

ÍNDICE SISTEMÁTICO

	<u>PÁGINA</u>
Sumario	5
Introducción	7
Capítulo 1. La empresa como organización: los sistemas funcionales	9
Objetivos del capítulo	10
1. Introducción conceptual: enfoques principales	11
2. La empresa como sistema: análisis de los sistemas empresariales	13
3. Concepto básico de empresa como organización: sistema socio-técnico abierto	18
4. Concepto y elementos de la estructura organizativa de la empresa	21
5. Análisis organizativo de los sistemas funcionales de la empresa	25
Conceptos básicos	27
Actividades de repaso	28
Referencias bibliográficas	30
Capítulo 2. El sistema de dirección y organización: principios y modelos organizativos	33
Objetivos del capítulo	35

1. Introducción: concepto y estructura del sistema directivo	37
2. El proceso de dirección de la empresa	41
3. La función organizativa: estructura y comportamiento	48
4. Principios básicos de diseño organizativo	54
5. Modelos básicos de organización	59
5.1. El modelo lineal	61
5.2. El modelo funcional	62
5.3. El modelo adhocrático	63
5.4. El modelo lineo-funcional	63
5.5. El modelo divisional	64
5.6. El modelo matricial	66
5.7. El modelo colegial	66
5.8. El modelo federal	67
5.9. El modelo en trébol	68
5.10. El modelo en red	68
5.11. El modelo fractal	69
Conceptos básicos	71
Actividades de repaso	73
Referencias bibliográficas	75
Capítulo 3. Análisis económico del sistema técnico de la empresa	77
Objetivos del capítulo	78
1. Concepto y estructura del sistema técnico	79
2. Funciones del ciclo de capital y del ciclo de explotación	82
3. Concepto de inversión y sus clases	88
4. Análisis temporal de proyectos de inversión: criterios básicos de selección ...	91
4.1. Criterio de plazo de recuperación o <i>pay back</i>	93
4.2. Criterio del valor actual neto	94
4.3. Criterio de la tasa interna de rendimiento	95
5. Resumen	97
Conceptos básicos	99
Actividades de autocomprobación	100
Actividades de repaso	109
Referencias bibliográficas	110

Capítulo 4. El sistema de financiación de la empresa	111
Objetivos del capítulo	113
1. Introducción	114
2. El sistema financiero: estructura y tipología de mercados financieros	114
2.1. Sistemas financieros basados en el mercado	115
2.2. Sistemas financieros basados en el crédito	116
2.3. Unidades excedentarias y deficitarias	116
2.4. El sistema crediticio	117
2.4.1. La banca o sistema bancario	117
2.4.2. Las cajas de ahorro	118
2.4.3. Las cooperativas de crédito	118
2.4.4. Otras instituciones	118
2.5. Los mercados financieros	119
3. Evolución histórica de la función financiera de las organizaciones	121
4. La función financiera de las empresas en la actualidad	123
5. La organización del departamento financiero	125
5.1. El director financiero	126
5.2. La organización del departamento financiero	126
5.2.1. Auditoría interna	127
5.2.2. Control	127
5.2.3. Fiscal	128
5.2.4. Tesorería	129
5.2.5. Servicios auxiliares y generales	129
Conceptos básicos	130
Actividades de repaso	131
Preguntas de discusión	133
Referencias bibliográficas	133
 Capítulo 5. El sistema de producción de la empresa	 135
Objetivos del capítulo	137
1. Concepto y estructura del sistema de producción: dirección de operaciones .	139
2. Clases de sistemas de producción: diseño del proceso	142
2.1. Clases de procesos de producción	143

2.2. Diseño básico del sistema de producción	145
2.3. Los costes de producción	149
3. Modelos y técnicas básicas de planificación de la producción	155
3.1. Programación de la producción	158
3.2. Gestión de inventarios y de la capacidad productiva	160
4. La flexibilidad de la producción: sistemas flexibles de fabricación y de gestión de inventarios	164
5. Gestión y control de calidad: el concepto de calidad total	167
6. Resumen	168
Conceptos básicos	171
Actividades de autocomprobación	173
Actividades de repaso	179
Preguntas de discusión	180
Referencias bibliográficas	180
Capítulo 6. El sistema de comercialización de la empresa	183
Objetivos del capítulo	184
1. Concepto y estructura del sistema de comercialización: dirección del marketing	185
2. La investigación del mercado: criterios de segmentación	188
3. Decisiones comerciales: el marketing-mix	192
4. El producto como variable de marketing	194
5. Distribución y función de ventas	197
6. Resumen	202
Conceptos básicos	204
Actividades de autocomprobación	206
Actividades de repaso	212
Preguntas de discusión	213
Referencias bibliográficas	213
Capítulo 7. El sistema de distribución o logístico de la empresa ..	215
Objetivos del capítulo	217
1. Introducción: importancia de la logística	218

