

# Cuadro De Mando Integral E Indicadores Basicos De

RIGHT HERE, WE HAVE COUNTLESS EBOOK **CUADRO DE MANDO INTEGRAL E INDICADORES BASICOS DE** AND COLLECTIONS TO CHECK OUT. WE ADDITIONALLY GIVE VARIANT TYPES AND AS WELL AS TYPE OF THE BOOKS TO BROWSE. THE WELCOME BOOK, FICTION, HISTORY, NOVEL, SCIENTIFIC RESEARCH, AS WELL AS VARIOUS SUPPLEMENTARY SORTS OF BOOKS ARE READILY AFFABLE HERE.

AS THIS CUADRO DE MANDO INTEGRAL E INDICADORES BASICOS DE, IT ENDS HAPPENING MAMMAL ONE OF THE FAVORED BOOK CUADRO DE MANDO INTEGRAL E INDICADORES BASICOS DE COLLECTIONS THAT WE HAVE. THIS IS WHY YOU REMAIN IN THE BEST WEBSITE TO SEE THE INCREDIBLE EBOOK TO HAVE.

ELEMENTOS BASICOS DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL DANIEL MARTINEZ PEDROS 2012-12-03 ESTE CAPITULO DESCRIBE COMO ENMARCAR EL CMI DENTRO DE LA FASE DE IMPLANTACION DEL PROCESO DE REFLEXION ESTRATEGICA DE CUALQUIER ORGANIZACION. DESCRIPCION DEL CMI: PROPOSITO ESTRATEGICO (MISION+VISION+VALORES); CMI. ELEMENTOS DEL CMI: MAPAS ESTRATEGICOS; PERSPECTIVAS; OBJETIVOS ESTRATEGICOS; INDICADORES; METAS; RESPONSABLES; PROYECTOS ESTRATEGICOS.

EMPRENDIENDO LA EXCELENCIA EN EL RETAIL JOAQUIM DEULOFEU AYMAR 2016-05-12 EN ESTA OBRA SE TRATA DE TRASLADAR AL LECTOR UNA ALTERNATIVA DE MODELO DE NEGOCIO MUY ACORDE CON LAS NECESIDADES ACTUALES DE UN MERCADO CADA VEZ MUY EXIGENTE, CAMBIANTE Y EN BUSQUEDA DE SISTEMAS DE GESTION QUE NOS CONDUZCAN A EMPRESAS SOSTENIBLES. EN SUS PAGINAS SE DESARROLLA UN MODELO DE NUEVA GESTION APLICADO AL SECTOR DEL RETAIL, UN MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE ENFOCADO HACIA EL CLIENTE Y LA SOCIEDAD.

**PLANIFICANDO ESTRATEGICAMENTE!** PH. D. JOSE VICTOR DELGADO 2015-07-09 EL PROPOSITO DEL PRESENTE LIBRO, REPRESENTADO POR LA TRIQUETA CELTA ES PRESENTAR A LA COMUNIDAD GERENCIAL, PROFESIONAL, EMPRESARIAL, ACADEMICA Y ESTUDIANTIL LA TRILOGIA GERENCIAL MOSTRANDO LA NECESARIA INTERACCION DE LOS TRES COMPONENTES CUYA SINERGIA ES FUNDAMENTAL EN EL MANEJO Y ADMINISTRACION DE UNA ORGANIZACION Y EN LA IMPLEMENTACION DE UN PLAN ESTRATEGICO, A SABER: LA PLANIFICACION ESTRATEGICA (P.E.); LA ESTIMACION DEL PRESUPUESTO OPERATIVA ANUAL (P.O.A.) Y LA PLANIFICACION FINANCIERA. SIN EMBARGO, EL ASPECTO MEDULAR DEL LIBRO ES DESMENUZAR LA IMPLEMENTACION Y PUESTA EN PRACTICA DE LA P. E. "PASO A PASO," PROPONIENDO UN MODELO QUE LOGRE INCORPORAR Y MEJORAR LO PROPUESTO, HASTA EL PRESENTE, POR EL ESTADO DEL ARTE QUE HA DEJADO MUCHOS ASPECTOS SIN ACLARAR O CONFUSOS."

**FUNDAMENTOS DE ITIL®** | JAN VAN BON 2008-07-15 NOTE: THIS BOOK IS AVAILABLE IN SEVERAL LANGUAGES: DUTCH, ENGLISH, FRENCH, SPANISH. FOUNDATIONS OF ITIL V3 HAS BECOME THE INDUSTRY CLASSIC GUIDE ON THE TOPIC OF ITIL. OVER THE YEARS THIS AUTHORITATIVE ITSMF GUIDE HAS EARNED ITS PLACE ON THE BOOKSHELVES AND IN THE BRIEFCASES OF INDUSTRY EXPERTS AS THEY IMPLEMENT BEST PRACTICES WITHIN THEIR ORGANIZATIONS. THIS VERSION REFLECTS ITIL V3. WRITTEN IN A CONCISE WAY AND COVERING ALL THE FACTS, READERS WILL FIND THAT THIS TITLE SUCCINCTLY COVERS THE KEY ASPECTS OF THE ITIL V3 UPGRADE. THE ITIL V3 APPROACH COVERING THE ITIL LIFECYCLE IS FULLY COVERED. IN ADDITION THOSE WHO ARE FAMILIAR WITH THE VERSION 2 PROCESS APPROACH WILL BE DELIGHTED TO DISCOVER THAT THIS NEW EDITION OF FOUNDATIONS OF IT SERVICE MANAGEMENT BASED ON ITIL V3 HAS SPLIT OUT ALL THE PROCESSES AND DESCRIBES THEM IN DETAIL. THIS MEANS THAT IT IS EASY FOR ALL READERS TO ACCESS AND GRASP THE PROCESS CONCEPTS THAT ARE SO PIVOTAL TO MANY SERVICE MANAGEMENT DAY-TO-DAY OPERATIONS. THIS TITLE COVERS THE FOLLOWING: PART 1: THE ITIL SERVICE LIFECYCLE LIFECYCLE PHASE: SERVICE STRATEGY LIFECYCLE PHASE: SERVICE DESIGN LIFECYCLE PHASE: SERVICE TRANSITION LIFECYCLE PHASE: SERVICE OPERATION LIFECYCLE PHASE: CONTINUAL SERVICE IMPROVEMENT PART 2: FUNCTIONS AND PROCESSES INTRODUCTION TO FUNCTIONS AND PROCESSES FUNCTIONS AND PROCESSES IN SERVICE STRATEGY FUNCTIONS AND PROCESSES IN SERVICE DESIGN FUNCTIONS AND PROCESSES IN SERVICE TRANSITION FUNCTIONS AND PROCESSES IN SERVICE OPERATION FUNCTIONS AND PROCESSES IN CONTINUAL SERVICE IMPROVEMENT AND MUCH MORE!

