



DAVID J. COLLIS

Profesor de estrategia de Harvard Business School y referente mundial en estrategia corporativa, ventaja competitiva y creación de valor

-
- 35 años como profesor en Harvard Business School, especializado en estrategia corporativa, competitiva e internacional
 - Ganador del Outstanding Educator Award de la Academy of Management y del McKinsey Award al mejor artículo de Harvard Business Review
 - Autor de más de 40 artículos y capítulos y de libros como Corporate Strategy y Corporate Headquarters
 - Sus casos y artículos de Harvard Business Review han vendido más de 3 millones de copias
 - Ha asesorado a la alta dirección de compañías como Merck, Maersk, Fidelity Investments y MetLife

David J. Collis es una autoridad mundial en estrategia corporativa, estrategia competitiva, análisis de industrias y competencia global. Es Adjunct Professor of Business Administration en Harvard Business School y Visiting Professor en Tuck School of Business de Dartmouth. Durante 35 años en Harvard ha desarrollado y dictado programas de MBA y educación ejecutiva sobre estrategia corporativa e internacional, consolidándose como uno de sus profesores de estrategia más reconocidos.

Anteriormente fue profesor en Yale School of Management y Columbia Business School. Recibió el Outstanding Educator Award de la Strategy Division de Academy of Management y el McKinsey Award al mejor artículo de Harvard Business Review por “Can You Say What Your Strategy Is?”, escrito junto con Michael Rukstad.

Es autor de más de 40 artículos y capítulos y de libros como Corporate Strategy y Corporate Headquarters. Su trabajo aborda una de las preguntas fundamentales para la alta dirección: cómo crear y sostener una ventaja competitiva y, especialmente en grupos empresariales, cómo lograr que el corporativo agregue verdadero valor a sus diferentes negocios.

Además de su trayectoria académica, Collis ha asesorado a la alta dirección de importantes compañías como Merck, Maersk, Fidelity Investments y MetLife. Es MBA y Ph.D. de Harvard University y tiene un MA de Cambridge University.

¿Por qué contratar a David J. Collis?

David Collis combina dos atributos difíciles de encontrar en un mismo conferencista: el rigor intelectual de uno de los grandes profesores de estrategia de Harvard y décadas de experiencia trabajando directamente con CEOs y equipos de alta dirección.

Es especialmente relevante para juntas directivas, familias empresarias, CEOs y comités ejecutivos que estén enfrentando decisiones sobre crecimiento, portafolio, diversificación, transformación, asignación de recursos o el papel del corporativo.

Su mayor valor aparece cuando la sesión puede ser customizada alrededor de los desafíos reales de la organización. Más que una conferencia tradicional, puede convertir el

encuentro en una conversación estratégica de alto nivel que deje al equipo directivo con preguntas, marcos y decisiones concretas para seguir trabajando.

TEMAS

David adapta cada presentación a las necesidades de su audiencia y no se limita a los temas listados a continuación. Por favor, consúltenos sobre cualquier otro tema de su interés:

- Estrategia corporativa
- Estrategia multinegocio
- Creación de ventaja corporativa
- Ejecución de la estrategia
- El rol del centro corporativo
- Recursos y capacidades
- Diversificación y sinergias
- Estrategia global
- Diseño organizacional
- Transformación digital en organizaciones multinegocio

PROGRAMAS

Three-Sentence Essence

David J. Collis es una de las principales autoridades mundiales en estrategia corporativa y ayuda a los altos directivos a responder una pregunta fundamental: ¿cómo crea valor una corporación a través de sus diferentes negocios? Profesor de Harvard Business School durante 35 años y reconocido educador en estrategia, combina rigor académico con décadas de experiencia asesorando a equipos directivos de grandes compañías globales. Sus sesiones, altamente interactivas, llevan a los ejecutivos más allá de la teoría para tomar las decisiones estratégicas que convierten la ambición en una ventaja competitiva sostenible.

Creating Corporate Advantage: Lograr que el todo valga más que la suma de las partes

¿Por qué diferentes negocios deberían pertenecer a un mismo grupo empresarial?

Collis analiza cómo un centro corporativo puede crear una ventaja competitiva genuina a través de capacidades distintivas, recursos compartidos, coordinación y procesos de gestión, evitando las supuestas “sinergias” que terminan agregando complejidad en lugar de valor.

La conferencia ofrece a juntas directivas y alta dirección un marco para determinar dónde agrega valor el centro corporativo, qué conviene compartir entre negocios, dónde preservar autonomía y cómo alinear la organización con la estrategia.

Por qué fracasan las estrategias multinegocio — y cómo lograr que funcionen

Las organizaciones diversificadas suelen concentrarse demasiado en qué empresas conforman su portafolio y demasiado poco en cómo deben gestionarlas para crear valor.

A partir de su reciente trabajo con Bharat Anand, Collis plantea que el éxito depende de definir claramente cómo el grupo agrega valor a sus negocios y alinear con ese propósito la estructura, los procesos de gestión y los mecanismos de ejecución.

Una conversación especialmente relevante para holdings y grupos empresariales que buscan convertir su estrategia corporativa en un sistema consistente de prioridades, asignación de recursos, accountability y ejecución.

De la estrategia a la ejecución: construir el sistema de gestión

¿Por qué grandes estrategias terminan produciendo resultados mediocres?

Para Collis, la estrategia requiere alinear recursos, capacidades, estructura organizacional, procesos de gestión y negocios. Su marco de estrategia corporativa conecta explícitamente recursos, tareas, estructura e industrias para explicar cómo una corporación puede crear valor.

La pregunta para la alta dirección es particularmente poderosa: ¿cómo institucionalizamos

la estrategia para que realmente determine cómo priorizamos, asignamos recursos, tomamos decisiones y ejecutamos?

Corporate Headquarters: ¿Qué debe hacer realmente el centro corporativo?

¿Qué debe centralizarse? ¿Qué decisiones deben permanecer en los negocios? ¿Qué capacidades deberían compartirse? ¿Cuál debe ser el tamaño y papel del centro corporativo?

La investigación de Collis sobre cientos de compañías cuestiona la idea de que un centro corporativo pequeño sea necesariamente mejor: su diseño debe responder a la estrategia y a la manera específica en que el grupo pretende agregar valor a sus compañías.

CONDICIONES

- **Viaja desde:** Boston, USA
 - **Rangos:** Consultar tarifa con HiCue Speakers
-