

RESEÑA DE LIBROS

La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones

Luis Ángel Guerras Martín y José Emilio Navas López

Editorial Thompson - Civitas, Madrid 2007, 4ª edición, Pág. 688

ISBN: 9788447028504

La cuarta edición de la obra *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones* recoge, a través de una intensa labor de recopilación y síntesis, las principales aportaciones de la Dirección de Estratégica, escritas desde la calidez de la experiencia docente de los autores y no desde la frialdad académica de un artículo de investigación. En ella se proporciona una visión de los distintos enfoques que han tratado este tópico, representando la base, fundamento y punto de partida en el campo de la Dirección y Organización de empresas.

El prólogo y la presentación logran quizá la mejor reflexión que pudiera hacerse de esta obra. El primero está firmado por el profesor Álvaro Cuervo García, y la segunda, por los propios autores. A pesar de ello, en este punto, un lector curioso podría encontrar un pequeño vacío: ¿cuál fue la génesis del libro?, detalle que quizá hubiera agradecido dicho lector, sobre todo si trata de una persona que se inicia en el mundo de la docencia o de la investigación.

La obra consta de tres partes y diecinueve capítulos. Esta nueva edición presenta como una de sus novedades una revisión en profundidad, tanto en cuanto al contenido (ampliando las partes más relevantes y reduciendo aquellas que suscitan ya un menor interés) como en cuanto al diseño de algunos de los capítulos, lo que ha supuesto que se hayan agrupado algunos de ellos para dotar a la obra de una mayor homogeneidad. Además, está escrita con múltiples ejemplos y aplicaciones empresariales actualizadas que acompañan a sus argumentaciones y explicaciones. De modo que, combina a la perfección el rigor académico con la relevancia práctica, impregnada toda ella de la experiencia de los autores.

Los contenidos se presentan de una manera lógica y ordenada: en primer lugar el análisis estratégico, después la formulación de las estrategias, y por último, la implantación de las estrategias. En el primer capítulo se presentan los fundamentos básicos de lo que se entiende por Dirección Estratégica para poder dar comienzo a la primera parte del libro. Esta primera parte, el análisis estratégico, tiene como objetivo identificar las oportunidades y amenazas del entorno de la empresa y sus fortalezas y debilidades. Y en virtud de este análisis, plantear qué estrategias pueden establecerse. En esta parte podemos establecer tres bloques. En el primero (capítulos dos y tres) se van a definir desde el problema de la identificación de los objetivos de la empresa hasta la misión, visión, objetivos estratégicos, a los que se dedica un apartado en esta nueva edición, y los valores empresariales, que van a caracterizar los procesos de decisión empresarial. El segundo (capítulos cuatro y cinco) y el tercer bloque (capítulos seis y siete) conforman el análisis estratégico en sí: análisis externo y análisis interno. Dentro del análisis externo, distinguen el análisis del entorno general (capítulo cuatro) y el análisis del entorno específico (capítulo cinco). Dejando para el análisis interno los capítulos seis y siete. Cabe destacar la importancia que recibe el análisis de recursos y capacidades (capítulo siete), como teoría explicativa de las diferencias entre las ventajas competitivas de empresas que pertenecen a la misma industria, así como la manera novedosa en la que ha sido abordado este tema en esta nueva edición, tratando en apartados diferenciados la evaluación estratégica de los recursos y capacidades, y la gestión de la dotación de recursos que la empresa posee.

La segunda parte del libro abarca la formulación de estrategias y se divide en dos bloques. A pesar de que atendiendo a la diferenciación de criterios estratégicos, surgen tres niveles de estrategia, los autores hacen hincapié en sólo dos de ellos. Se presentan las estrategias al nivel de negocio (capítulos ocho, nueve y diez) y estrategias al nivel corporativo o de empresa (capítulos once, doce, trece, catorce, quince y dieciséis). En el primer bloque se estudian las estrategias competitivas (capítulo ocho), presentando como novedad un apartado diferenciado para cada una de las estrategias principales; las estrategias con base en las características de la indus-