*ESTRATEGIA Y PLANES PARA LA EMPRESA* ANTONIO FRANCISCO 2006

*PROCESO ADMINISTRATIVO* LUNA GONZALEZ, ALFREDO C. PROCESO ADMINISTRATIVO

**LA ELABORACION DEL PLAN ESTRATEGICO A TRAVÉS DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL** ANIEL MARTINEZ PEDROS 2012-12-03  
ESTE LIBRO PRETENDE CONTESTAR A UNA PREGUNTA SENCILLA, CUYA SOLUCIÓN SIN EMBARGO ES COMPLEJA. ¿CUAL ES LA CLAVE DEL ÉXITO O DEL FRACASO DE LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES? LA EXPERIENCIA NOS PERMITE CONTRASTAR QUE AQUELLAS EMPRESAS QUE DIRIGEN SU RUMBO HACIA UN OBJETIVO CLARO Y DEFINIDO TIENEN MUCHAS MÁS OPORTUNIDADES DE ALCANZAR EL ÉXITO QUE AQUELLAS QUE SE DEJAN LLEVAR POR LA TENDENCIA SIN UN RUMBO FIJO. POR ESO, LA PRIMERA PARTE DE ESTE LIBRO ESTÁ DEDICADA AL PROCESO DE REFLEXIÓN ESTRATEGICA DE LA EMPRESA, A TRAVÉS DE LA METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DE UN PLAN ESTRATEGICO QUE PERMITA DEFINIR UNA ESTRATEGIA QUE SEA ADECUADA PARA NUESTRA ESTRUCTURA, NUESTRO ENTORNO, NUESTRA HISTORIA EMPRESARIAL, NUESTRAS POSIBILIDADES DE CAMBIO, ETC. SIN EMBARGO, TAMBIÉN EXISTEN NUMEROSAS EMPRESAS QUE TENIENDO UNA ESTRATEGIA DEFINIDA NO HAN ALCANZADO EL ÉXITO, PORQUE NO HAN SIDO CAPACES DE LLEVARLA A LA PRÁCTICA. POR ESO HEMOS DEDICADO LA SEGUNDA PARTE DEL LIBRO AL PROCESO DE IMPLANTACIÓN ESTRATEGICA A TRAVÉS DE LA HERRAMIENTA DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL (O EN SU ACEPTACIÓN ANGLOSAJONA, EL BALANCED SCORECARD), PARA CONCIENCIAR AL DIRECTIVO DE QUE SI NO ES CAPAZ DE COMUNICAR LA ESTRATEGIA A TODA SU ORGANIZACIÓN Y CONTROLAR EL NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESTRATEGICOS, DIFÍCILMENTE SE CONSEGUIRÁN LOS RESULTADOS ESPERADOS EN EL PROCESO DE REFLEXIÓN ESTRATEGICA

**GESTIÓN DE VIAJES, SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS** ISABEL ALBERT PIÑOLE 2015-02-05 UNA GUÍA SOBRE GESTIÓN DE VIAJES, SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS, QUE ACTUALIZA ANTERIORES PUBLICACIONES DE LA MISMA AUTORA DIRIGIDO A ESTUDIANTES, PROFESIONALES DEL TURISMO, AGENTES DE VIAJES AUTÓNOMOS O MIEMBROS DE UNA EMPRESA, A LOS PARTIDARIOS DE LA AUTOORGANIZACIÓN DE VIAJES Y A TODOS AQUELLOS INTERESADOS EN ESTOS CONOCIMIENTOS COMO POTENCIALES Y REALES VIAJEROS.

**ESTRATEGIAS EMPRESARIALES** APOLINAR E. GARCÍA 2013-05-28 ESTE LIBRO, DE APOLINAR GARCÍA, RESUME MUY CLARAMENTE LOS DIFERENTES CONCEPTOS QUE DESDE PETER DRUCKER HAN INFLUENCIADO EL DESARROLLO, ESTRUCTURACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA EN LAS ORGANIZACIONES. CON PEQUEÑAS BIOGRAFÍAS DE LOS MÁS DESTACADOS AUTORES E ILUSTRACIONES QUE PERMITEN VER DE FORMA MÁS SENCILLA ALGUNOS CONCEPTOS, ESTE LIBRO ES UNA EXCELENTE HERRAMIENTA PARA LOS ESTUDIANTES Y PROFESIONALES DE LA ADMINISTRACIÓN. ADICIONALMENTE SE CONVIERTE EN UN EXCELENTE DOCUMENTO DE CONSULTA PARA TODOS LOS TEMAS ESTRATEGICOS.

**ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA** ALFREDO CIPRIANO LUNA GONZÁLEZ 2014-10-21 ACTUALMENTE LOS DIFERENTES ENFOQUES DE LA ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA HAN LOGRADO SU SINERGIA INTEGRAL, TENIENDO COMO RESULTADO QUE EL CAPITAL HUMANO AL APLICARLO EN LAS DIFERENTES EMPRESAS BUSQUE ALCANZAR LA EFECTIVIDAD Y TRABAJAR CON UN PROCESO DE MEJORA CONTINUA SOSTENIBLE. EN ESTE LIBRO EL ESTUDIANTE, PROFESOR, INVESTIGADOR, EMPRESARIO, DIRECTIVO, LOS MANDOS MEDIOS Y TODO LECTOR INTERESADO, ENCONTRARÁN LOS FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA QUE SE DEBEN CONOCER PARA LOGRAR LA EFECTIVIDAD EN LA DIRECCIÓN DE TODA EMPRESA. EN ESTE TEXTO, EL CONOCIMIENTO EN TONO A LA ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA, ES DE CARÁCTER INTRODUCTORIO Y GENERAL, FUNDAMENTÁNDOSE EN LAS TEORÍAS DE LOS ESTUDIOSOS MÁS RECONOCIDOS DEL PENSAMIENTO ESTRATEGICO, EN CASOS PRÁCTICOS DE EMPRESAS ENRIQUECIDAS CON LA ACTITUD Y APTITUD TANTO TÉCNICA COMO PRÁCTICA DEL AUTOR.

**PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA, PRESUPUESTO Y CONTROL DE LA GESTIÓN** ALBERTO ZAMBRANO BARRIOS 2011

**TÉCNICAS DE MANDO Y DIRECCIÓN DE EQUIPOS** RODRIGO VÁSQUEZ LUIS 2005-01-01 CUANDO HABLAMOS DE PLANIFICACIÓN COMERCIAL, DEBEMOS ENTENDERLA COMO UNA PARTE MÁS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA DE LA EMPRESA, CUYA FINALIDAD ES EL DESARROLLO DE PROGRAMAS DE ACCIÓN PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS DE MARKETING FIJADOS. SU FORMULACIÓN LE COMPETE AL DEPARTAMENTO DE MARKETING, QUE ADEMÁS ES EL RESPONSABLE DE EJECUTAR EL PLAN Y DE CONTROLAR SU CUMPLIMIENTO A FIN DE LOGRAR LOS OBJETIVOS PREVISTOS, LLEVANDO A CABO LAS MEDIDAS O ACCIONES CORRECTORAS NECESARIAS. EL OBJETIVO PRINCIPAL DE ESTE MATERIAL DIDÁCTICO ES CONOCER LAS HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS BÁSICAS PARA GESTIONAR EFICAZMENTE UNA EMPRESA. CON ESTE MANUAL, QUE IDEASPROPIAS EDITORIAL LE PRESENTA, ADQUIRIRÁS LOS CONOCIMIENTOS TÉCNICOS Y PRÁCTICOS NECESARIOS SOBRE LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL, LA GESTIÓN, LA FUNCIÓN Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS, LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ASÍ COMO LAS TÉCNICAS, FASES, ESTILOS Y TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN.

