

Contenido

Prólogo	XIII
Prólogo del autor	XV
Prólogo del autor a la segunda edición	XIX
Introducción	1
1. Principios de la excelencia empresarial. Su evolución histórica	7
Introducción	9
1.1. Management: entre ciencia y arte	9
1.2. Evolución histórica del management	10
1.2.1. Frederick W. Taylor: escuela científica	12
1.2.2. Henry Fayol: teoría moderna del management opera- cional	12
1.2.3. Elton Mayo: la escuela del comportamiento	14
1.3. Enfoque contingente o situacional	15
1.4. Enfoque de sistemas	17
1.4.1. Principales características de los sistemas	17
1.4.2. Del enfoque de sistemas al management operacional	18
1.5. Peter Drucker: El management actual	19
2. La excelencia empresarial en nuestros días	21
Introducción	23
2.1. La gran empresa norteamericana: <i>In Search of Excellence</i> ..	23
2.2. La mediana empresa norteamericana: <i>The Winning Perfor- mance</i>	26
2.3. La empresa británica: <i>The Winning Streak</i>	28
2.4. La empresa francesa: <i>La Recherche de L'Excellence en France</i>	31
2.5. La empresa belga: <i>In Search of Belgium Excellence</i>	35
2.6. La empresa japonesa: <i>Kaisha. The Japanese Corporation</i> ...	38

3. El entorno económico de la empresa española	43
Introducción	45
3.1. España dentro del entorno económico internacional	45
3.1.1. Breve panorámica del marco internacional	45
3.1.2. Evolución de la economía española	48
3.1.3. El entorno de la empresa española	52
3.1.4. La situación española en el marco de la CEE y la OCDE	62
3.2. Características de la economía española y sus principales problemas	64
3.2.1. Indicadores macroeconómicos	66
3.2.2. Políticas macroeconómicas	68
3.2.3. Deficiencias estructurales	69
3.3. La competitividad internacional	71
3.3.1. Concepto de competitividad	71
3.3.2. La competitividad según el EMF	72
3.3.3. Competitividad de la economía española	72
3.3.4. Rentabilidad de la empresa española: nuevo enfoque en la medición de la competitividad	73
3.3.5. Medidas para mejorar la competitividad	77
4. Características estructurales de la empresa española	79
Introducción	81
4.1. Evolución sectorial	81
4.1.1. Análisis sectorial de la oferta	81
4.1.2. Estructura sectorial de la población activa	82
4.2. Tamaño, localización y concentración	83
4.2.1. Tamaño	83
4.2.2. Localización de las grandes empresas	85
4.2.3. Concentración industrial	85
4.3. Estructura de la propiedad y control	86
Introducción	86
4.3.1. Estructura de la propiedad y el control de la empresa española	87
4.3.2. La propiedad de capital extranjero en la empresa española	88
4.4. Grado de internacionalización	89
4.4.1. Integración comercial de la empresa española en la economía internacional	92
4.4.2. Integración productiva de la empresa española en la economía internacional	92

4.4.3.	Integración financiera de la empresa española en la economía internacional	93
4.5.	Nivel tecnológico de la empresa española	94
4.5.1.	El potencial tecnológico español	94
4.5.2.	Causas de la dependencia tecnológica española	97
5.	La excelencia empresarial española	101
	Introducción	103
5.1.	Objeto de nuestro estudio	103
5.2.	Justificación de nuestro estudio	103
5.3.	Metodología de nuestro estudio	105
5.4.	Cuestionario	108
6.	Estrategia y cultura: bases para la excelencia	113
	Introducción	115
6.1.	Estrategia	115
6.1.1.	Estrategia y pensamiento estratégico	115
6.1.2.	Principios estratégicos	116
6.2.	Cultura	120
6.2.1.	Cultura empresarial	120
6.2.2.	Principios culturales	121
6.3.	El líder: fuente principal de la estrategia y la cultura	124
6.3.1.	Liderazgo	124
6.3.2.	Principios de la excelencia empresarial española	125
7.	Liderazgo	127
7.1.	Visibles y asequibles	130
7.2.	Visión de futuro	131
7.3.	Espíritu de trabajo	132
8.	Principios estratégicos	147
8.1.	Orientación al mercado	149
8.1.1.	Contacto con el cliente y el mercado	149
8.1.2.	Salto al éxito	156
8.2.	Marketing superior	159
8.2.1.	Promoción	160
8.2.2.	Proyectar una imagen adecuada	161
8.2.3.	Distribución	165
8.3.	Liderazgo en el producto	166
8.3.1.	Calidad superior	167

8.3.2.	Relación calidad-precio	170
8.4.	Perspectiva a largo plazo e internacional	172
8.4.1.	Perspectiva internacional	174
8.4.2.	Perspectiva a largo plazo	178
8.5.	Concentrarse en productos y servicios conocidos	181
8.5.1.	Seguir una tradición familiar	182
8.5.2.	Diversificar dentro de su campo de acción	185
8.6.	Aprovechar las ventajas competitivas de la economía española	191
8.7.	I + D aplicada e innovación dentro del propio campo de acción	264
8.7.1.	Innovación en el proceso de producción	265
8.7.2.	Innovación en el producto o servicio	269
8.8.	Cuatro ideas claras y perseverar en ellas	273
8.8.1.	Perseverar en el fundamento del negocio	273
8.8.2.	No darse por vencido	277
8.9.	Capitalización a base de reinvertir beneficios	280
8.9.1.	Las empresas de carácter familiar	280
8.10.	Sistema de información rápido, sencillo y práctico	287
8.11.	No tropezar dos veces con la misma piedra	293
9.	Principios culturales	295
9.1.	Personal altamente integrado	297
9.1.1.	Un paternalismo positivo	299
9.1.2.	Participación en los beneficios	300
9.1.3.	Responsabilidad social	301
9.1.4.	Motivar al personal	302
9.2.	Toma de decisiones interna	303
9.3.	Autonomía e iniciativa	306
9.3.1.	Equilibrio centralización-descentralización	307
9.4.	Énfasis en la acción	311
9.5.	Estructuras sencillas	315
9.6.	Fe en el negocio, honestidad, seriedad y cordialidad	320
9.6.1.	Fe en el negocio	323
9.6.2.	Honestidad	324
9.6.3.	Seriedad	326
9.6.4.	Cordialidad	327
10.	Las empresas españolas ante el reto del Mercado Unico (1992)	331
10.1.	El mercado interior, un Mercado Unico Europeo	333
10.2.	El reto del Mercado Unico. Las empresas con un management superior, las únicas capaces de afrontarlo	334

Anexo 1	337
Anexo 2	341
Bibliografía	343
Indice de figuras	345
Indice de tablas	347