

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
I. INTRODUCCIÓN	13
Metodología para la elaboración de casos	16
II. CULTURA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN INTERNA: INTER- RELACIÓN DE TÉRMINOS	27
Aproximación a los conceptos de cultura empresarial y comunicación in- terna	29
El concepto de rumor en el ámbito empresarial	30
El concepto de liderazgo en el ámbito empresarial	31
El concepto de «escucha activa» en los procesos de comunicación	32
III. PARAGON SEAFOOD, INC.	35
(A)	35
Los orígenes de la empresa	35
Peter Tomasis	37
Crecimiento	38
Alex y Peter	40
El premio <i>Blue Chip</i>	40
El Proyecto Búfalo	41
El mercado europeo	45
La dimisión de Giuseppe	46
Evaluación de las actuaciones	47
<i>Anexo I</i>	50
(B)	51
Cuestiones clave	55
IV. IMAGEN Y COMUNICACIÓN	57
(A)	57
Pedro García	58

Situación empresarial española en la década anterior	59
Historial empresarial de Imagen y Comunicación S.A.	60
(B)	62
Pedro García tiene problemas	63
(C)	65
Continúan los problemas y las diferencias	66
(D)	67
Cuestiones clave de «Imagen y Comunicación»	68
V. INDUSTRIAS DEL CARIBE	69
(A)	69
Los orígenes de la empresa	69
Roberto Marín	70
La sucesión: Roberto y Lorena	74
Formación empresarial	78
(B)	80
<i>Anexo 1</i>	84
<i>Anexo 2</i>	85
<i>Anexo 3</i>	88
Cuestiones clave	89
VI. LA «FAMILIA GRAHAM» Y LA «WASHINGTON POST COMPANY»	91
Introducción	91
Los primeros tiempos de la empresa	93
El yerno como sucesor	95
La hija inexperta	97
El nieto, el gestor profesional	104
La familia y el futuro	106
Cuestiones clave	109
VII. SEGUROS PENÍNSULA IBÉRICA S.A.	111
Un mercado que cambia a pasos agigantados	111
Seguros Península Ibérica, S.A. autoriza la elaboración de un plan para su salida a bolsa	114
La necesidad de cambios en la cultura de Seguros Península Ibérica, S.A. ..	116
Por dónde decidieron empezar	117
Un reto para el «equipo de líderes»	119
La puesta en marcha del Programa de Gestión de Resultados	123
<i>Apéndice I</i>	126
Cuestiones clave	136