

● REPORTE DE ESTRATEGIA EJECUTIVA DESDE LA DOCTRINA CLÁSICA

NexStrat

Distribuidora Ejemplo S.A. de C.V.

SECTOR

Comercio / Retail

EMPLEADOS

10-50

NIVEL

Premium

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

PREMIUM · 3 DILEMAS

Categoría predominante: Terreno · Marco de reflexión: la decisión final es del usuario

3

Dilemas analizados

8

Fragmentos de doctrina citados

6

Obras clásicas consultadas

CONTENIDO DEL REPORTE

02 Resumen ejecutivo

03 Datos de entrada

04 Resultados principales

05 Métricas complementarias

06 Análisis e interpretación

07 Recomendaciones

08 Metodología, fuentes y limitaciones

FOLIO

EJEMPLO-NS-PREMIUM

FECHA DE GENERACIÓN

15/10/2026 12:00

MOTOR

NexStrat · NexIntelía

• SECCIÓN 02

Resumen ejecutivo

Lo esencial del resultado, en lenguaje claro.

3

Dilemas analizados

8

Fragmentos de doctrina

6

Obras consultadas

Terreno

Categoría predominante

Se analizaron 3 dilemas de negocio con 8 fragmentos de doctrina de 6 obras clásicas de estrategia; la categoría estratégica predominante es Terreno. La doctrina se ofrece como marco de reflexión y la decisión final corresponde al usuario.

Hallazgos clave

- 01 Dilema 1: La empresa enfrenta a un rival con más recursos que eligió pelear en el terreno donde es más fuerte: el precio.
- 02 Dilema 2: Es un problema de logística financiera antes que de rentabilidad: el ciclo de cobro es tres veces más largo que el ciclo de...
- 03 Dilema 3: El desacuerdo estratégico ya se convirtió en un problema de mando.
- 04 La doctrina proviene de 6 obras clásicas; la categoría más frecuente es Terreno.

• SECCIÓN 03

Datos de entrada

Información capturada para generar este reporte.

Empresa

Razón social	Distribuidora Ejemplo S.A. de C.V.	Nivel contratado	Premium (3 dilemas)
Sector	Comercio / Retail	Fecha del análisis	15/10/2026 17:58
Número de empleados	10-50 empleados		

Dilemas planteados

Texto tal como lo escribió el usuario.

Dilema 1 de 3

"Una cadena más grande abrió a dos cuadras y bajó 20% sus precios en los productos que más vendemos. Nuestras ventas cayeron 15% en tres meses. No sé si igualar su precio o diferenciarnos con servicio y entrega a domicilio; me preocupa perder margen y a los clientes frecuentes."

Dilema 2 de 3

"Nuestros clientes institucionales nos pagan a 90 días, pero el proveedor principal exige pago a 30. Este mes nos faltan cerca de 400 mil pesos y el proveedor amenaza con suspender el surtido. No sé si pedir un crédito, renegociar con el proveedor o dar descuento por pronto pago."

Dilema 3 de 3

"Mi socio quiere abrir una segunda sucursal este año y yo prefiero consolidar la actual. El equipo empieza a dividirse entre los dos y las decisiones se están retrasando. No sé si buscar un acuerdo, un mediador externo o plantear la compra de su parte."

Datos declarados

Los dilemas y los datos de la empresa los escribió el usuario y NexIntelía no los verifica. El diagnóstico depende de que el planteamiento describa la situación real y la decisión concreta.

• SECCIÓN 04

Resultados principales

Cifras calculadas por el sistema a partir de tus datos y de fuentes oficiales.

Dilema 1 de 3

“Una cadena más grande abrió a dos cuadras y bajó 20% sus precios en los productos que más...”

Diagnóstico del dilema 1

La empresa enfrenta a un rival con más recursos que eligió pelear en el terreno donde es más fuerte: el precio. Igualarlo significa aceptar su terreno con menos capacidad para sostener la pérdida de margen. La caída de 15% sugiere que una parte de la clientela es sensible al precio, pero no dice nada todavía de los clientes que compran por cercanía, confianza o servicio.

