

Sumario

Tabla de contenido detallada	ix
Prefacio	xx
Reconocimientos	xxxv
Acerca de los autores	xxxvii
Guía de la obra	xxxix
 Parte uno: Conceptos y técnicas para diseñar y ejecutar la estrategia	
Sección A: Introducción y panorama general	
1 ¿Qué es la estrategia y por qué es importante?	2
Sección B: La dirección estratégica	
2 Dirección del proceso de diseño y ejecución de la estrategia	32
Sección C: El diagnóstico estratégico	
3 Evaluación del ambiente externo de una organización	63
4 La evaluación de los recursos y las capacidades de una empresa	113
Sección D: Las decisiones estratégicas	
5 Estrategias para una ventaja competitiva: estrategias genéricas y más allá	162
6 Estrategias para cambiar el juego: nuevas formas de operar y modificar el alcance de las operaciones	204
7 Estrategias para un crecimiento internacional	253
8 Estrategias para administrar un grupo de negocios: la diversificación	301
9 Estrategias para la sostenibilidad: las personas, el planeta y las utilidades	352
Sección E: La entrega de la estrategia	
10 Configuración de la organización	392
11 Cultura corporativa y liderazgo: claves de una buena ejecución de la estrategia	451
 Parte dos: Casos ilustrativos del diseño y la ejecución de la estrategia	
Caso 1 Carnival Corporation y PLC	489

Caso 2	La salvación de Waterstone	505
Caso 3	Tesla y el futuro de la industria automotriz	517
Caso 4	Kenya Airways: la línea aérea africana respetada. ¿Un futuro optimista?	532
Caso 5	La reinención de Accor	542
Caso 6	AmSafe Bridport	556
Caso 7	La estrategia de diversificación de PepsiCo 2014	561
Caso 8	Nedbank	575
Caso 9	TOMS Shoes: Dedicados a la responsabilidad social	582
Caso 10	Deere & Company: Su estrategia internacional en la industria de los equipos agrícolas, de construcción y silvicultura	591
Los siguientes casos los puede consultar en: www.mhhe.com/latam/thompson_ae2e		
11	Transformación digital de KBC: Una respuesta estratégicae	
12	Tesco PLC	
Créditos		600
Índice analítico		601