



<i>Prólogo</i>	5
<i>Agradecimientos</i>	7
<i>Introducción</i>	9
CAPITULO 1	
<i>Una clasificación de estrategias</i>	13
Estrategia	13
Categorías de estrategia	13
CAPITULO 2	
<i>Estrategias de disuasión</i>	15
Disuasión en mercadeo	15
Disuasión en las operaciones	16
Disuasión financiera	16
Disuasión tecnológica	17
Disuasión organizativa	19
CAPITULO 3	
<i>Estrategias ofensivas</i>	21
Ataque frontal	21
Ataque al flanco	23
Cabeza de playa	25
Envolvente	26
Contención	27
Ofensivas no convencionales	28
CAPITULO 4	
<i>Estrategias defensivas</i>	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

CAPITULO 5	
4 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
CAPITULO 6	
Conceptos básicos: Estrategia	55
El concepto de estrategia	55
La formulación de la estrategia: Cuatro dimensiones	56
Los niveles de la estrategia	59
CAPITULO 7	
Estrategia corporativa:	
Herramientas y consideraciones prácticas	63
Unidades Estratégicas de Negocios (UEN):	
Las piezas de la corporación	64
La cartera de negocios	65
Matrices	66
La política de las decisiones corporativas	69
Las categorías de estrategias corporativas	70
CAPITULO 8	
Guía para los negocios	75
El análisis de la estructura de mercado	76
Las oportunidades y las amenazas:	
Las cinco fuerzas de Porter	78
La evaluación de las ventajas competitivas	84
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
Indice de compañías	110