



## El proyecto estratégico de la empresa

Ilundain Vila, José Miguel

ESIC Editorial,  
2017

Monografía

"El proyecto estratégico de empresa" trata de exponer los criterios empresariales y la metodología a utilizar en la reflexión con visión prospectiva que toda organización empresarial lleva periódicamente a cabo, a fin de anticiparse y adaptarse a las nuevas situaciones y demandas del entorno y el mercado, de tal forma que le permita gestionar de manera continua el cambio, analizar situaciones coyunturales y las tendencias sistémicas, captar nuevas oportunidades de aportación de valor y de negocio, marcar nuevas metas y nuevos horizontes y, en muchas ocasiones, combinando éxitos y avances con situaciones adversas. Esta nota técnica indica el proceso de análisis y toma de decisiones que requiere un proyecto empresarial desde la perspectiva estratégica, integradora de la actividad y los recursos de la empresa por un período de tiempo, trascendiendo la cotidianidad de la gestión del negocio y enmarcando éste en una visión de futuro, que permita detectar oportunidades y abrir nuevas perspectivas de crecimiento y de desarrollo, a partir de las capacidades existentes. En síntesis, plantea el método de captación, análisis y comprensión de todos los factores que intervienen en la continua interrelación de fuerzas e intereses que actúan en el entorno y el mercado, así como la capacidad de transformación y adaptación y desarrollo de todas las capacidades de la empresa, de forma integrada y coherente. Esta adaptación de la organización empresarial al entorno y a sus diferentes mercados exige, por consiguiente, un conocimiento de los mismos y de la situación de la relación de cada uno de los proyectos y productos de la empresa con ellos, así como de la situación de cada una de las variables internas de la organización en relación no sólo con el entorno, tratado de forma genérica, sino con cada uno de los segmentos de mercado elegidos, de los proyectos y.

"El proyecto estratégico de empresa" trata de exponer los criterios empresariales y la metodología a utilizar en la reflexión con visión prospectiva que toda organización empresarial lleva periódicamente a cabo, a fin de anticiparse y adaptarse a las nuevas situaciones y demandas del entorno y el mercado, de tal forma que le permita gestionar de manera continua el cambio, analizar situaciones coyunturales y las tendencias sistémicas, captar nuevas oportunidades de aportación de valor y de negocio, marcar nuevas metas y nuevos horizontes y, en muchas ocasiones, combinando éxitos y avances con situaciones adversas. Esta nota técnica indica el proceso de análisis y toma de decisiones que requiere un proyecto empresarial desde la perspectiva estratégica, integradora de la actividad y los recursos de la empresa por un período de tiempo, trascendiendo la cotidianidad de la gestión del negocio y enmarcando éste en una visión de futuro, que permita detectar oportunidades y abrir nuevas perspectivas de crecimiento y de desarrollo, a partir de las capacidades existentes. En síntesis, plantea el método de captación, análisis y comprensión de todos los factores que intervienen en la continua interrelación de fuerzas e intereses que actúan en el entorno y el mercado, así como la capacidad de transformación y adaptación y desarrollo de todas las capacidades de la empresa, de forma integrada y coherente. Esta adaptación de la organización empresarial al entorno y a sus diferentes mercados exige, por consiguiente, un conocimiento de los mismos y de la situación de la relación de cada uno de los proyectos y

productos de la empresa con ellos, así como de la situación de cada una de las variables internas de la organización en relación no sólo con el entorno, tratado de forma genérica, sino con cada uno de los segmentos de mercado elegidos, de los proyectos y.

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVlcmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMjM3NTYzMzQ>

---

**Título:** El proyecto estratégico de la empresa

**Editorial:** Madrid ESIC Editorial 2017

**Descripción física:** 1 recurso electrónico (88 p.)

**Mención de serie:** eLibro

**Contenido:** Intro -- Portada -- Página de derechos de autor -- Índice -- EL CONCEPTO DE ESTRATEGIA -- 1. Análisis de los factores externos -- 1.1. Análisis del entorno general -- 1.2. Análisis del entorno sectorial -- 1.3. Análisis del entorno competitivo -- 1.4. Análisis del mercado. La conducta de consumo -- 2. Análisis de los factores clave de éxito derivados del entorno y del mercado -- 2.1. Identificación de las áreas afectadas por los factores clave de éxito -- 2.2. Análisis de las cinco fuerzas -- 3. Determinación de la misión de negocio de la empresa -- 3.1. La misión de negocio -- 3.2. Determinación de los objetivos finalistas -- 3.2. Conceptos empresariales y criterios de valor -- 4. Análisis interno. Capacidades y situación competitiva -- 4.1. Identificación y determinación de las fuerzas impulsoras o palancas de crecimiento -- 4.2. Identificación de las ventajas competitivas sostenidas -- 4.3. Identificación de oportunidades de negocio y amenazas -- 5. Análisis de la posición competitiva actual -- 6. Análisis del potencial de crecimiento -- 7. Análisis del atractivo real de negocio de la cartera de negocios/ Productos actuales -- 7.1. Tablas de valoración -- 7.2. Análisis decisional sobre nuevas líneas de negocio -- 7.3. Análisis decisional sobre línea de negocio actuales -- 8. Proceso de decisión -- 8.1. Determinación de la visión de negocio -- 8.2. Determinación de la posición en el sector -- 9. Determinación de las estrategias competitivas -- 9.1. Estrategias genéricas competitivas -- 9.2. Estrategias de apoyo o instrumentales -- 10. Retos, áreas de mejora y de desarrollo -- 10.1. Análisis del Came -- 10.2. Identificación de la cadena de valor -- 10.3. Concreción de los retos -- 11. Objetivos estratégicos -- 11.1. Objetivos financieros -- EJEMPLO DE UNA EMPRESA SIDERÚRGICA -- 11.2. Objetivos de mercado EJEMPLO DE UNA EMPRESA DE INVESTIGACIÓN BIOTECNOLÓGICA EN HORALIZAS -- 11.3. Objetivos de innovación y procesos -- EJEMPLO DE UNA EMPRESA SIDERÚRGICA -- 11.4. Objetivos de formación y crecimiento -- EJEMPLO DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTES -- 11.5. Mapa de objetivos -- 12. Planes de acción -- 12.1. Concreción del objetivo en iniciativas -- 13. Despliegue del proyecto -- 13.1. La participación en el proyecto -- 13.2. La impulsión en el proyecto

**Detalles del sistema:** Forma de acceso: World Wide Web

**ISBN:** 9788417024451

**Entidades:** ProQuest

---

## Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- [informa@baratz.es](mailto:informa@baratz.es)