**SISTEMA DE GESTIÓN** FRANCISCO OGALLA SEGURA 2010-04-07 ESTA GUÍA PROPONE UN MÉTODO PARA IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE GESTIÓN, APOYÁNDOSE EN LOS AVATARES QUE OCURREN EN UNA EMPRESA. UN CASO CREADO PARA ILUSTRAR LA APLICACIÓN PRÁCTICA DEL SISTEMA: EXPONE LOS CONCEPTOS DE GESTIÓN NECESARIOS PARA DESARROLLAR UN SISTEMA DE GESTIÓN; DEFINE LOS PASOS A SEGUIR A TRAVÉS DE LA HISTORIA DE UNA EMPRESA; MUESTRA EJEMPLOS DE LOS PASOS; Y PONE A DISPOSICIÓN DEL LECTOR EJEMPLOS DE DOCUMENTACIÓN QUE PUEDEN CONSTITUIR EL SISTEMA DE GESTIÓN. LA GUÍA HACE UN

RECORRIDO DESDE EL NIVEL 1 DE MADUREZ (LA EMPRESA NO SE HA PROPUESTO NADA RESPECTO A GESTIÓN) HASTA EL NIVEL 5 (LA EMPRESA DISEÑA A UN SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN ENFOCADO DESDE LOS PRINCIPIOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE) FACILITANDO UNA VISIÓN GLOBAL DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE UNA EMPRESA.

**DISEÑAR CUADROS DE MANDO CON EXCEL UTILIZANDO LAS TABLAS DINÁMICAS** MUJERIZ GONZÁLEZ 2012-09-01 Como diseñar y poner en marcha cuadros de mando como principal sistema de indicadores en cualquier organización. La inteligencia y conocimiento del negocio, consiste en convertir datos en información útil en forma de indicadores para conocer y medir el grado de eficacia en las diferentes áreas o responsables de una organización para que tomen las decisiones más adecuadas. Las organizaciones más exitosas han entendido que la clave de su gestión está en la medición de todo lo que se realiza dentro de ellas, por eso este libro proporciona un instrumento definitivo para crear y diseñar un sistema muy completo de indicadores. El libro tiene tres partes muy bien estructuradas: la primera, muestra el modelo de indicadores, la segunda nos presenta diversos casos prácticos y plantillas de cuadro de mando y, por último, muestra el sistema estratégico de cuadro de mando integral en la práctica con modelos en Excel y tablas dinámicas. Una estructura clara y concisa, que incluye la teoría y la práctica de los cuadros de mando integral. Obra de gran utilidad para los responsables de una organización que tomen decisiones. La obra incluye un CD con aplicaciones prácticas en Excel.

*Como utilizar el Cuadro de Mando Integral* ROBERT S. KAPLAN 2009 SITUANDO A LA ESTRATEGIA EN EL CENTRO DE LA ORGANIZACIÓN: UNA NUEVA Y PODEROSA HERRAMIENTA DE LOS CREADORES DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL (CMI). EN EL ENTORNO EMPRESARIAL ACTUAL, LA ESTRATEGIA ES CRUCIAL. SIN EMBARGO, MUCHAS EMPRESAS NO CONSIGUEN EJECUTAR LA ESTRATEGIA SATISFACTORIAMENTE. EN ESTA NUEVA Y REVISADA EDICIÓN DEL LIBRO, KAPLAN Y NORTON PROPONEN UN NUEVO ENFOQUE QUE SITUA A LA ESTRATEGIA EN EL CENTRO DE LOS PROCESOS CLAVE DE LA EMPRESA. PARA ELLO UTILIZAN MÚLTIPLES REFERENCIAS A CASOS REALES DE EMPRESAS LUCRATIVAS Y DEL SECTOR PÚBLICO. ESTE LIBRO AYUDA A CONSEGUIR QUE LA ESTRATEGIA FUNCIONE CON EL APOYO DEL CMI.

**MANUAL DE CONTABILIDAD DE GESTIÓN PARA EMPRESAS FRANQUICIADORAS Y DE RETAIL** PILAR SOLDEVILA GARCÍA 2012-02-23 ESTE MANUAL ESTÁ ESCRITO PARA QUE PUEDA SER ÚTIL A LOS PROFESIONALES DEL SECTOR DE FRANQUICIAS Y RETAIL QUE DESARROLLAN SU LABOR EN LA GESTIÓN ECONÓMICA (DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN O FINANZAS) DE ESTE TIPO DE EMPRESAS.

**DOMINAR EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL** HORVATH & PARTNERS 2007-11 EL LIBRO DISPONE DE UNA GRAN CANTIDAD DE EXPERIENCIAS ACTUALES. REPRESENTA UNA IMPORTANTE APORTACIÓN A LA LITERATURA DEDICADA AL MANAGEMENT. ROBERT S. KAPLAN, PROFESOR DE LEADERSHIP DEVELOPMENT, HARVARD BUSINESS SCHOOL Y DIRECTOR DE BALANCED SCORECARD COLLABORATIVE, BOSTON. LA IMPLEMENTACIÓN DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL REPRESENTA UNA ORIENTACIÓN VIVA HACIA EL FUTURO. ES EN ESTE SENTIDO QUE HORVATH & PARTNERS HAN CONSEGUIDO UNA APORTACIÓN IMPORTANTE DESTINADA AL PROGRESO REAL EMPRESARIAL. DR. UTZ CLAASSEN, PRESIDENTE DE SARTORIUS AG, DE GOTTINGEN. EL LIBRO PERMITE QUE EL LECTOR PARTICIPE EN MÚLTIPLES EXPERIENCIAS PROCEDENTES DE NUMEROSOS PROYECTOS. NO SÓLO APORTA UNA INFORMACIÓN VALIOSA PARA LA INTRODUCCIÓN DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL, SINO TAMBIÉN PARA SU UTILIZACIÓN CONTINUADA Y SU ANCLAJE EN LA EMPRESA.

*EL CAMBIO Y EL SENTIDO DE LO IRRACIONAL. INCERTIDUMBRE, COMPLEJIDAD Y CAOS* RAÚL EDUARDO NIETO ECHEVERRY 2006

**TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA CALIDAD** MARTA SANGRASA SANCHEZ 2006 LA OBRA REUNE LOS CONTENIDOS TEÓRICOS DEL ÁREA DE CALIDAD CON UNA PARTE PRÁCTICA DONDE SE PRESENTAN TRES CASOS BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE VOLKSWAGEN NAVARRA. GRACIAS AL CONTINUO EMPLEO DE EJEMPLOS Y EL APOYO DE LOS TEMAS PRÁCTICOS, SE CONSIGUE UN APRENDIZAJE SENCILLO, RIGUROSO Y SOBRE TODO MUY PRÁCTICO DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DENTRO DEL CAMPO DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD. DIRIGIDO PRINCIPALMENTE A ALUMNOS UNIVERSITARIOS CON EL OBJETIVO DE PROPORCIONARLES UNOS SÓLIDOS CONOCIMIENTOS SOBRE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD, PERO ADEMÁS A CUALQUIER PERSONA CON INQUIETUD POR INTRODUCIRSE EN EL ÁREA DE LA CALIDAD O QUE QUIERA CONOCER MÁS ACERCA DE LA CALIDAD EN EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL.

**EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL «BALANCED SCORECARD»** FRANCISCO AMO BARAYBAR 2011-05 COMO CONSECUENCIA DE LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS, SOCIOCULTURALES Y POLÍTICOS PRODUCIDOS DESDE LOS AÑOS 80, LOS ENTORNOS EN LOS QUE SE TIENEN QUE MOVER LAS EMPRESAS SON CADA VEZ MÁS GLOBALES, DINÁMICOS Y COMPETITIVOS. ESTA EVOLUCIÓN HA IMPLICADO IMPORTANTES TRANSFORMACIONES EN LAS ORGANIZACIONES Y, ESPECIALMENTE, EN SUS SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL. LOS COSTES DE FABRICACIÓN HAN IDO PERDIENDO RELEVANCIA FRENTE A LOS COSTES INDIRECTOS, EL CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS ES MÁS CORTO, LA OFERTA ES MUCHO MAYOR, EL CLIENTE ESTÁ MEJOR INFORMADO, LOS FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO NO SOLO

ESTRATEGIAS LIGADAS A LA OPTIMIZACIÓN DE COSTES, SINO TAMBIÉN A VARIABLES COMO LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, LA INNOVACIÓN, LA CALIDAD, EL SERVICIO AL CLIENTE, LAS HABILIDADES DE LOS EMPLEADOS, ETC. INDICE 1. INTRODUCCIÓN 2. ANTECEDENTES 3. EL CONCEPTO DE CUADRO DE MANDO INTEGRAL 4. EVOLUCIÓN DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL: MODELOS DE IMPLANTACIÓN 5. LA PLANIFICACIÓN E IMPLANTACIÓN ESTRATÉGICA 6. EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN ESTRATÉGICA 7. EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL: CONCEPTOS BÁSICOS 8. PRINCIPALES BENEFICIOS DE LA METODOLOGÍA DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL 9. LA CONSTRUCCIÓN DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL 10. LA INTEGRACIÓN DE OTROS SISTEMAS DE GESTIÓN CON EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL 11. SOPORTES INFORMÁTICOS PARA EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL 12. ANEXOS 13. BIBLIOGRAFÍA

CUADERNO DE INNOVACIÓN: UNA INICIATIVA PARA LA IMPLANTACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL EN LA ADMINISTRACIÓN LOCAL  
ARMANDO ORERA GRACIA 2016-08-03

AUDITORÍA DEL MANTENIMIENTO E INDICADORES DE GESTIÓN FRANCISCO JAVIER GONZÁLEZ FERNÁNDEZ 2004

INDICADORES PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS 2002  
EN ESTE DOCUMENTO SE RECOGEN LOS ASPECTOS MÁS SIGNIFICATIVOS EN EL DISEÑO DE UN CUADRO DE INDICADORES DE GESTIÓN, DE CARA A CONFIGURAR Y ADAPTAR AQUELLA INFORMACIÓN MÁS RELEVANTE Y NECESARIA QUE LAS EMPRESAS PRECISAN PARA COMPETIR, TRATANDO ASÍ DE CONSEGUIR UN ADECUADO SEGUIMIENTO DE LA SITUACIÓN DE LA EMPRESA EN CADA MOMENTO, Y UN EFICAZ INSTRUMENTO DE AYUDA PARA LA GESTIÓN Y PARA LA TOMA DE DECISIONES DE SUS DIRECTIVOS. PARA ELLO SE ABORDAN, EN PRIMER LUGAR, LOS FACTORES CLAVE QUE LA EMPRESA HA DE ANALIZAR EN ESTE CONTEXTO, SU TIPOLOGÍA, Y LAS VENTAJAS DE ESTOS FACTORES COMO PUNTO DE PARTIDA EN EL DISEÑO DEL CUADRO DE INDICADORES DE GESTIÓN, RELACIONANDO LOS MISMOS CON LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES A TRAVÉS DE LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA. POR OTRA PARTE, SE ANALIZAN LOS CONCEPTOS BÁSICOS Y LAS FORMAS DE CLASIFICAR LOS INDICADORES DE GESTIÓN, Y LAS CARACTERÍSTICAS QUE UN SISTEMA DE INDICADORES DE GESTIÓN HA DE REUNIR PARA CUMPLIR EFICAZMENTE SUS COMETIDOS; TAMBIÉN SE ABORDA LA FORMA DE CONFIGURAR LOS CUADROS DE MANDO Y LOS TIPOS DE INDICADORES QUE SE HAN DE TENER EN CUENTA EN LAS DISTINTAS ÁREAS DE LA EMPRESA, PARA LLEGAR A LA ELABORACIÓN DE UN VERDADERO CUADRO DE MANDO INTEGRAL. SE RECOGEN ASIMISMO EN EL DOCUMENTO LOS ASPECTOS RELATIVOS AL BENCHMARKING DE INDICADORES, COMO UNA IMPORTANTE HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL, DE CARA A EVALUAR Y CONTROLAR ADECUADAMENTE EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE CADA EMPRESA; SE DESCRIBEN ASÍ LOS DISTINTOS TIPOS DE BENCHMARKING, FUNDAMENTALMENTE EL BENCHMARKING DE RESULTADOS, MOSTRANDOSE ADEMÁS, EN UN ANEXO, DOS EJEMPLOS REALES DE BENCHMARKING EN LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL, REFERIDOS A EMPRESAS JAPONESAS NORTEAMERICANAS, Y EMPRESAS. EN LA PARTE FINAL DEL DOCUMENTO SE RECOGEN ADEMÁS, EN SENDOS ANEXOS, UNA BATERÍA MUY AMPLIA DE EJEMPLOS DE INDICADORES, CLASIFICADOS TANTO POR ÁREAS FUNCIONALES, COMO POR FACTORES CLAVE, ASÍ COMO ALGUNOS EJEMPLOS CONCRETOS Y PRÁCTICOS DE CUADROS DE MANDO.

