

PRIMERA PARTE

Un enfoque estratégico del entorno industrial: Condiciones ambientales

1. Internacionalización e integración económica mundial	1
1.1. La internacionalización de la economía	2
1.2. El proceso de integración económica	7
1.3. Aplicación del método propuesto a la economía española	9
1.3.1. La integración comercial de la economía española	9
1.3.2. La integración productiva de la economía española	15
1.3.3. La integración financiera de la economía española	19
1.3.4. La integración tecnológica de la economía española	23
1.3.5. La integración sociolaboral de la economía española	27
1.4. A modo de conclusiones	29
Bibliografía	30
2. Prospectiva y diagnóstico estratégico global	33
2.1. Los estudios de prospectiva	34
2.2. Los escenarios económicos de los noventa	39
2.2.1. La herencia del pasado	39
2.2.2. Las nuevas dimensiones de la economía mundial: Algunos destacados procesos de integración geopolítica y económica ..	40
2.3. La exploración del análisis estratégico global	46
2.3.1. La política de producto	47
2.3.2. Los mercados	48
2.3.3. Las estrategias de globalización	49
2.4. A modo de conclusiones	50
Bibliografía	50

3. El poder de las organizaciones	53
3.1. La necesidad de una teoría del poder de las organizaciones	54
3.2. La unidad y el crecimiento del poder	56
3.3. Configuraciones organizativas del poder	57
3.3.1. La organización empresarial	57
3.3.2. Los estados-naciones	62
3.3.3. La organización corporativa	68
3.4. A modo de conclusiones	70
Bibliografía	70
4. El condicionante de la tecnología	73
4.1. La tecnología como factor de competitividad clave	74
4.2. La inversión en tecnología	80
4.3. El valor estratégico y estructural de la innovación	85
4.4. El imperativo tecnológico	87
4.4.1. La gestión de los recursos tecnológicos	87
4.4.2. La tecnocultura	89
4.4.3. La vigilancia tecnológica	91
4.5. A modo de conclusiones	91
Bibliografía	92
SEGUNDA PARTE	
Las configuraciones estructurales	
5. Estructuras de mercado y tipos de competencia	99
5.1. Una introducción a los tipos de competencia	100
5.2. La competencia perfecta	103
5.3. La competencia imperfecta	107
5.3.1. La competencia monopolística	108
5.3.2. El oligopolio	111
5.3.3. El duopolio	116
5.4. El monopolio y monopsonio	117
5.5. A modo de conclusiones	121
Bibliografía	121
6. El medio específico de las empresas	123
6.1. El sector industrial: Problemas conceptuales	124
6.2. El grupo estratégico	127
6.3. La estructura y el perfil de un sector industrial	131
6.4. El sector como realidad dinámica	133
6.5. Los procesos de reestructuración de un sector industrial	137
6.6. A modo de conclusiones	141
Bibliografía	142
7. Las barreras a la libre competencia	145
7.1. La regulación de los mercados	146
7.2. Las barreras de entrada	148

7.3. Las barreras de salida	154
7.4. Las barreras a la movilidad	157
7.5. El mantenimiento de las barreras	159
7.6. A modo de conclusiones	160
Bibliografía	161
8. La concentración económica	163
8.1. Tamaño empresarial	164
8.2. Concentración económica: Concepto y medidas del grado de concentración	167
8.3. Modalidades de concentración	169
8.3.1. Concentración horizontal	171
8.3.2. Concentración vertical	175
8.3.3. Concentración conglomeral	178
8.4. Crecimiento y competitividad	182
8.5. A modo de conclusiones	184
Anexos	185
Bibliografía	195
9. Las estructuraciones de los mercados globales	197
9.1. Pensar grande y ser global	198
9.2. Las repercusiones estructurales de la globalización de los mercados	203
9.3. El triunfo de las corporaciones	206
9.4. A modo de conclusiones	209
Bibliografía	210
10. Sector privado, versus sector público	211
10.1. Antecedentes históricos del sector público en España	212
10.2. La estructura productiva del sector público español: Análisis comparado con Europa	216
10.3. La decisión de privatizar: Experiencias internacionales	218
10.3.1. El caso español	222
10.3.2. Otros países europeos	228
10.3.3. Latinoamérica	234
10.4. A modo de conclusiones	241
Anexos	245
Bibliografía	250
11. Efectos estructurantes de la política industrial	251
11.1. Objetivos y grado de autonomía de la política industrial	252
11.2. Modelos de política industrial: Una especial atención a las políticas industriales españolas y comunitarias	256
11.3. Propuesta de una metodología: La matriz industrial estratégica	262
11.4. Elaboración e implantación de la política industrial	267
11.5. A modo de conclusiones	269
Bibliografía	269

TERCERA PARTE

Dimensiones estratégicas de las organizaciones industriales

12. Análisis de ventajas competitivas	273
12.1. Concepto y clases de ventajas competitivas	274
12.2. Análisis de las ventajas competitivas de las naciones o de las regiones	278
12.3. Un modelo para analizar la ventaja competitiva nacional	280
12.4. El desarrollo competitivo de las industrias	285
12.5. A modo de conclusiones	288
Bibliografía	289
13. Estrategias industriales de mercado	291
13.1. Elementos de la estrategia industrial de mercado	292
13.1.1. El campo de la actividad	292
13.1.2. El vector de crecimiento	296
13.1.3. La ventaja competitiva	298
13.1.4. La sinergia positiva	299
13.2. Estrategias en mercados globales	300
13.3. Estrategias en mercados en proceso de globalización	305
13.4. Estrategias en mercados fragmentados	308
13.5. A modo de conclusiones	310
Bibliografía	310
14. Las alianzas empresariales	313
14.1. Una aproximación teórica a las alianzas empresariales	314
14.2. Principales objetivos y factores de éxito de las alianzas	317
14.3. Formas de alianzas	321
14.3.1. Las fusiones parciales	321
14.3.2. Las <i>joint-ventures</i>	323
14.3.3. La toma de participación cruzada o la inversión directa recíproca	324
14.3.4. Las agrupaciones de interés económico	325
14.3.5. Los acuerdos de cooperación complejos	328
14.4. A modo de conclusiones	336
Bibliografía	336
15. De las estrategias de alianza a las alianzas estratégicas	339
15.1. El enfoque estratégico	340
15.2. Las redes de cooperación	344
15.3. Las redes horizontales, verticales y transversales	346
15.4. Las ramas industriales integradas	348
15.5. Análisis comparado de las redes y ramas industriales integradas	353
15.5.1. Nivel de compatibilidad	353
15.5.2. Grado de autonomía de las empresas participantes	354
15.5.3. Flujos de comunicación	354
15.5.4. Dimensiones estratégicas	354
15.5.5. La duración de las alianzas	354
15.5.6. Estructura industrial	354
15.5.7. Efectos multiplicadores	355

15.6. A modo de conclusiones	356
Bibliografía	358
16. La valorización estratégica de la tecnología	359
16.1. La gestión de la I+D: Un análisis dinámico	360
16.2. La tecnología y la cadena de valor de una empresa	363
16.3. Valorización de la tecnología y reflexión estratégica	367
16.4. Modelos de valorización y dimensión estratégica de la tecnología ..	375
16.5. A modo de conclusiones	380
Bibliografía	383

CONCLUSIONES GENERALES

A modo de resultados

Bibliografía básica	391
Indice analítico y onomástico	393