Doctrina aplicable del dilema 1

Hay una convergencia clara: no se debe aceptar la batalla en el terreno que el adversario eligió cuando éste tiene superioridad de recursos (**El arte de la guerra**, CONS-ST-004), y la fuerza propia debe concentrarse en el punto donde se tiene ventaja relativa en vez de repartirse en todos los frentes (**De la guerra**, CONS-CL-011). Ambas doctrinas apuntan a identificar qué clientes y qué productos son defendibles por servicio. El matiz aparece con **Estratagemas** (CONS-FR-007): una respuesta puntual y visible en pocos productos gancho puede frenar la fuga sin iniciar una guerra de precios general; la tensión está en no convertir esa respuesta táctica en una política permanente.

Obras citadas: El arte de la guerra (Sun Tzu); De la guerra (Carl von Clausewitz); Estratagemas (Frontino); Compendio de técnica militar (Vegecio)

Acción recomendada del dilema 1

- [0-30 días]** Segmenta las ventas de los últimos 6 meses e identifica a los clientes y productos que dejan la mayor parte del margen: ese es el terreno a defender (**De la guerra**, CONS-CL-011).
Responsable: Dueño con encargado de ventas · **Señal de avance:** Margen bruto y frecuencia de compra de los clientes clave, cada semana. · **Criterio de corte:** Si los clientes clave también ya compran con la cadena, el problema no es solo de precio: replantea la propuesta antes de invertir en servicio.
- [0-30 días]** Mantén tu precio en el surtido general y responde solo en 3 a 5 productos gancho, con fecha de término anunciada desde el inicio (**Estratagemas**, CONS-FR-007).
Responsable: Encargado de compras · **Señal de avance:** Unidades vendidas de los productos gancho y margen total de la tienda, cada semana. · **Criterio de corte:** Si el margen total cae más de lo que se recupera en ventas, o la promoción se alarga sin fecha, terminala.
- [31-60 días]** Convierte la cercanía en ventaja: entrega a domicilio en menos de 2 horas y crédito corto para clientes recurrentes, comunicado en tienda y por WhatsApp (**El arte de la guerra**, CONS-ST-004).
Responsable: Encargado de tienda · **Señal de avance:** Pedidos a domicilio por semana y proporción entregada a tiempo. · **Criterio de corte:** Si el costo de entrega supera el margen de los pedidos o no se cumplen los tiempos, limita el servicio a clientes clave.
- [61-90 días]** Al cierre del trimestre, compara los resultados con el arranque y decide si mantienes, ajustas o retiras la respuesta en productos gancho (**Compendio de técnica militar**, CONS-VG-003).
Responsable: Dueño · **Señal de avance:** Ticket promedio, frecuencia y margen de los clientes clave contra el arranque. · **Criterio de corte:** Si las ventas siguen cayendo al mismo ritmo pese al servicio, revisa ubicación y surtido, no solo el precio.

Dilema 2 de 3

“Nuestros clientes institucionales nos pagan a 90 días, pero el proveedor principal exige pago a 30. Este mes...”

Diagnóstico del dilema 2

Es un problema de logística financiera antes que de rentabilidad: el ciclo de cobro es tres veces más largo que el ciclo de pago. Cualquier solución que no acorte esa brecha solo pospone la siguiente crisis.

Doctrina aplicable del dilema 2

Las doctrinas coinciden en que el abastecimiento se asegura antes de la campaña y no durante ella (**Compendio de técnica militar**, CONS-VG-008), y en que un aliado que depende de ti también tiene interés en tu continuidad (**Anábasis**, CONS-JN-002): el proveedor pierde un cliente si suspende el surtido. La divergencia está en el ritmo: **Compendio de técnica militar** (CONS-VG-008) privilegia asegurar reservas aunque cueste, mientras **Anábasis** (CONS-JN-002) sugiere negociar primero desde la interdependencia.

