

Tabla de Contenido

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 OBJETIVOS	2
1.1.1 <i>General</i>	2
1.1.2 <i>Específicos</i>	2
1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE GLOBALIZACIÓN.....	3
1.3 METODOLOGÍA.....	3
CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO	4
2.1 CASO DE NEGOCIO.....	4
2.2 MODELO INDUSTRIAL/ORGANIZACIONAL Y MODELO BASADO EN RECURSOS.....	6
2.3 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS.....	6
2.3.1 <i>Análisis de Ambiente General</i>	6
2.3.2 <i>Análisis de Ambiente Industrial</i>	7
2.3.3 <i>Análisis de Competidores</i>	8
2.3.4 <i>Análisis Interno</i>	9
2.3.5 <i>Estrategia Competitiva</i>	11
2.3.6 <i>Estrategia Corporativa</i>	13
2.3.7 <i>Establecimiento de Alternativas</i>	14
2.3.8 <i>Estrategia de Internacionalización</i>	15
CAPÍTULO 3 CASO DE NEGOCIO	17
3.1 LA EMPRESA.....	17
3.1.1 <i>Visión</i>	18
3.1.2 <i>Productos y Clientes</i>	18
3.1.3 <i>Investigación & Desarrollo, Calidad y Asociaciones Internacionales</i>	20
3.1.4 <i>Cultura Organizacional</i>	21
3.1.5 <i>Industria y Competidores</i>	21
3.2 CAMBIO EN LA ORGANIZACIÓN.....	22
3.3 OPCIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN.....	23
3.3.1 <i>Perú</i>	24
3.4 LA DECISIÓN DEL COMITÉ.....	24
3.5 EXHIBITS.....	25
3.5.1 <i>Exhibit 1. Crecimiento anual GDP(%) para Chile y Perú, período 2002-2012</i>	25
3.5.2 <i>Exhibit 2. Porcentaje Ingreso TPSA para el año 2011 según Sector</i>	26
3.5.3 <i>Exhibit 3. INEI: La economía peruana creció 6.29% en 2012</i>	27
3.5.4 <i>Exhibit 4. Misión TPSA</i>	27
3.5.5 <i>Exhibit 5. Estructura Organizacional: Cambio</i>	27
3.5.6 <i>Exhibit 6. Historia de TPSA</i>	28
3.5.7 <i>Exhibit 7. Categorías de Consultoras en la Industria</i>	29
3.5.8 <i>Exhibit 8. Balance Financiero y Estado de Resultados 2011 – 2012 TPSA</i>	30
3.5.9 <i>Exhibit 9. Bases del Modelo Delta</i>	30
3.5.10 <i>Exhibit 10. Caracterización Industria Consultoría en Gestión y Marketing - Datamonitor (2012)</i> 32	
CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE CASO.....	33
4.1 ANÁLISIS DE CASO.....	33
4.2 ANÁLISIS EXTERNO.....	34
4.2.1 <i>Ambiente General</i>	34
4.2.2 <i>Análisis de Industria</i>	36
4.2.3 <i>Potencial de crecimiento de la industria</i>	37

4.2.4	<i>Necesidad de los productos/servicios ofrecidos</i>	37
4.2.5	<i>Resumen: Atractivo de la Industria</i>	37
4.2.6	<i>Análisis de Competidores</i>	38
4.2.7	<i>Posicionamiento ante Competidores</i>	38
4.2.8	<i>Factores de Éxito en la Industria</i>	39
4.3	ANÁLISIS INTERNO	39
4.3.1	<i>Identificación de Recursos</i>	40
4.3.2	<i>Identificación de Capacidades (Capabilities)</i>	41
4.3.3	<i>Identificación de Ventaja Competitiva</i>	42
4.3.4	<i>Evaluación de Alternativas</i>	43
4.3.5	<i>Recomendaciones</i>	45
CAPÍTULO 5 NOTAS DOCENTES		46
5.1	INTRODUCCIÓN	46
5.2	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	46
5.3	PREGUNTAS SUGERIDAS	47
5.4	RESUMEN DE CASO	47
5.5	PLAN DE ENSEÑANZA (TEACHING PLAN)	48
5.5.1	<i>Análisis Externo</i>	48
5.5.2	<i>Análisis Interno</i>	49
5.5.3	<i>Alternativas Estratégicas</i>	49
5.5.4	<i>Recomendaciones</i>	50
5.6	LECTURAS SUGERIDAS	51
5.7	EXHIBITS NOTAS DOCENTES	51
5.7.1	<i>Exhibit ND1. Análisis Estático TPSA</i>	51
5.7.2	<i>Exhibit ND2. Análisis Dinámico TPSA</i>	53
5.7.3	<i>Exhibit ND3. Guía Metodológica Análisis de Casos Estratégicos JMSB</i>	53
CAPÍTULO 6 CONCLUSIÓN Y APRENDIZAJES		56
6.1	CONCLUSIONES	56
6.2	APRENDIZAJES	58
GLOSARIO		60
BIBLIOGRAFÍA		61
ANEXOS		64
ANEXO A: PLAN DE TRABAJO		64