**EJECUTIVOS DE FINANZAS 2003**

GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL. UF 1724.  
CARMEN ARENAL LAZA 2018-12-04 ESTE MANUAL ES EL MÁS ADECUADO PARA IMPARTIR LA UF 1724 "GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL. UF 1724." DE LOS CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD, Y CUMPLE FIELMENTE CON LOS CONTENIDOS DEL REAL DECRETO. PUEDE SOLICITAR GRATUITAMENTE LAS SOLUCIONES A TODAS LAS ACTIVIDADES EN EL EMAIL [TUTORFORMACION.ES](mailto:TUTORFORMACION.ES) CAPACIDADES QUE SE ADQUIEREN CON ESTE MANUAL: - ELABORAR PRESUPUESTOS CON LOS DATOS Y PREVISIÓN DE INGRESOS Y GASTOS DE LA ACTIVIDAD OBTENIDOS DE LA INFORMACIÓN DE PRODUCTOS, SERVICIOS, CLIENTES O COMPETENCIA Y UTILIZANDO APLICACIONES INFORMÁTICAS DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN ECONÓMICA. - ANALIZAR LA INFORMACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL APLICANDO LAS TÉCNICAS DE ANÁLISIS ADECUADAS PARA LA EVALUACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD. - ELABORAR LA DOCUMENTACIÓN COMERCIAL ADMINISTRATIVA, FACTURACIÓN Y CUMPLIMENTAR LOS MEDIOS DE COBRO Y PAGO DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN. - REALIZAR LOS TRÁMITES Y GESTIONES EN LOS ORGANISMOS COMPETENTES PARA LA GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL. INDICE: PRESUPUESTOS Y CONTABILIDAD BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL 6 1. INTRODUCCIÓN. 7 2. CONCEPTO Y FINALIDAD DEL PRESUPUESTO. 8 2.1. EL PROCESO PRESUPUESTARIO. 8 2.2. USOS, OBJETIVOS Y FUNCIONES DEL PRESUPUESTO. 9 2.3. CLASES DE PRESUPUESTOS: DE INVERSIÓN, DE VENTAS, DE CONTROL. 9 3. CLASIFICACIÓN DE LOS PRESUPUESTOS. 12 4. EL PRONÓSTICO DE VENTAS. 12 4.1. EL PRESUPUESTO DE VENTAS (INGRESOS). 14 4.2. EL PRESUPUESTO DE COSTES. 15 4.3. LAS RATIOS DE CONTROL. 18 4.4. EL CUADRO DE MANDO DE CONTROL PRESUPUESTARIO. 19 5. EL PRESUPUESTO FINANCIERO. 21 5.1. FUENTES DE FINANCIACIÓN. 23 5.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN. 26 6. ESTRUCTURA Y MODELOS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS PREVISIONALES. 29 6.1. SIGNIFICADO, INTERPRETACIÓN Y ELABORACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS PREVISIONALES Y REALES. 29 6.2. EL EQUILIBRIO FINANCIERO. 30 7. CARACTERÍSTICAS DE LAS

PRINCIPALES MAGNITUDES CONTABLES Y MASAS PATRIMONIALES. 32 7.1. ACTIVO. 32 7.2. PASIVO. 32 7.3. PATRIMONIO NETO. 33 7.4. CIRCULANTE. 33 7.5. INMOVILIZADO. 34 8. EL EQUILIBRIO PATRIMONIAL Y SUS EFECTOS SOBRE LA ACTIVIDAD. 35 8.1. EQUILIBRIO TOTAL. 35 8.2. EQUILIBRIO NORMAL O ESTABILIDAD FINANCIERA. 35 8.3. SITUACIÓN DE INSOLVENCIA TEMPORAL. 35 8.4. SITUACIÓN DE INSOLVENCIA DEFINITIVA. 36 8.5. PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO. 36 9. ESTRUCTURA Y CONTENIDO BÁSICO DE LOS ESTADOS FINANCIERO-CONTABLES PREVISIONALES Y REALES. 37 9.1. BALANCE. 37 9.2. CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS. 38 9.3. TESORERÍA. 39 9.4. PATRIMONIO NETO. 41 9.5. MEMORIA ECONÓMICO-FINANCIERA DE LA ACTIVIDAD. 42 10. RESUMEN. 45 11. AUTOEVALUACIÓN. 46 FINANCIACIÓN BÁSICA Y VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL 48 1. INTRODUCCIÓN. 49 2. FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD. 50 2.1. RECURSOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS: PROPIOS Y AJENOS. 50 2.2. LOS EFECTOS COMERCIALES. 53 2.3. GESTIÓN DE COBRO Y DESCUENTO DE EFECTOS COMERCIALES. 56 2.4. OTRAS FORMAS DE FINANCIACIÓN. 57 3. INSTRUMENTOS BÁSICOS DE ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LA ACTIVIDAD. 60 3.1. RENTABILIDAD DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. 60 3.2. CÍLCULO E INTERPRETACIÓN DE RATIOS FINANCIEROS, ECONÓMICOS Y DE ROTACIÓN. 61 3.3. LAS DESVIACIONES Y MECANISMOS DE CORRECCIÓN DE Desequilibrios Económico-Financieros. 68 4. EL SEGURO. 70 4.1. NECESIDAD DE ASEGURAMIENTO. 71 4.2. POLÍTICAS DE SEGUROS. 73 5. APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA. 74 5.1. LA HOJA DE CÁLCULO APLICADA A LA ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS Y ESTADOS FINANCIEROS REALES Y PREVISIONALES. 76 6. RESUMEN. 78 7. AUTOEVALUACIÓN. 79 GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DOCUMENTAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL 81 1. INTRODUCCIÓN. 82 2. ORGANIZACIÓN Y ARCHIVO DE LA DOCUMENTACIÓN. 83 2.1. PROCESO ADMINISTRATIVO Y FLUJOS DOCUMENTALES DE INFORMACIÓN. 83 3. FACTURACIÓN. 85 3.1. CONFECIÓN DE FACTURAS CON DISTINTOS TIPOS DE IVA. 86 3.2. NOTAS DE ABONO. 89 3.3. NOTAS DE GASTOS. 90 3.4. PEDIDOS Y OTRA DOCUMENTACIÓN COMERCIAL. 92 4. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA CON LA TESORERÍA. 96 4.1. MEDIOS DE COBRO Y PAGO. 97 4.2. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA. 102 5. PRESENTACIONES, INFORMES Y CORRESPONDENCIA COMERCIAL. 107 5.1. DOCUMENTACIÓN E INFORMES COMERCIALES. 107 6. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO COMERCIAL. 112 6.1. APLICACIONES ESPECÍFICAS DE GESTIÓN COMERCIAL. 112 6.2. AGENDA Y PDA. 113 6.3. APLICACIONES DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL TIEMPO. 114 7. RESUMEN. 116 8. AUTOEVALUACIÓN. 117 GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL BÁSICA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL. 119 1. INTRODUCCIÓN. 120 2. GESTIÓN CONTABLE BÁSICA. 121 2.1. OBLIGACIONES CONTABLES EN FUNCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA. 122 2.2. LOS LIBROS CONTABLES. 123 2.3. EL MÉTODO DE PARTIDA DOBLE. 124 2.4. LAS CUENTAS ANUALES. 125 2.5. REGISTRO CONTABLE DE OPERACIONES. 127 2.6. ELABORACIÓN DE CUENTAS Y EQUILIBRIO CONTABLE. 128 3. GESTIÓN FISCAL BÁSICA. 131 3.1. PRINCIPALES DECLARACIONES TRIBUTARIAS. 131 3.2. DECLARACIÓN CENSAL. 132 3.3. CALENDARIO FISCAL. 133 3.4. CUMPLIMENTACIÓN Y TRAMITACIÓN FISCAL DE LAS DECLARACIONES TRIBUTARIAS. 133 3.5. DECLARACIÓN DE IVA. 134 3.6. DECLARACIÓN DEL IAE E IRPF. 138 3.7. OTRAS OBLIGACIONES FISCALES. 142 4. GESTIÓN LABORAL BÁSICA 144 4.1. OBLIGACIONES PERIÓDICAS DE CARÁCTER SOCIAL Y LABORAL DE LA ACTIVIDAD. 144 4.2. CUMPLIMENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE DOCUMENTOS LABORALES. 145 5. APLICACIONES INFORMÁTICAS DE GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL. 149 5.1. PAQUETES INTEGRADOS DE GESTIÓN ECONÓMICA. 149 6. RESUMEN. 151 7. AUTOEVALUACIÓN. 152 BIBLIOGRAFÍA 154