Obras citadas: Compendio de técnica militar (Vegecio); Anábasis (Jenofonte)

Acción recomendada del dilema 2

1. **[0-30 días]** Proyecta semana a semana las entradas y salidas de efectivo de los próximos 60 días para conocer el faltante real y la semana más crítica (**Compendio de técnica militar**, CONS-VG-008).
Responsable: Dueño con su contador · **Señal de avance:** Diferencia entre el efectivo proyectado y el real, cada semana. · **Criterio de corte:** Si la proyección muestra que el faltante se repite cada mes, trátalo como problema estructural: un crédito solo serviría de puente.
2. **[0-30 días]** Propón al proveedor un plan de pagos escalonado a 45-60 días a cambio de un volumen de compra comprometido (**Anábasis**, CONS-JN-002).
Responsable: Dueño · **Señal de avance:** Días promedio de pago al proveedor y continuidad del surtido. · **Criterio de corte:** Si el proveedor rechaza cualquier ampliación de plazo, pasa al financiamiento puente sin esperar a que suspenda el surtido.
3. **[31-60 días]** Ofrece descuento por pronto pago solo a los clientes institucionales de mayor monto, siempre que cueste menos que el crédito bancario disponible.
Responsable: Responsable de cobranza · **Señal de avance:** Días promedio de cobro de clientes institucionales, cada quincena. · **Criterio de corte:** Si el descuento cuesta más que el crédito o los clientes no adelantan pagos, retíralo.
4. **[61-90 días]** Usa factoraje sobre las facturas más grandes solo como puente y renegocia las condiciones de cobro en los siguientes contratos institucionales.
Responsable: Dueño con su contador · **Señal de avance:** Diferencia entre días de cobro y días de pago, cada mes. · **Criterio de corte:** Si el factoraje se vuelve recurrente, el problema es de condiciones comerciales: deténlo y renegocia contratos.

Dilema 3 de 3

“Mi socio quiere abrir una segunda sucursal este año y yo prefiero consolidar la actual. El equipo empieza...”

Diagnóstico del dilema 3

El desacuerdo estratégico ya se convirtió en un problema de mando: dos direcciones visibles frente al equipo debilitan la cohesión y la velocidad de ejecución, justo cuando la empresa enfrenta presión competitiva y de liquidez.

Doctrina aplicable del dilema 3

Converge la idea de que una fuerza con dos mandos visibles pierde cohesión (**El príncipe**, CONS-MQ-005) y de que la moral del equipo depende de percibir un rumbo único (**De la guerra**, CONS-CL-019). El matiz: **El príncipe** (CONS-MQ-005) favorece resolver pronto quién decide, mientras **De la guerra** (CONS-CL-019) advierte que una ruptura precipitada puede costar más cohesión que el propio desacuerdo.

Obras citadas: El príncipe (Nicolás Maquiavelo); De la guerra (Carl von Clausewitz)

Acción recomendada del dilema 3

1. **[0-30 días]** Acuerden por escrito qué decisiones toma cada socio y cuáles requieren a ambos, con vigencia de 90 días (**El príncipe**, CONS-MQ-005).

Responsable: Ambos socios · **Señal de avance:** Decisiones pendientes por desacuerdo, revisadas cada semana. · **Criterio de corte:** Si en un mes no logran firmar el acuerdo, recurran a un mediador sin esperar al cierre del plazo.

2. **[0-30 días]** Presenten al equipo un solo mensaje y un solo responsable por área mientras dure la discusión (**De la guerra**, CONS-CL-019).

Responsable: Ambos socios · **Señal de avance:** Instrucciones contradictorias que reporta el equipo, cada semana. · **Criterio de corte:** Si el equipo sigue recibiendo instrucciones distintas, revisen el acuerdo de decisiones antes de volver a discutir la sucursal.

3. **[31-60 días]** Definan criterios objetivos para la segunda sucursal (flujo mínimo, margen y plazo) y decidan con base en ellos, no en preferencias personales.

Responsable: Ambos socios · **Señal de avance:** Cumplimiento de cada criterio con las cifras del mes. · **Criterio de corte:** Si no logran acordar los criterios, el desacuerdo es de rumbo y no de datos: pasen a mediación.

4. **[61-90 días]** Si al cierre del plazo no hay acuerdo, recurran a un mediador antes de plantear la compra de participación.

