por Michael Porter, ayuda a analizar la capacidad de una empresa para funcionar en un mercado nacional y un mercado internacional. Pero el análisis DAFO es una herramienta simple, flexible y útil

Herramienta analítica. Pruébalo, ¡funciona!

---

Desde **Human Performance** podemos ampliarte esta información y, si lo consideras oportuno, ayudarte en el **desarrollo de la Estrategia de RRHH** más adecuada a tu organización. [Ponte en contacto con nosotros](#) y nuestro equipo profesional te atenderá encantado.

Si te ha gustado esta entrada, y deseas recibir todos nuestros artículos cómodamente en tu email, te invitamos a [suscribirte a nuestro blog](#).



[Àngels Mora](#)

**Socia y Directora de Consultoría de RR. HH. en Human Performance.**

Te invito a visitar mi [perfil completo](#).