

## INDICE

<b>Prefacio</b>	VII
Capitulo 1. Necesidad de transformar la empresa	I
Capitulo 2. Las seis etapas de la destrucción creativa	21
Capitulo 3. Etapa uno: reducción del tamaño	38
Capitulo 4. Etapa dos: búsqueda de un equilibrio dinámico	68
Capitulo 5. Etapa tres: diseño de una estrategia de acceso al mercado	97
Capitulo 6. Etapa cuatro: necesidad de adquirir una orientación al cliente	120
Capitulo 7. Etapa cinco: diseño de una estrategia de afianzamiento del mercado	144
Capitulo 8. Etapa seis: búsqueda del alcance global	166
Capitulo 9. Principios de la administración esenciales para la organización de redes basadas en la tecnología de la información	187
Apéndice. ¿Cuál es el tamaño adecuado? Una teoría y simulación del diseño de la empresa	204
Notas	233
Índice analítico	251
<b>Semblanza de los autores</b>	257