Responsable: Ambos socios · **Señal de avance:** Avance de las sesiones de mediación y decisiones destrabadas. · **Criterio de corte:** Si la mediación no logra acuerdo, evalúen con asesoría legal la compra de participación.

• SECCIÓN 05

Punto ciego y doctrina consultada

Indicadores adicionales y qué indica cada uno.

Riesgo o punto ciego

Punto ciego del dilema 1	El punto ciego es suponer que el servicio basta sin comunicarlo: si los clientes no perciben la diferencia, la comparación seguirá siendo solo de precio (Compendio de técnica militar , CONS-VG-003). También existe el riesgo de que la respuesta en productos gancho se extienda por presión comercial y erosione el margen.
Punto ciego del dilema 2	El riesgo es resolver el faltante de este mes con deuda y no cambiar las condiciones de cobro: la brecha de 60 días seguirá generando la misma crisis cada trimestre.
Punto ciego del dilema 3	El punto ciego es discutir la sucursal sin resolver primero el mecanismo de decisión: cualquier acuerdo sobre la expansión se volverá a disputar en la siguiente decisión importante.

Obras consultadas

6 obras clásicas de estrategia

De la guerra, Carl von Clausewitz (2 frag., dilemas 1, 3); **Compendio de técnica militar**, Vegetio (2 frag., dilemas 1, 2); **El arte de la guerra**, Sun Tzu (1 frag., dilema 1); **Estratagemas**, Frontino (1 frag., dilema 1); **Anábasis**, Jenofonte (1 frag., dilema 2); **El príncipe**, Nicolás Maquiavelo (1 frag., dilema 3).

Fragmentos por categoría estratégica: Terreno (1) · Economía de Fuerzas (1) · Fricción (1) · Inteligencia (1) · Logística (1) · Alianzas (1) · Liderazgo (1) · Moral y Cohesión (1)

Fragmentos de doctrina de mayor coincidencia

Dil.	Clave	Obra	Traducción de negocio
1	CONS-ST-004 Terreno	El arte de la guerra (Sun Tzu)	No compitas en el terreno que eligió un rival más grande; lleva la competencia a donde tu tamaño es ventaja.
1	CONS-CL-011 Economía de Fuerzas	De la guerra (Carl von Clausewitz)	Concentra recursos en los clientes y productos decisivos en lugar de repartirlos en todos los frentes.
2	CONS-VG-008 Logística	Compendio de técnica militar (Vegetio)	Asegura el efectivo y el abasto antes de comprometer la operación, no a mitad de ella.
2	CONS-JN-002 Alianzas	Anábasis (Jenofonte)	Negocia desde la interdependencia: a tu proveedor también le conviene que sigas operando.
3	CONS-MQ-005 Liderazgo	El príncipe (Nicolás Maquiavelo)	Un equipo con dos mandos visibles pierde velocidad: define pronto quién decide qué.
3	CONS-CL-019 Moral y Cohesión	De la guerra (Carl von Clausewitz)	La moral del equipo depende de percibir un rumbo único, más que del acierto de cada decisión.

Se muestran los 2 fragmentos de mayor coincidencia por dilema; el motor recuperó 8 en total. Las claves permiten ubicar cada fragmento en el acervo.

Cruce entre dilemas

Prioridad, tensiones y patrones comunes

Los tres dilemas comparten una raíz: la empresa está compitiendo en el terreno que más le cuesta (precio) mientras su liquidez y su gobierno interno están bajo presión. Igualar el descuento del competidor agravaría directamente el problema de flujo, por lo que la acción recomendada en el Dilema 1 (defender por servicio a los clientes rentables) es también la que protege el efectivo del Dilema 2.

Prioridad sugerida: primero asegurar el flujo de las próximas 8 semanas (Dilema 2), porque sin liquidez ninguna otra decisión es sostenible; en paralelo, fijar con el socio un marco de decisión temporal (Dilema 3) para que la respuesta comercial no se paralice por el desacuerdo. La estrategia de precios (Dilema 1) se ejecuta dentro de ese marco.

Patrón que se repite: en los tres casos la empresa está reaccionando a la iniciativa de un tercero (competidor, clientes que pagan tarde, socio). El punto ciego común es no haber definido antes qué terreno quiere defender y con qué recursos.