**APLICACIÓN PRÁCTICA DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL** ENRIQUE MONFORT AGUILAR 2007-11 CASOS PRÁCTICOS, EJERCICIOS Y CUESTIONARIOS DE EVALUACIÓN QUE PROPORCIONAN AL LECTOR LOS CONOCIMIENTOS SOBRE EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL NECESARIOS PARA QUE DESDE UNA EMPRESA PYME HASTA UNA GRAN EMPRESA PUEDAN REALIZARLO Y ADAPTARLO A SUS NECESIDADES. CONTENIDO PRÁCTICO Y ESQUEMÁTICO, YA QUE APORTA UNA VISIÓN DE CONJUNTO ES DECIR, DE INICIO A FIN. DESDE LOS CONCEPTOS MÁS ELEMENTALES A LOS MÁS COMPLEJOS, PERO CON EJEMPLOS Y CASOS PRÁCTICOS CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN PARA LAS IMPLANTACIONES ACTUALES DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL METODOLOGÍA CLARA Y CONTRASTADA CON LA REALIDAD. PROCESO DE DISEÑO, PUESTA EN MARCHA Y CONTROL. ÉSTA OBRA ES UN MAGNÍFICO CUESTIONARIO/CHECK-LIST, QUE PERMITE DISEÑAR, PONER EN MARCHA Y EVALUAR SI ES EFICAZ EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL UNA VEZ IMPLANTADO. SI LO FACILITANDO UNA VISIÓN GLOBAL DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL SE PUEDE TOMAR LA DECISIÓN ADECUADA PARA IMPLANTARLO.

**THE BALANCED SCORECARD** ROBERT S. KAPLAN 1996-08-02 THE BALANCED SCORECARD TRANSLATES A COMPANY'S VISION AND STRATEGY INTO A COHERENT SET OF PERFORMANCE MEASURES. THE FOUR PERSPECTIVES OF THE SCORECARD--FINANCIAL MEASURES, CUSTOMER KNOWLEDGE, INTERNAL BUSINESS PROCESSES, AND LEARNING AND GROWTH--OFFER A BALANCE BETWEEN SHORT-TERM AND LONG-TERM OBJECTIVES, BETWEEN OUTCOMES DESIRED AND PERFORMANCE DRIVERS OF THOSE OUTCOMES, AND BETWEEN HARD OBJECTIVE MEASURES AND SOFTER, MORE SUBJECTIVE MEASURES. IN THE FIRST PART, KAPLAN AND NORTON PROVIDE THE THEORETICAL FOUNDATIONS FOR THE BALANCED SCORECARD; IN THE SECOND PART, THEY DESCRIBE THE STEPS ORGANIZATIONS MUST TAKE TO BUILD THEIR OWN SCORECARDS; AND, FINALLY, THEY DISCUSS HOW THE BALANCED SCORECARD CAN BE USED AS A DRIVER OF CHANGE.

**CÓMO GESTIONAR EL BINOMIO RENTABILIDAD-PRODUCTIVIDAD** DOMINGO NEVADO PEÑA 2007-10-17

TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA CALIDAD. 2ª EDICIÓN REVISADA Y ACTUALIZADA IZARBE IZQUIERDO, LAURA 2019-03-20  
ESTA SEGUNDA EDICIÓN OFRECE UN TEXTO REVISADO Y ACTUALIZADO. SE HAN TENIDO EN CUENTA LAS NUEVAS NORMAS ISO PUBLICADAS Y SE HAN ADAPTADO LOS CONTENIDOS CONVENIENTEMENTE. AL IGUAL QUE LA PRIMERA EDICIÓN, LA OBRA REFLEJA LOS CONTENIDOS TÉCNICOS DEL SISTEMA DE CALIDAD CON UNA PARTE PRÁCTICA DONDE SE PRESENTAN TRES CASOS BASADOS EN LA EXPERIENCIA DE VOLKSWAGEN NAVARRA. GRACIAS AL CONTINUO EMPLEO DE EJEMPLOS Y AL APOYO DE LOS TEMAS PRÁCTICOS, SE CONSIGUE UN APRENDIZAJE SENCILLO, RIGUROSO Y, SOBRE TODO, MUY PRÁCTICO DE LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DENTRO DEL CAMPO DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD. ESTE LIBRO PERMITIRÁ A LOS LECTORES DISPONER, ENTRE OTROS, DE LOS CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA: • TRABAJAR EN UNA EMPRESA QUE TENGA IMPLANTADA LA NORMATIVA ISO 9001 O QUE TRABAJE CON EL MODELO EFQM. • REALIZAR AUDITORÍAS INTERNAS DE CALIDAD. • TRABAJAR EN UN EQUIPO DE MEJORA CONTINUA. • LLEVAR A CABO LA MEJORA DE LOS PROCESOS EMPLEANDO LAS HERRAMIENTAS DE LA CALIDAD: Q7, M7, QFD, AMFE, DoE, SPC, ETC. • HACER UN ESTUDIO SOBRE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. • HACER UN ANÁLISIS DE LOS COSTES DE LA CALIDAD. MARTA SANGRASA SANCHEZ, DR. INGENIERO INDUSTRIAL POR LA TECHNISCHE UNIVERSITÄT BERLIN Y LICENCIADA EN ECONOMÍA POR LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA. DESDE HACE 12 AÑOS TRABAJA PARA EL GRUPO TVS. ACTUALMENTE ES RESPONSABLE DE LA UNIDAD DE CERTIFICACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN PARA ESPAÑA Y PORTUGAL. RICARDO MATEO DUEÑAS, DR. EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES POR LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA, M.B.A. POR EL IESE E INGENIERO INDUSTRIAL. ACTUALMENTE ES PROFESOR TITULAR DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA E INVESTIGADOR EN MEJORA DE LA CALIDAD Y SEGURIDAD CLÍNICA EN LOS HOSPITALES. LAURA IZARBE IZQUIERDO, DR. INGENIERO INDUSTRIAL POR LA TECHNISCHE UNIVERSITÄT BERLIN, PDG POR EL IESE, INGENIERO INDUSTRIAL POR LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA Y BLACK BELT EN SEIS SIGMA POR LA UPC. ACTUALMENTE ES QUALITY MANAGER DE LA EMPRESA DE AUTOMOCIÓN MEM Y PROFESORA COLABORADORA DE LAS UNIVERSIDADES UDEP EN PERÚ, UPC Y UIC EN ESPAÑA.

INGENIERÍA DE MANTENIMIENTO Y FIABILIDAD APLICADA A LA GESTIÓN DE ACTIVIDADES CARLOS PARRA 2012

**PUESTA EN MARCHA DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA). UF1945** UCAR GRIJALBO FERNÁNDEZ 2017-07-17 ESTE MANUAL ES EL MÁS ADECUADO PARA IMPARTIR LA UF1945 "PUESTA EN MARCHA DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA)" DE LOS CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD, Y CUMPLE FIELMENTE CON LOS CONTENIDOS DEL REAL DECRETO. PUEDE SOLICITAR GRATUITAMENTE LAS SOLUCIONES A TODAS LAS ACTIVIDADES Y AL EXAMEN FINAL EN EL EMAIL TUTORIA@TUTORFORMACION.ES  
CAPACIDADES QUE SE ADQUIEREN CON ESTE MANUAL: - APLICAR OPERACIONES DE PUESTA EN MARCHA DE SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA) EN UNA ORGANIZACIÓN, RELATIVAS A LA DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA IMPLICADA Y DISTRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDADES ENTRE EL PERSONAL. - APLICAR OPERACIONES DE PUESTA EN MARCHA DE PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS VINCULADOS A UN SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA).

