

CONCEPTOS CLAVE

CONCEPTO	TEORÍA
Misión, visión y objetivos	Módulo 1 (Apartados 3 y 4)
Valores de la empresa y Responsabilidad Social Corporativa	Módulo 1 (Apartado 5)
Análisis del entorno general. Modelo PESTEL	Módulo 2 (Apartado 2.1)
Análisis de la estructura de la industria. 5 Fuerzas competitivas de Porter	Módulo 2 (Apartado 4)
Identificación de los recursos y las capacidades	Módulo 3 (Apartado 4)
Evaluación estratégica de los recursos y capacidades	Módulo 3 (Apartado 5)
Análisis DAFO	Módulo 3 (Apartado 7)
La gestión de los recursos y capacidades	Módulo 3 (Apartado 6)
Estrategias y ventajas competitivas	Módulo 4 (Apartado 1)
Las direcciones del desarrollo. Matriz Ansoff	Módulo 4 (Apartado 2.2 y 3)
Métodos de desarrollo: Interno, externo	Módulo 4 (Apartado 7)
Cooperación empresarial	Módulo 4 (Apartado 8)
Análisis DAFO	Módulo 3 (Apartado 7)
Criterios de selección de estrategias	Módulo 5 (Apartado 1.2)
Factores que influyen en los procesos de decisión estratégica	Módulo 5 (Apartado 4)
Estilos de dirección y liderazgo	Módulo 6 (Apartado 3.1)
Formas básicas de estructura primaria	Módulo 6 (Apartado 2.1.1)
Proceso de planificación táctica. Estrategias de comercialización	Módulo 6 (Apartado 5.1.2)
Medida de los resultados de la empresa. El cuadro de mando	Módulo 6 (Apartado 5.2.1)

RESUMEN

Misión, visión y objetivos

- **Misión** → Es la razón de ser de la empresa, a lo que se dedica y a quien se dirige.
- **Visión** → Son las metas que se pretenden conseguir en el futuro.
- **Objetivos estratégicos** → Determinan la forma en que se materializará la visión. Es decir, marcan el camino para llegar a obtener la visión.

Valores de la empresa y Responsabilidad Social Corporativa

- **Responsabilidad social corporativa** → Actitud de la empresa ante la sociedad como consecuencia de sus actividades.
 - Es una actitud que voluntaria → Crea vínculos de confianza y a largo plazo
 - Es una actitud moderna que rompe con los moldes clásicos
 - Factores que influyen:
 - Políticos
 - Legales

- Competitivos
- Ético-morales

Análisis del entorno general. Modelo PESTEL

- **Modelo PESTEL** → Permite analizar el perfil estratégico del entorno general de la empresa a partir del análisis de las dimensiones siguientes:
 - **Dimensión política** → Decisiones políticas
 - **Dimensión económica** → Indicadores macroeconómicos del entorno
 - **Dimensión sociocultural** → Valores y estilos de vida de la sociedad
 - **Dimensión tecnológica** → Evolución y desarrollo tecnológico de la sociedad
 - **Dimensión ecológica** → Políticas relativas a la conservación del medioambiente
 - **Dimensión legal** → Marco legal sobre el que se desarrolla la actividad

Análisis de la estructura de la industria. 5 Fuerzas competitivas de Porter

- **Modelo de las 5 Fuerzas competitivas de Porter** → Permite analizar la estructura de la industria a partir de describir y analizar las siguientes 5 fuerzas:
 - **Rivalidad entre los competidores existentes** → Depende del número de competidores, de los impedimentos para entrar y salir de la industria, así como de la evolución de la misma.
 - **Posibilidad de entrada de nuevos competidores** → Depende sobre todo de las barreras de entrada impuestas en la industria, así como de la capacidad de reacción de los actuales competidores para reaccionar ante tal amenaza.
 - **Amenaza de productos sustitutivos** → Depende del grado en que el actual producto satisfaga las necesidades de los clientes, de sus costes y de la obsolescencia.
 - **Poder negociación clientes** → Depende del volumen de clientes respecto el volumen de proveedores, la diferenciación del producto y la existencia de productos sustitutivos.
 - **Poder negociación proveedores** → Los mismos factores afectan al poder de negociación de proveedores pero en sentido contrario.