



EL ANÁLISIS DEL ENTORNO SECTORIAL, RECURSOS Y CAPACIDADES.

SKU: 1157EC

Horas [10](#)

OBJETIVOS

- Conocer la empresa y los tipos de entorno.
- Analizar el macroentorno: dimensiones, Porter, etc.
- Estudiar el Benchmarking.

CONTENIDO

1. La empresa y el entorno.

2. Tipos de entorno.

3. Análisis del macroentorno.

- Dimensión político legal.
- Dimensión económica.
- Dimensión social y cultural.
- Dimensión tecnológica.
- Motores claves de éxito.
- Seguimiento de valores y matriz de seguimiento.
- El diamante de Porter.

4. Análisis del sector. Las cinco fuerzas de Porter.

- Amenaza de entrada de nuevos competidores.
- Intensidad de rivalidad entre los competidores actuales.
- Presión por parte de productos sustitutos.
- Poder negociador de los clientes.
- Poder negociador de los proveedores.
- Consecuencias del análisis sectorial.

5. Análisis de los competidores y mercados.

- Los grupos estratégicos.
- La segmentación producto-mercado.
- Análisis de la competencia.

6. Análisis interno de la empresa.

- Análisis funcional.
- Perfil estratégico de la empresa.
- Análisis de la cadena de valor de Porter.

7. Análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa.

8. Benchmarking.

9. El conocimiento como fuente de ventajas competitivas.