

INDICE

Prologo	IX
Introducción	XI
Capitulo I	
Un pequeño espacio para reflexionar sobre el cambio	3
El cambio	
Tendencias del cambio	6
Hacia una cultura organizacional compatible con el cambio	10
Restructuring, downsizing, rightsizing, turnaround: la primera manifestación del cambio	13
Conclusiones	16
Capitulo II	
Pilares para la construcción de una cultura organizacional competitiva	19
Punto de partida	
Planeamiento	21
Acción competitiva	29
Calidad total	35
Capitulo III	
Herramientas de planeamiento	47
Análisis estratégico	
El portafolio de sectores estratégicos	50
Planeamiento táctico	56
Técnicas para fortalecer el portafolio de negocios actual	74
Dirección por objetivos	78
Técnicas que incentivan la creatividad y la innovación	82
Capitulo IV	
Herramientas de acción competitiva	91
El concepto de valor que aporta el marketing	
Posicionamiento	94
Creación de marcas	96
Segmentación y diferenciación	98
Análisis del nivel de competitividad de los negocios	102
Capitulo V	
Herramientas de calidad total	115
Círculos de calidad	
Técnicas estadísticas	122
Just in time	139
Capitulo VI	
Medición de la rentabilidad empresaria	156
La rentabilidad empresarial: estudio de los factores que la determinan	
El estudio del comportamiento de los costos	163
Medición de la rentabilidad futura: tasa interna de retorno	174
Capitulo VII	
Reflexión final	185
(179)	
Bibliografía	