INFORME ANUAL 2008: LA CONTRIBUCION DEL IICA AL DESARROLLO DE LA AGRICULTURA Y LAS COMUNIDADES RURALES EN COSTA RICA

PRINCIPIOS DE MARKETING GUEDA ESTEBAN TALAYA 2008-10 LA NUEVA EDICIÓN DE PRINCIPIOS DE MARKETING REALIZA UN AMPLIO RECORRIDO POR LA MODERNA CONCEPCIÓN DEL MARKETING DESDE UNA PERSPECTIVA TANTO ESTRATÉGICA COMO OPERATIVA. ESTE LIBRO APORTA, A DIFERENCIA DE OTRAS OBRAS DE MARKETING, LA POSIBILIDAD DE ACERCARSE A LOS NUEVOS MÉTODOS EN LA GESTIÓN DE CLIENTES Y A LOS INSTRUMENTOS MÁS ACTUALES DE COMERCIALIZACIÓN QUE APLICAN LAS EMPRESAS EN LA REALIDAD. • ¿QUÉ ES EL VALOR DEL TIEMPO DE VIDA DEL CLIENTE PARA LA EMPRESA? ¿CÓMO SE COORDINAN LAS ACCIONES DE CROSS-SELLING Y UP-SELLING EN LA GESTIÓN DEL VALOR DEL CLIENTE? • ¿CUAL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE FRACASO EN LA IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE RELACIONES CON LOS CLIENTES CRM? • ¿QUÉ TENDENCIAS ACTUALES INFLUYEN MÁS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES? • ¿QUÉ VARIABLES Y MEDIDAS INTEGRAN LOS SISTEMAS DE CONTROL DE LAS ACCIONES DE MARKETING QUE PUEDE IMPLANTAR LA EMPRESA? • ¿CUALES SON LOS PRINCIPALES SERVICIOS DE INFORMACIÓN ELECTRÓNICOS A DISPOSICIÓN DE LAS EMPRESAS EN LA ACTUALIDAD? • ¿QUÉ REGLAS HAY QUE SEGUIR PARA OBTENER EL ÉXITO EN EL LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS AL MERCADO? • ¿CUALES SON LOS PRINCIPALES INSTRUMENTOS PARA AUMENTAR LA ROTACIÓN Y RENTABILIDAD DE LOS PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA? • ¿QUÉ PRINCIPALES FORMAS DE PUBLICIDAD NO CONVENCIONAL EN TELEVISIÓN UTILIZAN LAS EMPRESAS? EN ESTE TEXTO EL LECTOR ENCONTRARÁ RESPUESTA A ESTAS Y MUCHAS OTRAS PREGUNTAS, ADEMÁS DE UNA GRAN CANTIDAD DE EJEMPLOS, ILUSTRACIONES Y ESQUEMAS QUE FACILITAN LA COMPRENSIÓN Y APLICACIÓN. UN LIBRO VÁLIDO TANTO PARA EL APRENDIZAJE DE ESTUDIANTES COMO PARA LA CONSULTA DEL PROFESIONAL DE MARKETING. AUTORES: GUEDA ESTEBAN TALAYA, JESÚS GARCÍA DE MADARIAGA, MA JOSÉ NARROS GONZÁLEZ, CRISTINA OLARTE PASCUAL, EVA MARINA REINARES LARA, MANUELA SACO VIZQUEZ. INDICE MARKETING: FUNCIONES Y ENTORNO OFERTA MERCADO Y DEMANDA EN MARKETING OFERTA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE MARKETING OFERTA INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MARKETING OFERTA PRODUCTO OFERTA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL OFERTA COMUNICACIÓN COMERCIAL

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, CAPITAL INTELECTUAL E INDICADORES APLICADOS. GONZÁLEZ MILLÁN, JOSÉ JAVIER 2017-01-01 EL CONOCIMIENTO SE HA TRANSFORMADO EN EL NUEVO CAPITAL INTANGIBLE DE LAS ORGANIZACIONES Y EN EL RECURSO BÁSICO DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL, POR ESO ALGUNOS ESPECIALISTAS HAN DENOMINADO A ESTE MOMENTO COMO "LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO", BASADA ESENCIALMENTE EN LA GLOBALIZACIÓN, LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) E INTERNET, EN LAS ORGANIZACIONES DESCENTRALIZADAS Y EN LA APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS. LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO SE HA DESARROLLADO MUY RÁPIDAMENTE DURANTE LA ÚLTIMA DÉCADA PERO, CON FRECUENCIA, EL TÉRMINO SE HA DESVIRTUADO Y, DE ALGUNA MANERA, ALGUNOS DE SUS PRINCIPIOS BÁSICOS HAN SIDO SUBVERTIDOS Y CONVERTIDOS EN UNA SIMPLE MODA. SIN EMBARGO EN ESTE LIBRO, EL LECTOR ENCONTRARÁ UNA VALIOSA SÍNTESIS CONCEPTUAL, ENRIQUECIDA POR FUNDAMENTOS CLÁSICOS Y NOVEDOSOS, QUE LE SERÁN MUY ÚTILES EN EL DESARROLLO DE SUS PROPIOS PROYECTOS EMPRESARIALES. RECOMENDAMOS SU LECTURA POR EL VALIOSO Y ACTUALIZADO CONTENIDO QUE APORTA A LAS CIENCIAS EMPRESARIALES; PORQUE ES UN TEXTO DISEÑADO PARA AFIANZAR LAS ENSEÑANZAS EN GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, CAPITAL INTELECTUAL Y ELABORACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN DE ESTOS INTANGIBLES, LO CUAL HACE QUE SEA ÚTIL EN EL MERCADO Y QUE, GRACIAS A SU LENGUAJE CLARO Y SENCILLO, PERMITE A LOS DIFERENTES LECTORES TANTO CONOCER COMO ELABORAR IMPORTANTES HERRAMIENTAS DE CONTROL, PARA UTILIZAR ADECUADAMENTE EN EL ÁMBITO DE CONTROL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL.

