



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
CENTRO DE INVESTIGACIONES  
BIBLIOTECA

Nº 3044

**Introducción: Antecedentes y evolución de la economía y organización industrial . XIII**

## **PRIMERA PARTE**

### **Un enfoque estratégico del entorno industrial: Condiciones ambientales**

<b>1. Internacionalización e integración económica mundial . . . . .</b>	<b>1</b>
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
<u>Bibliografía . . . . .</u>	<u>30</u>
<b>2. Prospectiva y diagnóstico estratégico global . . . . .</b>	<b>33</b>
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
<u>Bibliografía . . . . .</u>	<u>50</u>

<b>3. El poder de las organizaciones</b> .....	<b>53</b>
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
<b>4. El condicionante de la tecnología</b> .....	<b>73</b>
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

<b>5. Estructuras de mercado y tipos de competencia</b> .....	<b>99</b>
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
<b>6. El medio específico de las empresas</b> .....	<b>123</b>
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
<b>7. Las barreras a la libre competencia</b> .....	<b>145</b>
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
<b>8. La concentración económica .....</b>	<b>163</b>
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
<b>9. Las estructuraciones de los mercados globales .....</b>	<b>197</b>
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
<b>10. Sector privado, versus sector público .....</b>	<b>211</b>
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
<b>11. Efectos estructurantes de la política industrial .....</b>	<b>251</b>
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

<b>12. Análisis de ventajas competitivas</b> .....	<b>273</b>
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
<b>13. Estrategias industriales de mercado</b> .....	<b>291</b>
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
<b>14. Las alianzas empresariales</b> .....	<b>313</b>
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
<b>15. De las estrategias de alianza a las alianzas estratégicas</b> .....	<b>339</b>
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
<b>16. La valorización estratégica de la tecnología .....</b>	<b>359</b>
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
Índice analítico y onomástico .....	393



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS  
FACULTAD DE INGENIERIA  
CENTRO DE MEDIOS  
BIBLIOTECA

Nº 3044