

## ***Bloque I. Fundamentos históricos de la estrategia***

Tema 1. La construcción histórica de la estrategia

Tema 2. La estrategia como disciplina científica

Lola Fernández Poyatos

# Tema 1. La construcción histórica de la estrategia

1. Concepto general de estrategia
2. Antecedentes históricos
  - 2.1. Antecedentes orientales
    - De Sun Tzu al Islam
    - Juegos orientales de estrategia
  - 2.2. Antecedentes occidentales
    - De Grecia a Clausewitz
3. La extensión analógica a otras disciplinas: marketing y publicidad

Lola Fernández Poyatos

## 1. Concepto general de estrategia

M. Moliner	{	<i>"Arte de dirigir las operaciones militares"</i> <i>"Arte de dirigir los asuntos para lograr el objetivo deseado"</i>
J. B. Quinn	→	Empleo militar del término
Mintzberg	{	Estrategia deliberada Estrategia emergente
Alberto P.	{	Capacidad natural Forma de pensamiento

## 2. Antecedentes históricos

**Cuadro 1. La construcción histórica del concepto de estrategia** (Alberto Pérez, 2001: 27)



## 2.1. Antecedentes orientales

### Antecedentes orientales. La inteligencia (De Sun Tzu al Islam)

China

- ⊕ Sun Tzu (*El Arte de la guerra*)
  - ⊕ Máximas
  - ⊕ Maniobra y astucia /vs/ choque armado
  - ⊕ Factores comunicativos
  - ⊕ Vigencia

Japón

- ⊕ Secreto
- ⊕ Discreción

Islam

- ⊕ Corán: "*Dios utilizó la astucia*"
- ⊕ El libro de las argucias: "*Dios ha preferido la persuasión*"

## Juegos orientales de estrategia

Go

- Mejor utilización de los recursos
- Iniciativa
- Concentración de riesgos

Ajedrez

- Contextualizar
- Relativizar

Juego de suma distinta de cero

*/vs/*

Juego de suma cero

(Alberto Pérez, 2001: 30-32 )

## 2.1. Antecedentes occidentales

### Antecedentes occidentales. La fuerza (De Grecia a Clausewitz)

Grecia	⊕ Término	
	⊕ Herodoto, Jenofonte, Aineas el Táctico	
Renacimiento	⊕ Maquiavelo	→ factor racional
Romanticismo	⊕ Clausewitz	→ concepción
	⊕ Jomini	→ conducción
Positivismo	⊕ Von Moltke	→ evolución y adaptación

(Alberto Pérez, 2001: 33-37 )

*“ Todo el arte de la guerra está basado en el engaño ”*

*“ La mejor estrategia es atacar la estrategia del enemigo ”*

*“ Los que son expertos en el arte de la guerra someten al enemigo sin combate. Toman las ciudades, sin asalto; y derrocan un estado sin operaciones prolongadas ”*

(Sun Tzu, El arte de la guerra)

*"No sólo para que los soldados actúen al unísono, sino también para confundir al enemigo sobre la dimensión de tu ejército e infundirle temor"*

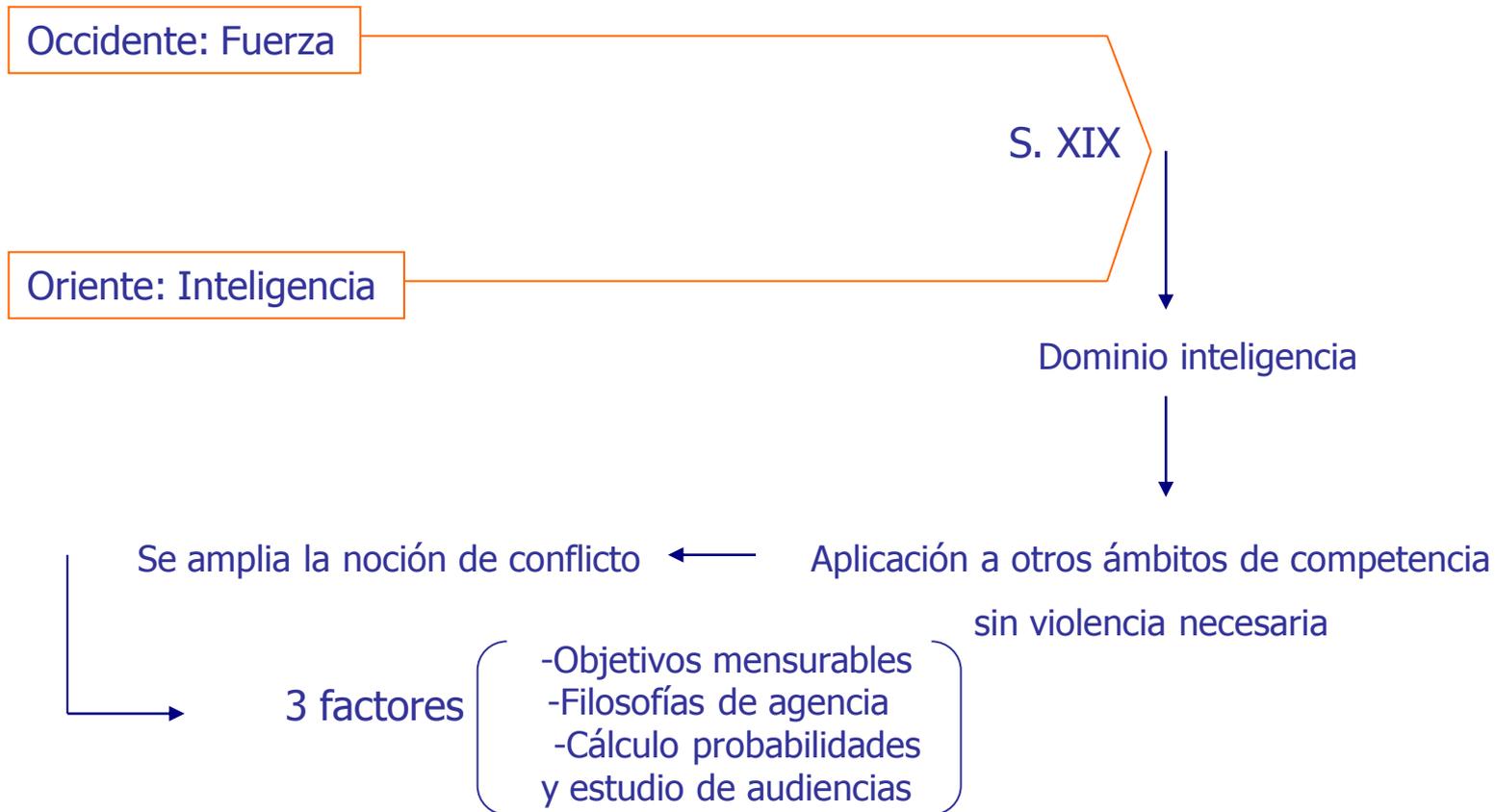
*"Si el enemigo te envía mensajeros y te hablan humildemente, es que está preparado para atacar; si te habla con orgullo, es que se va a retirar"*