Qué indica cada métrica

Diagnóstico del dilema 1	Resume la situación: la empresa enfrenta a un rival con más recursos que eligió pelear en el terreno donde es más fuerte: el precio.
Doctrina aplicable del dilema 1	Se apoya en El arte de la guerra, De la guerra y Estratagemas (Terreno y Economía de Fuerzas). Es un marco para reflexionar, no una instrucción.
Diagnóstico del dilema 2	Resume la situación: es un problema de logística financiera antes que de rentabilidad: el ciclo de cobro es tres veces más largo que el ciclo de pago.
Doctrina aplicable del dilema 2	Se apoya en Compendio de técnica militar y Anábasis (Logística y Alianzas). Es un marco para reflexionar, no una instrucción.
Diagnóstico del dilema 3	Resume la situación: el desacuerdo estratégico ya se convirtió en un problema de mando: dos direcciones visibles frente al equipo debilitan la cohesión y la velocidad de ejecución.
Doctrina aplicable del dilema 3	Se apoya en El príncipe y De la guerra (Liderazgo y Moral y Cohesión). Es un marco para reflexionar, no una instrucción.

• SECCIÓN 06

Análisis e interpretación

Qué significan los resultados para la empresa evaluada.

Se analizaron 3 dilemas de negocio con 8 fragmentos de doctrina de 6 obras clásicas de estrategia; la categoría estratégica predominante es Terreno. Cada dilema se tradujo al vocabulario del acervo, se recuperaron los fragmentos con mayor coincidencia (con un máximo por obra para obligar a cruzar tradiciones distintas) y con ellos se armó el diagnóstico, la doctrina aplicable, la acción recomendada y el punto ciego.

En el dilema 1, el diagnóstico señala que la empresa enfrenta a un rival con más recursos que eligió pelear en el terreno donde es más fuerte: el precio. La acción sugerida comienza por: segmenta las ventas de los últimos 6 meses e identifica a los clientes y productos que dejan la mayor parte del margen. En el dilema 2, el diagnóstico señala que es un problema de logística financiera antes que de rentabilidad: el ciclo de cobro es tres veces más largo que el ciclo de pago.

El punto ciego principal del primer dilema es: suponer que el servicio basta sin comunicarlo: si los clientes no perciben la diferencia, la comparación seguirá siendo solo de precio (Compendio de técnica militar). Los textos clásicos se usan como marco de reflexión, no como instrucción: conviene contrastarlos con la situación real de la empresa, su equipo y sus cifras. La decisión final corresponde al usuario.

Alertas

Punto ciego del dilema 1

El punto ciego es suponer que el servicio basta sin comunicarlo: si los clientes no perciben la diferencia, la comparación seguirá siendo solo de precio (Compendio de técnica militar).

Punto ciego del dilema 2

El riesgo es resolver el faltante de este mes con deuda y no cambiar las condiciones de cobro: la brecha de 60 días seguirá generando la misma crisis cada trimestre.

Punto ciego del dilema 3

El punto ciego es discutir la sucursal sin resolver primero el mecanismo de decisión: cualquier acuerdo sobre la expansión se volverá a disputar en la siguiente decisión importante.

• SECCIÓN 07

Recomendaciones

Acciones sugeridas, ligadas a los hallazgos de este reporte.