2. El sistema de distribución o logístico de la empresa: concepto y marco de actuación	220
2.1. Almacenamiento y transporte interno	223
2.2. Integración de la cadena de suministro	223
2.3. Las tecnologías de la información y las comunicaciones en el contexto logístico	224
2.4. Distribución y transporte externo	225
3. Organización y gestión de la logística	225
4. Logística de la distribución	226
5. Perspectivas de gestión dentro del marco «coste-servicio-plazo»	228
5.1. La perspectiva logística en virtud del ciclo de vida del producto	229
5.2. La perspectiva logística asociada a la cadena de suministro	235
5.3. La perspectiva logística de operación ajustada versus ágil	235
6. La logística como motor de competitividad	238
7. Resumen	240
Conceptos básicos	243
Actividades de auto comprobación	243
Actividades de repaso	249
Preguntas de discusión	249
Referencias bibliográficas	250
Capítulo 8. El factor humano en el desarrollo organizativo	251
Objetivos del capítulo	253
1. Introducción	254
2. El factor humano	255
3. Áreas de la dirección de recursos humanos	256
3.1. Definición de la estrategia sobre recursos humanos	256
3.1.1. La comunicación	256
3.2. Planificación de los recursos humanos	259
3.3. La organización y valoración de puestos de trabajo	261
3.3.1. La retribución	261
3.4. Contratación, mantenimiento y desarrollo de los recursos humanos ..	262
3.4.1. Estudios de clima laboral o percepción interna	262

3.4.2. La gestión del talento	264
3.4.3. La gestión de la diversidad	265
3.5. Relaciones industriales o laborales	265
3.6. Gestión administrativa de personal	266
4. La motivación	266
5. La dirección por competencias	268
5.1. Tipos de competencias	270
5.2. Niveles de las competencias	271
5.3. Impacto de las competencias en las políticas de la empresa	272
5.3.1. Selección	273
5.3.2. Planes de carrera	273
5.3.3. Evaluación del desempeño, desarrollo y evaluación del potencial	273
5.3.4. Retribución y formación	274
6. Resumen	274
Conceptos básicos	275
Actividades de repaso	276
Preguntas de discusión	279
Referencias bibliográficas	279
Capítulo 9. Tamaño, concentración y crecimiento de la empresa	281
Objetivos del capítulo	282
1. Introducción: concepto de tamaño y crecimiento de la empresa	283
2. La medida del tamaño y dimensión óptima de la empresa	288
3. Concepto y medida de la concentración empresarial	294
4. Factores determinantes de la concentración de empresas	298
5. Formas de unión y asociación de empresas	300
6. El crecimiento como objetivo de la empresa	301
Conceptos básicos	304
Actividades de repaso	307
Referencias bibliográficas	309

Capítulo 10. Internacionalización de la empresa	311
Objetivos del capítulo	313
1. Introducción: la decisión de invertir en el exterior	314
2. Factores determinantes de la internacionalización de la empresa	317
2.1. Saturación del mercado interno del país de origen	317
2.2. Enfrentamiento a nuevos mercados procedentes del exterior	317
2.3. Búsqueda de mercados menos competitivos o en una etapa diferente del ciclo de vida del producto y/o servicio	318
2.4. Aparición de nuevos mercados sumamente atractivos	318
2.5. Incentivos gubernamentales y déficit comercial	318
2.6. Búsqueda de mercados más amplios sobre los que aprovechar las economías de escala	319
2.7. Diversificación del riesgo de operar en un mismo mercado	319
2.8. Seguimiento a un importante cliente en su aventura internacional	319
2.9. Búsqueda de fácil acceso a avances tecnológicos y materias primas	319
2.10. Vocación internacional de sus directivos	320
3. El proceso de internacionalización	320
4. Riesgos e inconvenientes asociados a la internacionalización de la empresa ..	324
5. La empresa multinacional	326
Anexo. Casos de las principales empresas mundiales y nacionales internacionalizadas	329
Conceptos básicos	334
Referencias bibliográficas	335