tria (capítulo nueve) y las estrategias para industrias con base tecnológica (capítulo diez), siendo el tratamiento dado a éstas últimas otro de los aportes novedosos de esta nueva edición. En este capítulo se analizan tanto las características propias de este tipo de industrias como sus estrategias competitivas. Por otro lado, en el segundo bloque se presenta una nueva estructuración de los capítulos, mucho más clarificadora de los contenidos. Dentro de las estrategias corporativas se presentan las estrategias de desarrollo empresarial, expansión (capítulo once) y diversificación (capítulos doce y trece), teniendo en cuenta además los procesos de reestructuración. Más adelante, se estudian las formas o métodos de desarrollo, interno y externo, (capítulos catorce y quince), prestando especial atención a los procesos de fusión y adquisición, y cooperación empresarial. Y, por último se analizan las estrategias de internacionalización (capítulo dieciséis), sintetizando los contenidos de los dos capítulos que describían esta estrategia en ediciones anteriores.

La tercera y última parte del libro trata de la implantación de las estrategias, que ha sufrido una reorganización en esta cuarta edición. Se divide en tres bloques (capítulos diecisiete, dieciocho y diecinueve). Estudia procesos de evaluación, selección, puesta en práctica, planificación y control de las estrategias. El capítulo diecisiete examina la evaluación e implantación de estrategias. Referente a la evaluación, se utilizan los criterios de adecuación, factibilidad y aceptabilidad de las estrategias. En cambio, de la implantación, se destacan cuatro aspectos principales: el diseño organizativo, los sistemas de dirección y liderazgo, la dirección de recursos humanos y la cultura corporativa (aspectos tratados detenidamente en el capítulo dieciocho). Por último, el capítulo 19 aborda los sistemas de planificación y control que completan el proceso de la Dirección Estratégica.

Para finalizar, cabe destacar que son particularmente útiles, si se pudiera efectuar esta distinción, la incorporación de más elementos didácticos (los cuadros resumen y las propuestas de actividad, al final de cada capítulo, entre otros), que facilitan su lectura y aprendizaje, lo que la convierte en útil para todo tipo de públicos. Además, esta obra puede completarse con el libro de *Casos de Dirección Estratégica de la Empresa* donde hallaremos la aplicación de los contenidos teóricos a la realidad de algunas empresas españolas.

DIANA BENITO OSORIO
Universidad Rey Juan Carlos

Los efectos de las multinacionales en las economías receptoras

Concepción Latorre Muñoz
Editorial Civitas, Madrid 2010, Pág.173
ISBN: 9788447033836

Aunque la importancia para la economía mundial de las empresas multinacionales (EMNs) no es nueva, ciertamente la aceleración de los procesos de globalización de las últimas décadas las confiere un protagonismo aun mayor como se desprende de la aceleración del crecimiento de los flujos de inversión directa exterior asociados a cambios notables en la economía mundial como la apertura de nuevas fronteras y mercados en los anteriores países de economía socialista y la liberalización de actividades de servicios en gran parte de las economías internacionales. Pero, además, esto ocurre acompañado de otros cambios cualitativos de gran trascendencia entre los que pueden mencionarse la cada vez mayor importancia de multinacionales del sector servicio, la entrada en escena de empresas con base en países en desarrollo o la creciente participación de empresas que desde su nacimiento son multinacionales (born global), sin transitar por otras etapas previas en el proceso de internacionalización, como era el caso de las EMNs digamos clásicas.

En este contexto, el libro de Concepción Latorre surge como una novedad importante para un mejor conocimiento de las implicaciones que tiene el comportamiento de esas empresas. Particularmente, el libro ofrece una nueva perspectiva sobre el impacto cuantitativo de las multinacionales en las economías receptoras, conjugando varios factores como la inclusión de los efectos tanto a nivel micro como macroeconómico y la combinación del análisis desde el lado de la oferta de la economía desde el de la demanda. Estamos, de hecho, acostumbrados a estudios econométricos que aun dando lugar a una interesante evidencia, tienen siempre una perspectiva de equilibrio parcial. Por contraste, el presente libro, adopta un enfoque ambicioso al usar un modelo de equili-