1	Proyecta semana a semana las entradas y salidas de efectivo de los próximos 60 días para conocer el faltante real y la semana más crítica (Compendio de técnica militar).	PRIORIDAD ALTA INMEDIATO
Meta	Faltante real cuantificado y semana crítica identificada antes de negociar con nadie.	
Primer paso	Arma una hoja con los cobros esperados de cada cliente institucional y los pagos comprometidos, semana por semana. Responsable sugerido: Dueño con su contador.	
Cómo medirlo	Diferencia entre el efectivo proyectado y el real, cada semana.	
Hallazgo relacionado	Dilema 2 (el cruce entre dilemas sugiere atenderlo primero)	
2	Propón al proveedor un plan de pagos escalonado a 45-60 días a cambio de un volumen de compra comprometido (Anábasis).	PRIORIDAD ALTA INMEDIATO
Meta	Acuerdo por escrito de plazo de pago que mantenga el surtido sin interrupciones.	
Primer paso	Pide una reunión con el proveedor y lleva la proyección de flujo y una propuesta de calendario de pagos por escrito. Responsable sugerido: Dueño.	
Cómo medirlo	Días promedio de pago al proveedor y continuidad del surtido.	
Hallazgo relacionado	Dilema 2 (el cruce entre dilemas sugiere atenderlo primero)	
3	Acuerden por escrito qué decisiones toma cada socio y cuáles requieren a ambos, con vigencia de 90 días (El príncipe).	PRIORIDAD MEDIA INMEDIATO
Meta	Acuerdo de decisiones firmado por ambos socios.	
Primer paso	Hagan juntos una lista de las decisiones de las últimas semanas y marquen cuáles se retrasaron por el desacuerdo. Responsable sugerido: Ambos socios.	
Cómo medirlo	Decisiones pendientes por desacuerdo, revisadas cada semana.	
Hallazgo relacionado	Dilema 3	
4	Segmenta las ventas de los últimos 6 meses e identifica a los clientes y productos que dejan la mayor parte del margen: ese es el terreno a defender (De la guerra).	PRIORIDAD MEDIA INMEDIATO
Meta	Lista de clientes clave y de productos defendibles por servicio, validada con el equipo de mostrador.	
Primer paso	Exporta del punto de venta las ventas por cliente y producto de los últimos 6 meses y ordénalas por margen, no por volumen. Responsable sugerido: Dueño con encargado de ventas.	
Cómo medirlo	Margen bruto y frecuencia de compra de los clientes clave, cada semana.	
Hallazgo relacionado	Dilema 1	

5

Presenten al equipo un solo mensaje y un solo responsable por área mientras dure la discusión (De la guerra).

PRIORIDAD MEDIA
INMEDIATO

Meta	Cada área con un responsable único que todo el equipo conoce.
Primer paso	Convoquen una reunión breve con el equipo y anuncien juntos quién decide en cada área. Responsable sugerido: Ambos socios.
Cómo medirlo	Instrucciones contradictorias que reporta el equipo, cada semana.
Hallazgo relacionado	Dilema 3

Cuándo cambiar de rumbo

Señales para detener, ajustar o abandonar cada acción, y reglas para elegir entre tus opciones. Son criterios de apoyo: la decisión es tuya.

Dilema 2 · 0-30 días Proyecta semana a semana las entradas y salidas de...	Si la proyección muestra que el faltante se repite cada mes, trátalo como problema estructural: un crédito solo serviría de puente.
Dilema 2 · 0-30 días Propón al proveedor un plan de pagos escalonado a...	Si el proveedor rechaza cualquier ampliación de plazo, pasa al financiamiento puente sin esperar a que suspenda el surtido.
Dilema 3 · 0-30 días Acuerden por escrito qué decisiones toma cada socio y...	Si en un mes no logran firmar el acuerdo, recurran a un mediador sin esperar al cierre del plazo.
Dilema 1 · 0-30 días Segmenta las ventas de los últimos 6 meses e...	Si los clientes clave también ya compran con la cadena, el problema no es solo de precio: replantea la propuesta antes de invertir en servicio.
Dilema 3 · 0-30 días Presenten al equipo un solo mensaje y un solo...	Si el equipo sigue recibiendo instrucciones distintas, revisen el acuerdo de decisiones antes de volver a discutir la sucursal.
Criterio de decisión Dilema 2	Si la proyección muestra un faltante solo este mes, entonces un crédito puente corto es razonable; si se repite cada mes, conviene cambiar plazos de cobro y de pago antes de endeudarse.
Criterio de decisión Dilema 2	Si el proveedor acepta el plan escalonado, entonces reserva el descuento por pronto pago solo para los clientes de mayor monto.
Criterio de decisión Dilema 3	Si los criterios de apertura no se cumplen con las cifras actuales de flujo, entonces la sucursal se pospone sin que ningún socio tenga que ceder su postura.
Criterio de decisión Dilema 3	Si los criterios se cumplen y aun así no hay acuerdo, entonces el desacuerdo es sobre el rumbo de la empresa y conviene mediación.
Criterio de decisión Dilema 1	Si la mayoría de los clientes que se fueron compraba solo los productos donde la cadena bajó el precio, entonces conviene responder en esos productos y no en todo el surtido.
Criterio de decisión Dilema 1	Si tus clientes clave siguen comprando contigo, entonces la prioridad es retenerlos con servicio, no igualar precios.

