

ÍNDICE

Introducción	9
Capítulo 1. Aspectos de Cambio en la Empresa y en la Función de Planeación	
Aspecto Cambiante de la Empresa	14
Aspecto Cambiante de la Planeación	17
Supervivencia de las Empresas	23
Capítulo 2. Generalidades sobre la Planeación	
Concepto de Planeación	37
Importancia de la Planeación	38
Propósitos de la Planeación	39
La Función de Planeación es parte Integral de los Sistemas Administrativos	40
El Cambio Estratégico	46
Capítulo 3. Estrategia de la Empresa	
Respuestas Estratégicas en Medios Ambientes Turbulentos	63
Escala de Turbulencia del Medio Ambiente	64
Mentalidad Organizacional y Turbulencias del Entorno	64
El Efecto Turbulencia	66
Respuesta a la Turbulencia por Medio de la Planeación Estratégica	66

Planear o No Planear	67
Planeación de la Posición Estratégica	69
Resistencia a la Planeación	77
Investigación en México sobre Productividad Ejecutiva	79
Planeación Estratégica	79
Investigación sobre Práctica de la Planeación en las Pequeñas y Medianas Empresas	80

Capítulo 4. Planeación Estratégica-Táctica-Operativa

¿Empresa o Negocio?	90
¿Qué Problemas lleva consigo la Falta de Planeación?	91
¿Qué es una Estrategia?	94
Conceptos de Planeación Estratégica	98
Modelos Conceptuales para crear un Plan Estratégico en Empresas Pequeñas, Medianas y Grandes	102
Brecha Estratégica	105
Planeación Táctica	111
Planeación Operativa	119
Lo que no es la Planeación Estratégica	126

Capítulo 5. Cómo Diseñar una Planeación Estratégica

Cómo Iniciar en la Planeación Estratégica	138
Metodología de la Planeación Estratégica	141
Definición de la Razón de Ser y Rumbo Organizacional	145
La Herramienta de Análisis FODA	156
Proceso Formal de Planeación Estratégica	166
Posición	168
Recursos	201
Objetivos	207
Estrategias	219

Capítulo 6. Cómo Elaborar Planes de Acción

Objetivos y Planes de Acción	247
Formulación de Planes de Acción	249
Concepto de Plan de Acción	252

Capítulo 3. Modelo de posicionamiento estratégico medioambiental	131
Introducción	
Origen y desarrollo del modelo	132
Validación empírica del modelo: hipótesis, metodología y resultados	138
Recomendaciones sobre el uso del modelo	144
El posicionamiento medioambiental de las empresas españolas	154
Apéndice. Validación empírica del modelo: hipótesis, metodología y resultados	159
Sumario	175
Epílogo	179
<hr/>	
Referencias bibliográficas	183
<hr/>	