

# Índice general

**Prólogo** ..... 7

**Presentación** ..... 11

Primera parte.

Construcción teórica

1. Objetivos, metodología e hipótesis de trabajo ..... 15

2. Concepto de sector industrial ..... 21

3. El “diamante” de Porter para el análisis de la ventaja competitiva  
de la ubicación: especial referencia al sector servicios ..... 25

4. Las condiciones de los factores ..... 31

5. Las condiciones de la demanda ..... 37

6. Los sectores proveedores y conexos ..... 45

7. Estructura, estrategia y rivalidad ..... 49

8. Dinámica de la ventaja competitiva de la ubicación ..... 55

9. Requisitos para el análisis de ubicaciones ..... 62

10. Negocio y segmento turístico recreativo de alta  
montaña ..... 68

## Segunda parte.

### Desarrollo empírico: alpes rocosas y pirineu

11. Población y muestra .....	74
12. Ubicaciones líderes.....	78
13. Condiciones de sus factores.....	83
14. Condiciones de sus demandas internas .....	89
15. Sus sectores proveedores y conexos .....	95
16. Estructura estrategia y rivalidad de sus empresas .....	99
17. Resumen de resultados del análisis de ubicaciones .....	120
<b>Conclusiones</b> .....	<b>122</b>
<b>Anexo</b> .....	<b>128</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>135</b>