

## **Dirección Estratégica de Empresas y Organizaciones en la nueva economía.**

### **Objetivo.**

En los últimos años se ha ido consolidando la convicción de que el éxito de las empresas y organizaciones se fundamenta básicamente en estrategias bien formuladas y sobre todo bien implementadas.

Sin embargo la explosión de las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones y los progresos realizados en los medios de transporte y comunicación han cambiado radicalmente y rápidamente el entorno en el que las empresas se desenvuelven.

Globalización, hipercompetencia, complejidad, turbulencia, cambios constantes, etc., son palabras que caracterizan al nuevo entorno y por extensión a la nueva economía.

No es de extrañar que en este nuevo contexto se produzcan cambios también importantes en la formulación y ejecución de las estrategias triunfadoras de las empresas y organizaciones.

En este sentido este seminario pretende dar respuesta a las siguientes preguntas:

¿Cómo se formulan estrategias de éxito en la nueva economía?

¿Cómo se implementan con éxito estas estrategias formuladas?

¿En que supuestos teóricos se sustenta la Dirección Estratégica en la nueva economía?.

¿Qué herramientas se utilizan como soporte del proceso de Dirección Estratégica?

¿Cómo se consigue la excelencia empresarial?

**Dirigido a.**

Empresarios, directores generales, "controllers", directores de marketing, directores comerciales, directores administrativos financieros, consultores en consultoría estratégica, y en general a todas aquellas personas interesadas en la formulación y ejecución de estrategias de éxito en la nueva economía.

**Programa.**

## 1. Los rasgos definitorios de la nueva economía.

- 1.1 El impacto de las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones en la configuración de la nueva economía.
- 1.2 La internacionalización y globalización de los mercados y de las operaciones.
- 1.3 Las principales características del nuevo entorno: Turbulencia, complejidad, cambios constantes, incertidumbre, supercompetitividad.

## 2. La empresa competitiva o excelente en el entorno de la nueva economía. Los paradigmas más significativos.

- 2.1 Paradigmas globales con consideración prevalente de un aspecto (la empresa virtual, la empresa que aprende, la empresa inteligente, la organización en forma de red, etc.).
- 2.2 Paradigmas centrados en la formulación y ejecución de la estrategia (Teoría de los recursos y capacidades).

## 3. Fases del proceso de dirección estratégica.

- 3.1 La formulación de la estrategia.
  - 3.1.1 Visión y valores de los empresarios
  - 3.1.2 Análisis interno
  - 3.1.3 Análisis externo
- 3.2 Valoración de alternativas estratégicas. Elección de la alternativa más idónea.
- 3.3 Implantación de la estrategia.
  - 3.3.1 Liderazgo

- 3.3.2 Cultura
- 3.3.3 Estructuras organizativas
- 3.3.4 Sistemas de información y control.

#### 4. Herramientas más utilizadas en el proceso de Dirección Estratégica.

- 4.1 El "Balanced Scorecard".
  - 4.1.1 ¿Por qué necesitan las empresas un "Balanced Scorecard?".
  - 4.1.2 Las cuatro perspectivas del "Balanced Scorecard". La perspectiva financiera. La perspectiva del cliente. La perspectiva del proceso interno. La perspectiva de formación y crecimiento.
  - 4.1.3 Los indicadores de medición para cada perspectiva. La vinculación de los indicadores con la estrategia.
  - 4.1.4 La participación de los distintos directivos y jefes en los procesos de formulación y sobre todo de ejecución de la estrategia.
  - 4.1.5 El "feedback" y el proceso de aprendizaje estratégico.
  - 4.1.6 Caso práctico de implantación del "Balanced Scorecard".
  
- 4.2 El SBS "Strategic Benchmarking System"
  - 4.2.1. El benchmarking como método estructurado para aprender de los mejores.
  - 4.2.2. El benchmarking competitivo y el benchmarking estratégico.
  - 4.2.3. Los factores generadores de valor que utiliza el SBS. Los productos, la arquitectura, las alianzas y acuerdos de cooperación, las ventajas competitivas de la cadena de valor, las competencias esenciales, las competencias personales, la cultura y el liderazgo.
  - 4.2.4. La participación de los distintos directivos y jefes en los procesos de formulación y sobretodo de ejecución de la estrategia.
  - 4.2.5. El "feedback" y el proceso de aprendizaje estratégico.
  - 4.2.6.** Caso práctico de implantación del SBS.