

0. PRÓLOGO



Este manual pretende presentar toda la información relacionada con la temática de la estrategia en el ámbito empresarial, tratando desde su definición más simple hasta las concepciones más complejas desarrolladas por diversos autores de relevancia en el terreno empresarial.

El principal objetivo de este es analizar todas las dimensiones en las que influye la estrategia, desde la implantación de objetivos por parte de la empresa, hasta la creación de estrategias que ayuden a abarcar y lograr tales objetivos. De este modo, se prestará atención tanto al contexto interno como al externo con la finalidad de conocer los elementos que deben tratarse para una formulación estratégica que resulte exitosa. No dejaremos de lado el importante papel que ejercen los agentes competidores y cómo de ellos depende la consecución de unos objetivos y el desarrollo de unas estrategias determinadas.

A lo largo de la temática, podremos observar la relevancia que se da en todo momento al análisis del contexto actual y a la necesidad de renovación, que depende de la personalidad cambiante del contexto.

Se presentan, además, teorías fundamentales que ayudan a profundizar más en la dinámica de la estrategia empresarial y el análisis de ella. Además, y como punto final, ofreceremos toda una serie de casos prácticos con el fin de ver de manera práctica la puesta en marcha de los contenidos presentados de manera teórica.

En cuanto al manual, este queda configurado de la siguiente manera:

- Fundamentos de la estrategia.
- Objetivos estratégicos.
- El proceso estratégico.
- Formulación estratégica.
- Análisis estratégico (en la dinámica de la gestión empresarial).
- Desarrollo de la estrategia.
- Formación e implementación de la estrategia.
- El cuadro de mando integral. CMI.