

INDICE

Prólogo	5
Agradecimientos	7
Introducción	9
Capítulo 1. Una Clasificación de Estrategias	13
Estrategia	13
Categorías de estrategia	13
Capítulo 2. Estrategias de Disuasión	15
Disuasión en mercadeo	15
Disuasión en las operaciones	16
Disuasión financiera	16
Disuasión tecnología	17
Disuasión organizativa	19
Capítulo 3. Estrategias Ofensivas	21
Ataque frontal	21
Ataque al flanco	23
Cabeza de playa	25
Envolvente	26
Contención	27
Ofensivas no convencionales	28
Capítulo 4. Estrategias Defensivas	31
Defensa de la posición	31
Defensa móvil	32
defensa corporativa	33
Ataque preventivo	34
Reposicionamiento	34
Contraofensivas	36
Integración aguas abajo	36
Defensa de dominio	37
Extensión de líneas	38
Defensa sectorial	39
Liquidación o salida	41
Capítulo 5. Estrategias Corporativas o Alianzas	43
Licencias	43
Acuerdos de mercadeo conjunto	44
Marca privada	46
Cuasi – integración vertical	47
Consortios	48
Integración de estándares	49
Investigación conjunta	50
Acuerdos especiales para acceso a tecnología o mercados	50
Franquicia	51
Capítulo 6. Conceptos Básicos: Estrategia	55
El concepto de estrategia	55
La formulación de la estrategia: Cuatro dimensiones	56
Los niveles de la estrategia	59
Capítulo 7. Estrategia Corporativa: Herramientas y Consideraciones Prácticas	63

Unidades estratégicas de negocios (UEN): las piezas de la corporación	64
La cartea de negocios	65
Matrices	66
La política de los decisiones corporativas	69
La categorías de estrategias corporativas	70
Capítulo 8. Guía para los Negocios	75
El análisis de la estructura de mercado	76
La oportunidades y las amenazas: Las cinco fuerzas de Porter	78
La evaluación de las ventajas competitivas	87
La definición de la estrategia genérica	89
El análisis de las acciones estratégicas específicas	92
¿Es exportable la estrategia?	99
Advertencias finales	101
Epilogo	
Lecciones de la experiencia	103
Bibliografía	107
Índice de compañías	110