*"Cuando los hombres se agrupan constantemente en pequeños corros y se hablan a la oreja, es que el general ha perdido la confianza de la armada"*

(Sun Tzu, *El arte de la guerra*)

### 3. Extensión analógica a otras disciplinas

**Cuadro 2. La extensión analógica de la estrategia**  
(Alberto Pérez, 2001: 37)



MARKETING

PUBLICIDAD

Definición objetivos mensurables

Filosofías agencia

Cálculo probabilidades y estudio de audiencias

ANA Objetivos publicitarios

Guías metodológicas

Aplicación a investigación publicitaria

(Alberto Pérez, 2001: 38)

## Bibliografía básica

- Alberto Pérez, R. (2001): *Estrategias de comunicación*, Barcelona, Ariel Comunicación, Cap. 1, pp. 26-50.
- Clausewitz, Karl von (1984): *De la guerra*, Madrid, Labor.
- Maquiavelo, N. (2001): *El príncipe*, Madrid, Colección Austral, capítulos 6-7, 15-26.
- Ohmae, K. (1990): *La mente del estratega*. Madrid, McGraw Hill, pp.192-197.
- Poundstone, W. (1995): *El dilema del prisionero: John von Neumann, la teoría de los juegos y la bomba*, Madrid, Alianza Editorial, pp. 9-23.
- Mintzberg, H., Quinn, J.B., Ghoshal, S. (1998): *El proceso estratégico*, Madrid, Prentice Hall, primera parte, pp. 3-107.
- Ries, A. y Trout, J. (1995): *Posicionamiento*, Madrid, McGraw-Hill.
- (2002): *Las 22 leyes inmutables del marketing*, Madrid, McGraw-Hill.
- Sun Tzu (1999 ): *El arte de la guerra*, Madrid, ediciones Martínez Roca.

## Bibliografía complementaria

- Abascal Rojas, F. (1994): *Cómo se hace un plan estratégico*, Madrid, ESIC.
- Alonso Baquer, M. (2000): *¿En qué consiste la estrategia?*, Madrid, Ministerio de Defensa.
- Arceo Vacas, A. (1999): *Estrategias de relaciones públicas. Metodologías*, Madrid, ICIE.
- Bas, E. (1999): *Prospectiva. Cómo usar el pensamiento sobre el futuro*, Barcelona, Ariel.
- Booth, K. (1975): "La evolución del pensamiento estratégico", en Baylis, J. (ed.), *Contemporary Strategy. Theories and Policies*, Nueva York, Holmes and Maier Publishers.
- Cowan, D., «Strategy, Strategy, Strategy», en *Admap*, febrero, pp. 24-27.
- Jay, A. (2002): *Maquiavelo: lecciones para directivos*, Gestión 2000, Barcelona.
- Musashi, M. (1989): *El Libro de los cinco anillos*, Miraguano.
- Ortemberg, A. (2004): *El arte de la guerra para mujeres*, Barcelona, Obelisco.
- Paret, P. (1992): *Creadores de la estrategia moderna: desde Maquiavelo a la era nuclear*, Madrid, Ministerio de Defensa, Secretaría General Técnica.

## Direcciones internet

<https://adage.com>

<http://advertising.utexas.edu>

<http://www.anuncios.com/publica/drvisapi.dll>

<http://www.casal.upc.es>

<http://www.estrategias.com>

<http://www.forofaro.com>

<http://www.fortunecity.es/imaginario/leyendas/287/>

<http://www.geometriadigital.com/monografias/disenio/laus/laus%2002.html>

<http://www.publircidad.com>

<http://www.warc.com>

<http://www.fortunecity.es/imaginario/leyendas/287/>

<http://managersmagazine.com/index.php/2009/04/biografia-henry-mintzberg-y-el-proceso-estrategico/>