



Contenido

Participantes *xi*

Prefacio *xv*

Reconocimientos *xvi*

Sección 1	Pensamientos y acciones estratégicas	1-1
1.	EL CONCEPTO DE ESTRATEGIA	
	<i>The Boston Consulting Group, Inc.</i>	1-3
2.	FUNDAMENTOS PARA LA FORMULACIÓN DE PLANES ESTRATÉGICOS Y PRONÓSTICOS	
	<i>The Wharton School, University of Pennsylvania</i>	2-1
3.	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LOS AÑOS 80	
	<i>United Technologies Corporation</i>	3-1
4.	FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS: UN EJEMPLO AMPLIO	
	<i>The Dow Chemical Company</i>	4-1
5.	ESTRATEGIAS PARA LAS UNIDADES DE NEGOCIOS	
	<i>Lear Siegler, Inc.</i>	5-1

Sección 2 Administración de las estrategias	6-1
6. OPTIMIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE PLANEACIÓN CORPORATIVA	
<i>New York Telephone. American Telephone & Telegraph.....</i>	6-3
7. FORTALECIMIENTO DEL PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	
<i>Booz-Allen & Hamilton, Inc.....</i>	7-1
8. AUDITORÍA DE LAS ESTRATEGIAS	
<i>Cresap, McCormick and Paget, Inc.....</i>	8-1
9. LOS BENEFICIOS DEL ANÁLISIS DEL MEDIO AMBIENTE	
<i>SRI International</i>	9-1
10. ESCENARIOS DEL FUTURO Y SUS APLICACIONES EN LA ESTRATEGIA CORPORATIVA	
<i>SRI International</i>	10-1
Sección 3 Planeación estratégica de las principales funciones del negocio ..	11-1
11. ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA	
<i>The Wharton School, University of Pennsylvania</i>	11-3
12. POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE PRECIOS	
<i>The Boston Consulting Group, Inc</i>	12-1
13. ESTRATEGIAS DE OPERACIONES	
<i>A. T. Kearney, Inc.</i>	13-1
14. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	
<i>A. T. Kearney, Inc.</i>	14-1
15. ESTRATEGIAS DE RECURSOS HUMANOS	
<i>Hay Associates</i>	15-1
Sección 4 Puesta en práctica de la estrategia	16-1
16. PUESTA EN PRÁCTICA DEL CAMBIO ESTRATÉGICO	
<i>Hay Associates</i>	16-3

17. MÉTODOS DE MOTIVACIÓN PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LAS ESTRATEGIAS	
<i>Hay Associates</i>	17-1
18. ESTRATEGIA DE ADQUISICIONES	
<i>Booz-Allen and Hamilton, Inc.</i>	18-1
19. ESTRATEGIA DE DESINVERSIÓN	
<i>G.D. Searle and Co.</i>	19-1
20. ESTRATEGIA CORPORATIVA PARA CAMBIAR DE RUMBO	
<i>Booz-Allen and Hamilton, Inc.</i>	20-1
Sección 5 Aspectos clave y recursos	21-1
21. LA POLÍTICA EN LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS	
<i>Northwestern University and University of Kansas</i>	21-3
22. PLANEACIÓN CONTRA INCERTIDUMBRE: LA MATRIZ ESCENARIO-ESTRATEGIA	
<i>General Motors Corporation</i>	22-1
23. EL PROGRAMA PIMS	
<i>The Strategic Planning Institute</i>	23-1
24. PREVENCIÓN DEL RECHAZO A LA PLANEACIÓN	
<i>Strategic Planning Associates, Inc.</i>	24-1
25. EL PAPEL DE LOS CONSULTORES EXTERNOS	
<i>The Philadelphia Consulting Group</i>	25-1
APÉNDICE: LA MATRIZ DE CRECIMIENTO-PARTICIPACIÓN EN LA ESTRATEGIA CORPORATIVA DE CRECIMIENTO	
<i>The Boston Consulting Group, Inc.</i>	Apéndice-1

El índice viene a continuación del apéndice