

Índice

<i>Prólogo. El papel de la empresa en la sociedad</i>	11
<i>Capítulo 1. Empresa y estrategia</i>	15
1. La planificación estratégica como parte de una teoría de la empresa	15
2. Los tres tipos de decisiones	16
3. Cómo nace la planificación estratégica	21
4. Su concepto	23
5. Objeciones a la planificación estratégica	25
<i>Capítulo 2. Qué horizonte se debe contemplar</i>	28
1. Breve comentario sobre las diferentes fases del proceso de planificación estratégica	28
2. El período u horizonte del plan	30
<i>Capítulo 3. Papel de los objetivos en la estrategia empresarial</i> ..	38
1. ¿Qué se entiende por objetivos empresariales?	38
2. La opinión de algunos autores respecto a cuáles son los objetivos de la empresa y cómo se miden	42
3. Nuestro planteamiento respecto a los objetivos empresariales	65
<i>Capítulo 4. Empresa y sociedad</i>	96
1. Los objetivos sociales	96
2. Relaciones históricas de la empresa con el medio social	97
3. A la búsqueda de un modelo de análisis interinstitucional	98
4. Ensayo de modelo analítico para la empresa	99

<i>Capítulo 5. Las metas de los organismos públicos</i>	110
1. Objetivos económicos en organizaciones que no buscan el beneficio, especialmente entes públicos	110
2. Esquema general de la actuación pública	111
3. Variedad de la actuación pública	112
4. Servicio individualizado en régimen de monopolio público ..	115
5. Actuaciones públicas en régimen de competencia	121
6. Actuaciones públicas de servicio a la comunidad de manera directa	123
<i>Capítulo 6. La planificación estratégica del negocio tradicional.</i>	126
1. La gestión a largo plazo (previsión) de la actividad actual ...	126
2. Distinción entre previsión y estrategia de expansión	129
3. Esquema de análisis de la previsión	130
4. Forma de actuar con inflación en la planificación a largo plazo	138
<i>Capítulo 7. Cómo buscar oportunidades de negocio</i>	164
1. Sistemática para la búsqueda y concreción de oportunidades	164
2. Análisis más detallado de las distintas posturas estratégicas ..	171
<i>Capítulo 8. Cómo analizar y combinar las oportunidades</i>	183
1. Proceso general de selección estratégica	183
2. Potencial de consecución de los objetivos	186
3. Combinación de negocios	192
<i>Capítulo 9. Comprender el negocio que se pretende</i>	195
1. ¿Qué se entiende por perfil de capacidad?	195
2. ¿Dónde buscar los datos?	196
3. El análisis de los mercados de recursos y sus condiciones ...	197
4. Elaboración del perfil de capacidad	199
5. Algunos ejemplos parciales	205
<i>Capítulo 10. Relación entre lo que nace y lo que permanece</i>	213
1. Sinergia: concepto	213
2. Posibles efectos sinérgicos derivados de las fusiones de empresas	214
3. Tipos de sinergia	217
4. Modelo para la evaluación de los efectos sinérgicos	220
5. El problema de la sinergia y la estructura de los recursos ...	225

<i>Capítulo 11. Por qué nuestro negocio será distinto</i>	229
1. Ventaja competitiva. Concepto	229
2. Cómo buscar la ventaja competitiva	229
<i>Capítulo 12. Necesidad de una «estrategia de lucha»</i>	241
1. Introducción a una «estrategia de lucha»	241
2. Advertencia previa respecto al concepto de competencia	243
3. Modelo de conjunto de decisión para una estrategia de lucha.	244
4. Modelo de análisis de la competencia	247
<i>Capítulo 13. La dimensión y la localización del negocio</i>	257
1. Dimensión	257
2. Localización	261
3. Factores que afectan a la localización de una planta en cuanto influyen en los objetivos empresariales	263
<i>Capítulo 14. Cuándo comprar un negocio</i>	271
1. Compra o desarrollo interno de negocio	271
2. En qué casos se tomará la iniciativa de la compra o el desarrollo interno	272
3. Fijación del precio máximo en caso de compra	277
<i>Capítulo 15. Criterios para desinvertir</i>	283
1. Supresión de la actividad antigua total o parcialmente. Opciones para desinvertir	283
2. Recursos afectados por la supresión del negocio	285
3. Programación de la desinversión	289
4. Vender la actividad	290
<i>Capítulo 16. La organización como agente del cambio</i>	296
1. Introducción a las estructuras promotoras del cambio	296
2. Formas más habituales de introducción del cambio en las organizaciones	300
3. Resistencias al cambio en las organizaciones	302
4. Medidas que coadyuven a la adopción del cambio	306