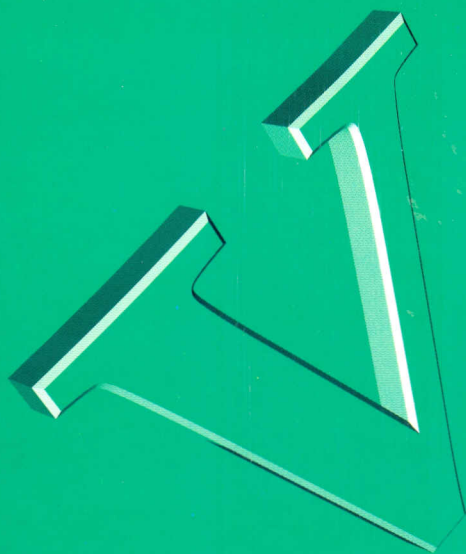


Estrategias de negocios

**La organización moderna,
más allá del fordismo**

Miguel Lengyel



Colección coordinada
por Carlos Cleri

MERCADO

I N D I C E

INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO I: EL AUGE DEL MODELO FORDISTA	13
La fórmula del éxito	15
El contexto en el que floreció el modelo fordista	22
CAPÍTULO II: LA EMERGENCIA DE NUEVAS PRÁCTICAS PRODUCTIVAS	25
Los nuevos términos de competencia	28
La búsqueda de una nueva fórmula productiva	29
CAPÍTULO III: LA ORGANIZACIÓN MODERNA Y SUS ESPECIFICIDADES: EL TOYOTISMO Y LA "PRODUCCIÓN MAGRA"	39
Las claves del <i>sistema Toyota</i>	42
Las principales características de la <i>producción magra</i>	48
CAPÍTULO IV: PYMES Y COMPETITIVIDAD: DESAFÍOS Y POSIBILIDADES	51
La red como forma organizativa	55
Las redes de Pymes: lógica y efectos	56
Precondiciones y desafíos	58
CAPÍTULO V: GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS: INVOLUCRAMIENTO Y EMPOWERMENT	61
El involucramiento del trabajador	64
El <i>empowerment</i> del trabajador	65
Barreras para el cambio	66
CAPÍTULO VI: LA ORGANIZACIÓN DEL FUTURO	69
BIBLIOGRAFÍA	74