

INDICE

Prólogo	ix
Agradecimientos	xiii
Presentación	xv
1. Introducción	1
1.1. Aproximación a los modelos determinantes de la competitividad	3
1.2. Elementos conductores de un posible nuevo modelo	8
1.3. La necesaria integración en un nuevo modelo de relación	10
2. Un Nuevo Paradigma Competitivo: Business + Governmet + Community	13
2.1. Hacia un Nuevo paradigma	15
2.2. Un polinomio competitivo: competitividad (Empresa + Industria + Gobierno + Áreas base) (Figura 2.3.)	21
2.2.1. La competitividad de las empresas	23
2.2.2. La competitividad de las industrias	24
2.2.3. La competitividad de los Gobiernos	26
2.2.4. La competitividad de las áreas base	29
2.3. El análisis de los agentes	29
2.3.1. El mundo de la empresa	30
2.3.2. El mundo de Gobierno	35
A. En su papel ante sociedad (y la economía)	39
B. En su ámbito (territorial y material) de responsabilidad	43
C. En su organización y sistemas de gestión	46
2.3.3. El mundo de las Comunidades Naturales	48
A. Las nuevas áreas base	49
B. Las nuevas plataformas económicas	50
C. La comunidad Natural	53
2.4. Los nuevos determinantes externos	57
2.4.1. La nueva sociedad	58
2.4.2. Los nuevos jugadores	59
2.4.3. Un <<nuevo contrato social>>	60
2.5. Avance de un nuevo conceptual	63
3. Un Nuevo Sistema de Relación entre las Distintas Comunidades: Empresarial, Administraciones Públicas y Comunidad Natural	67
3.1. La relaciones intra – empresariales	68
3.2. Las relaciones inter – empresariales	70
3.3. Las relaciones empresa – industria	71
3.4. Las relaciones intra e inter Administraciones públicas	73
3.5. Las relaciones Business – Gopvernment	74
3.6. Las relaciones Business – Government – Comunidad	80
3.7. Un modelo hacia la cooperación	81
3.8. Competir, compatir, Cooperar	83
4. El Camino hacia el Nuevo Modelo	85
4.1. El modelo de planificación estratégica, propiciador del tránsito hacia la visión deseada	85
4.1.1. Estado de situación	87
A. Un modelo básico asumido	87
B. Un mundo cambiante	90

4.1.2. El papel esencial del Management: preguntas, asuntos y premisas clave	91
4.1.3. La estructura del modelo	92
4.1.4. Un papel de <<Acción de Apoyo>>	93
4.2. Los agentes intermedios / una organización y la generación de nuevos instrumentos para el cambio	94
A. Centros de capacidades globales relevantes	99
B. Nueva relación empleo – sociedad	99
C. Generadores/distribuidores de conocimiento	100
4.3. El diseño de las estrategias necesarias	105
4.3.1. La <<Estrategias empresariales>>	111
4.3.2. Las estrategias y políticas públicas	117
4.3.3. Las estrategias individuales	121
5. El Modelo Propuesto	123
5.1. Redes Coopetitivas a través del conocimiento: Elemento	125
5.2. Redes Coopetitivas a través del conocimiento: Restricciones + Aproximación sistemática	128
5.3. Redes Coopetitivas a través del conocimiento: La Nueva Comunidad una plataforma competitiva	129
6. Soluciones Aplicadas	133
6.1. Modelo Glokal	133
6.2. ¿Cómo funciona el modelo en los distintos agentes?	135
6.2.1. Estrategias regional hacia la excelencia	135
A. Desconcentración/nuevos jugadores	137
B. Estrategia únicas	144
C. Tiempo	147
D. Espacios completos	150
E. Liderazgo institucional	152
6.2.2. Estrategias empresarial orientada a la cooperación entre el Gobierno y la Comunidad	153
6.2.3. Internacionalización y nuevos espacios	157
6.2.4. Estrategias convergentes: Bilbao Guggenheim Museoa	160
6.2.4.1. Una estrategia de País	163
6.2.4.2. Una estrategia para la transformación de la ciudad	168
6.2.4.3. La estrategia <<de una empresa ciudad>>. Cultura en el siglo XXI	172
6.2.4.4. Una estrategia <<de empresa>>. Museo Guggenheim de Bilbao	175
Consideración final	177
Índice de figuras	179
Índice de ejemplos (cuadros)	183
Direcciones de Internet	187