

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN	7
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO 1. La Clínica Tres Marías y su decisión de descubrir un océano azul	15
1. Constitución del equipo estrategia corporativo	23
2. ¿Qué es estrategia?	24
3. ¿En qué niveles se elaboran los planes estratégicos y los tableros de gestión estratégica y por qué?	24
4. ¿Qué es un negocio y cómo se le describe?	26
5. Constitución de los equipos estrategias de cada negocio	27
6. Meta nuclear corporativa	28
7. ¿Qué es un objetivo y una meta?	29
8. ¿Qué es un océano azul?	31
9. ¿En qué nivel se aplica la estrategia del océano azul?	32
10. Decisión de formular la estrategia del océano azul	33
CAPÍTULO 2. ¿Cómo se formula, sostiene y renueva la estrategia del océano azul?	37
1. Designar el equipo estrategia	38
2. Identificar las variables competitivas actuales y jerarquizarlas según su importancia	38
3. Elaborar la curva de valor actual del negocio y del sector o del competidor más importante	40
4. Explorar nuevos espacios aplicando el esquema de las seis vías	43
5. Crear el océano azul inicial	47
6. Maximizar el tamaño del océano azul inicial yendo más allá de la demanda existente	50
7. Afinar el océano azul inicial y definir el océano azul final (la curva de valor final)	52
8. Implementar la estrategia del océano azul	54
9. Ejecutar la estrategia del océano azul	54
10. Sostener y renovar la estrategia del océano azul	55

CAPÍTULO 3. La estrategia del océano azul en el servicio de atención pediátrica de la Clínica Tres Marías	57
1. Etapa 1: Formación del equipo estrategia de innovación	60
2. Etapa 2: Identificación y jerarquización de las variables competitivas actuales	61
3. Etapa 3: Elaboración de la curva actual del negocio y del competidor más importante	68
4. Etapa 4: Exploración de nuevos espacios mediante la aplicación del esquema de las seis vías	68
5. Etapa 5: Creación del océano azul inicial	73
6. Etapa 6: Maximización del tamaño del océano azul inicial yendo más allá de la demanda existente	80
7. Etapa 7: Afinamiento del océano azul inicial y definición del océano azul final (la curva de valor final)	81
8. Etapa 8: Implementación de la estrategia del océano azul final	83
8.1. Estrategia de innovación de la gestión: océano azul interno	90
8.2. Estrategias no lineales	97
8.3. Construcción del Tablero de Gestión Estratégica	99
8.4. Tejido o mapa de indicadores	106
9. Etapa 9: Ejecución de la estrategia del océano azul	110
10. Etapa 10: Sostenimiento y renovación de la estrategia del océano azul	111
 BIBLIOGRAFÍA	 115
 GLOSARIO	 117
 ANEXOS	 
1. Encuesta binaria para medir el nivel de felicidad de los clientes	127
2. Ejemplo de cálculo del grado de avance en la ejecución de las estrategias y actividades	128
3. Encuesta para medir el grado de liderazgo	129
4. Encuesta binaria para medir el nivel de felicidad del personal	134
5. Seguimiento trimestral de los indicadores	135