

SUMARIO

	Página
PRÓLOGO.....	11
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPÍTULO 1	
¿QUÉ ES EL MODELO <i>LOW COST</i>?	
1.1. Definición de <i>low cost</i>	20
1.2. Características del modelo <i>low cost</i>	21
1.3. Sectores <i>low cost</i>	22
CAPÍTULO 2	
¿POR QUÉ SE DEBE ADOPTAR EL MODELO <i>LOW COST</i>?	
2.1. Entorno económico global	32
2.2. Razones para adoptar el modelo <i>low cost</i>	33
2.3. Ventajas del modelo <i>low cost</i>	37
2.4. Inconvenientes del modelo <i>low cost</i>	42
CAPÍTULO 3	
¿CÓMO SE APLICA EL MODELO <i>LOW COST</i>?	
3.1. Cómo se lleva a cabo la implantación del modelo <i>low cost</i>	46
3.1.1. Decisiones que debe adoptar la empresa para adaptar el modelo <i>low cost</i>	48
3.1.2. Modificaciones que hay que llevar a cabo en la empresa y coste de ellas	48
3.1.2.1. Tamaño de las empresas <i>low cost</i>	50

	Página
3.1.2.2. Sistema de producción <i>low cost</i>	51
3.1.2.3. Contabilidad <i>low cost</i>	51
3.1.2.4. Gestión de recursos humanos	52
3.1.2.5. Marketing <i>low cost</i>	53
3.1.2.6. Distribución <i>low cost</i>	53
3.1.2.7. Gestión post venta	54
3.1.2.8. Financiación <i>low cost</i>	54
3.2. Análisis de las decisiones y modelos	56
3.2.1. <i>Formulación de modelos y análisis</i>	56
3.2.2. <i>Toma de decisiones</i>	57
3.2.3. <i>Estrategia</i>	58
3.2.4. <i>Planificación</i>	60
3.2.5. <i>Implantación de la Unidad de Control de Costes (UCC)</i>	61

— CAPÍTULO 4

LOS PRINCIPIOS RECTORES DEL EMPRESARIO

4.1. La ética empresarial	66
4.2. Principios fundamentales de la ética empresarial	67
4.3. Beneficios de la ética empresarial	69
4.4. Principios rectores del empresario de éxito	71

CAPÍTULO 5

LAS REGLAS DE ORO PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL

5.1. Los valores empresariales	82
5.2. Las claves del éxito en la empresa <i>low cost</i>	84
5.3. Las reglas de oro de la gestión <i>low cost</i> eficiente	86

CAPÍTULO 6

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA EN EL MODELO *LOW COST*

6.1. Innovación	96
6.2. Tecnología	100

	Página
6.2.1. Reingeniería de procesos	102
6.2.2. Automatización de la producción	105

CAPÍTULO 7 LIDERAZGO Y LOW COST

7.1. Liderazgo	109
7.2. Comportamiento directivo <i>low cost</i>	115
7.3. Factor humano	122
7.4. Selección de equipos	126
7.5. Diseño de puestos de trabajo	130

CAPÍTULO 8 MERCADO Y COMPETENCIA LOW COST

8.1. Análisis del mercado	136
8.1.1. Supremacía del cliente	138
8.1.2. Eliminación de intermediarios	138
8.1.3. Interacción con los proveedores	139
8.1.4. Política de devoluciones	140
8.1.5. Pirámide del consumo	141
8.2. Análisis del entorno competitivo	142
8.2.1. Localización espacial	143
8.2.2. Estructura y fijación de precios	144
a. Precio en función de los ajustes	144
b. Estrategia de precios dinámicos o «Dynamic Pricing»	144
c. Concepto de pagar por lo que se consume	145
8.2.3. Competitividad	145
8.2.4. «Geobusiness intelligence»	147

CAPÍTULO 9 INTERNACIONALIZACIÓN Y LOW COST

9.1. Análisis del entorno internacional	152
9.1.1. La competencia internacional	152

	<u>Página</u>
9.1.2. <i>Análisis Geoempresarial</i>	153
9.1.3. <i>Análisis de socios potenciales y acuerdos de colaboración</i>	155
9.1.4. <i>Razones para la internacionalización</i>	156
9.2. <i>La internacionalización como innovación</i>	157
9.2.1. <i>Ventaja competitiva de la internacionalización</i>	158
9.2.2. <i>Responsabilidad empresarial en el proceso de internacionalización</i>	159
9.3. <i>Estrategias de internacionalización</i>	160
9.3.1. <i>Estructura organizativa de una empresa internacionalizada</i>	162
9.3.2. <i>Opciones estratégicas para internacionalizar la empresa low cost</i>	164

CAPÍTULO 10

LOW COST Y CAMBIO SOCIAL

10.1. <i>Análisis social</i>	169
10.2. <i>Sociología empresarial</i>	171
10.3. <i>Empresa low cost y cambio social</i>	173
1. <i>Democratización del transporte aéreo</i>	174
2. <i>Cambio en los hábitos de la población y nuevos usos de consumo</i>	176
3. <i>Mayor presencia geográfica</i>	177
4. <i>Desarrollo económico</i>	177
5. <i>Nuevo ludismo</i>	178
EPÍLOGO	181
BIBLIOGRAFÍA	187