Las recomendaciones son sugerencias de apoyo analítico basadas en los datos de este reporte. La decisión final corresponde a la empresa y, cuando aplique, a sus asesores profesionales.

• SECCIÓN 08

Metodología, fuentes y limitaciones

Cómo se generó este reporte y qué debes considerar al usarlo.

Metodología

NexStrat consulta un **acervo curado de tratados clásicos de estrategia en dominio público** (Sun Tzu, Clausewitz, Maquiavelo, Frontino, Jenofonte, Vegecio, Polibio, Tucídides, Jomini, Napoleón, entre otros). Cada fragmento trae un principio, su traducción a negocio, una acción y un riesgo redactados por curaduría humana, en ocho categorías: Terreno, Fricción, Logística, Economía de Fuerzas, Moral y Cohesión, Alianzas, Inteligencia y Liderazgo.

Por cada dilema: **1) interpretación** del texto en categorías y términos de estrategia; **2) recuperación** por palabras clave de hasta 14 fragmentos (máximo 3 por obra, para cruzar tradiciones); **3) síntesis** en diagnóstico, doctrina aplicable, acción y punto ciego, solo con los fragmentos recuperados y con reglas éticas fijas. Cada paso del plan trae plazo (0-30, 31-60 o 61-90 días), señal de avance y criterio de corte. Sin IA disponible se arma un plan breve con los textos curados de los fragmentos de mayor coincidencia. En Premium cada dilema se resuelve por separado y luego se cruzan entre sí.

La doctrina se ofrece como marco de reflexión, no como instrucción: la decisión es del usuario.

Fuentes de información

Fuente	Uso en este reporte	Vigencia / consulta
Dilema(s) escritos por el usuario	Base del diagnóstico de cada dilema	15/10/2026 17:58
Acervo curado NexStrat: 6 obras clásicas de estrategia citadas	8 fragmentos de doctrina (principio, traducción de negocio, acción y riesgo)	Dominio público
Ejemplo ilustrativo de NexIntelía	Empresa, dilemas y textos del motor ficticios, redactados para mostrar el formato	—

Limitaciones

- Este es un reporte de EJEMPLO con una empresa y dilemas ficticios; las claves y obras se usan para ilustrar el formato del acervo.
- Los tratados se escribieron para contextos militares y políticos; su traducción a decisiones de negocio es interpretativa y no es una predicción.
- La recuperación es por palabras clave, no por significado: un fragmento relevante redactado con otras palabras puede no aparecer.
- No es asesoría legal, financiera, fiscal ni de cumplimiento normativo; la decisión y su ejecución corresponden al usuario.
- Las cifras de entrada las declara el usuario y no se verifican contra documentos originales.

Privacidad

Este reporte es confidencial y pertenece al titular de la cuenta. El dilema y los datos de contexto se usan solo para generar este análisis: no se venden, no se comparten con fines comerciales y no se usan para entrenar modelos de IA. Para el análisis, el texto puede enviarse a un proveedor de IA (Anthropic, API de Claude) únicamente con ese fin. El acervo consultado es de dominio público. Evita incluir datos personales de terceros en tus dilemas.

Aviso importante

Herramienta de **apoyo analítico** generada con procesos automatizados e inteligencia artificial a partir de fuentes públicas u oficiales, que pueden tener errores u omisiones o estar desactualizadas. **No es asesoría financiera, fiscal, legal, contable, aduanal ni de inversión**, ni una garantía o dictamen. Cada decisión es responsabilidad de quien la toma; válidala con las fuentes oficiales y con un profesional.