### MODELO DE MEDICIÓN DE CONOCIMIENTO Y GENERACIÓN DE VENTAJAS COMPETITIVAS SOSTENIBLES EN EL ÁMBITO DE LA INICIATIVA

ECR IGNACIO SORET LOS SANTOS 2008-07-26 LA INICIATIVA «RESPUESTA EFICIENTE AL CONSUMIDOR» (EFFICIENT CONSUMER RESPONSE), ECR, TIENE SU ORIGEN EN ESTADOS UNIDOS, TRAS LA CONFERENCIA ANUAL DEL FOOD MARKETING INSTITUT Y PREVIA ACTUACIÓN PIONERA DE WAL-MART, CON EL PROPÓSITO DE MEJORAR DE FORMA GLOBAL LA PRODUCTIVIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO. VARIOS CONSULTORES COMENZARON A DESARROLLAR, ENTRE 1992 Y 1993, EL CONCEPTO ECR INSPIRÁNDOSE EN EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN DE TOYOTA Y, MÁS CONCRETAMENTE, EN EL SISTEMA «JUST IN TIME». POSTERIORMENTE, EN 1996, SE CELEBRÓ LA 1ª CONFERENCIA DE ECR-EUROPA. EN EL MISMO AÑO, 10 ORGANIZACIONES INICIARON EL PROYECTO ECR-ESPAÑA. EN EL AÑO 2002, EN ESPAÑA SE CONTABILIZARON MÁS DE 26.000 ACUERDOS DE COLABORACIÓN Y COMUNICACIÓN EN PRÁCTICAS ECR EN LAS ÁREAS DE LA OFERTA Y DE LA DEMANDA. POR OTRO LADO, SON MÁS DE 22.000 EMPRESAS ESPAÑOLAS LAS QUE PODRÁN BENEFICIARSE DE LAS «MEJORES PRÁCTICAS» EDITADAS POR AECOC (ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CODIFICACIÓN COMERCIAL), ASOCIACIÓN PROMOTORA Y ASESORA DE LA ORGANIZACIÓN ECR-ESPAÑA. ECR ES UNA ESTRATEGIA DEL SECTOR DE GRAN CONSUMO POR LA QUE LOS VENEDORES, PROVEEDORES E INTERMEDIARIOS SE COMPROMETEN A TRABAJAR ESTRECHAMENTE JUNTOS PARA DAR MAYOR VALOR AL CONSUMIDOR Y MEJORAR ASIMISMO LA GENERACIÓN DE LA DEMANDA. ECR ES «ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN» EN LA CADENA DE SUMINISTRO; MÁS QUE UN NUEVO CONCEPTO DE MANAGEMENT ES UN PROCESO DE ELABORACIÓN DE «MEJORES PRÁCTICAS». EXISTE UN NOTABLE Y CRECIENTE INTERÉS EN ESPAÑA POR ECR Y EN EUROPA UN 50% DE LAS EMPRESAS INCLUYE ENTRE SUS PRIORIDADES LA INTEGRACIÓN LOGÍSTICA COMO ESTRATEGIA PRIORITARIA, JUNTO A UN 26% DE EMPRESAS EUROPEAS QUE INCLUYE A LA INICIATIVA ECR COMO UNA DE SUS 5 PRINCIPALES PRIORIDADES. EL OBJETIVO PRINCIPAL DE ESTE TRABAJO ES LA PROPUESTA DE UN MODELO DE MEDICIÓN DE CONOCIMIENTO Y GENERACIÓN DE VENTAJAS COMPETITIVAS SOSTENIBLES EN EL ÁMBITO DE LA INICIATIVA ECR Y DIVERSOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS: LA IDENTIFICACIÓN, SELECCIÓN Y VALIDACIÓN DE INDICADORES DE CAPITAL INTELECTUAL Y DE VENTAJAS COMPETITIVAS, ESTUDIO DE LA INFLUENCIA DE CIERTOS «CONCEPTOS ASOCIADOS» (TÉCNICAS, TECNOLOGÍAS, PROCEDIMIENTOS,...) Y LA VALIDACIÓN DEL MODELO PROPUESTO Y GRADO DE ADECUACIÓN DE LOS INDICADORES.

GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL. SANCHEZ ESTELLA, JOSÉ SCAR LA GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS EN LAS ORGANIZACIONES RESULTA ESENCIAL TANTO DESDE EL PUNTO DE VISTA CONTABLE, COMO DEL COMERCIAL, FISCAL Y LABORAL. POR SU PARTE, LA IMPORTANCIA CRECIENTE DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN HACE IMPRESCINDIBLE CONOCER ALGUNAS APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA REALIZAR TAREAS BÁSICAS RELACIONADAS CON LA GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA. ESTE MANUAL PERMITE CONSEGUIR LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES RELACIONADAS CON LA ELABORACIÓN DE INFORMES ECONÓMICOS, EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ECONÓMICA Y CONTABLE Y LA DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL, ASÍ COMO CUESTIONES ESENCIALES RELACIONADAS CON EL ANÁLISIS Y CÁLCULO DE LAS TASAS DE RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD DE NEGOCIO, SIN OLVIDAR ASPECTOS RELACIONADOS CON EL PRESUPUESTO Y LA PLANIFICACIÓN DE VENTAS. CON UNA ESTRUCTURA FUNDAMENTALMENTE PRÁCTICA, TODO EL DESARROLLO TÉCNICO DE LA MATERIA SE COMPLETA CON UNA CUIDADA SELECCIÓN DE EJERCICIOS RESUELTOS Y UNA AMPLIA BATERÍA DE SUPUESTOS A RESOLVER. CONTRIBUYENDO ASÍ DE MANERA DECISIVA AL CONOCIMIENTO GLOBAL DE LA MATERIA DESDE UN ENFOQUE NETAMENTE FUNCIONAL, QUE ENSEÑARÁ AL ALUMNO A COMPRENDER LOS PORQUÉS Y A APRENDER PRACTICANDO. ADEMÁS, LA OBRA RESPONDE FIELMENTE AL CONTENIDO CURRICULAR PREVISTO PARA LA UF1724 GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL, INTEGRADA EN EL MÓDULO FORMATIVO MF1000\_3 ORGANIZACIÓN COMERCIAL, QUE FORMA PARTE DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD COMT0411 GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS, REGULADO POR EL RD 1694/2011 DE 18 DE NOVIEMBRE. JOSÉ SCAR SANCHEZ ESTELLA ES UN PROFESIONAL

DEL SECTOR ADMINISTRATIVO-COMERCIAL CON AMPLIA EXPERIENCIA DOCENTE EN UNIVERSIDAD Y FORMACIÓN PROFESIONAL.

**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO** JUAN GABRIEL CEGARRA 2018-08-14 UN ENTORNO TAN DINÁMICO Y COMPETITIVO COMO EL ACTUAL PONE DE MANIFIESTO LA NECESIDAD DE BUSCAR NUEVAS ALTERNATIVAS EN LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS. LOS RECURSOS SON IMPORTANTES A LA HORA DE CREAR VALOR PARA LOS CLIENTES. ANTE ESTA SITUACIÓN LAS EMPRESAS BUSCAN DIFERENCIARSE Y OBTENER VENTAJAS COMPETITIVAS SOSTENIBLES EN EL TIEMPO. LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO ES HACIA DONDE QUIEREN IR LAS EMPRESAS, LOS RECURSOS QUE NO SE PUEDEN ADQUIRIR FACILMENTE EN EL MERCADO SON LOS QUE SE CONSIDERAN MÁS VALIOSOS FRENTE A AQUELLOS QUE SE PUEDEN COMPRAR, NOS REFERIMOS A LOS INTANGIBLES COMO ES EL CONOCIMIENTO.

GERENCIA DE PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN INMOBILIARIA. FUNDAMENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD 2007

**CÓMO DOCUMENTAR Y GERENCIAR UN SISTEMA DE INDICADORES** IOFANTE ACEVEDO GAMBOA 2021-09-20 LAS ORGANIZACIONES IMPLEMENTAN SISTEMAS DE INDICADORES CON LA FINALIDAD DE GERENCIAR DIVERSIDAD DE RECURSOS Y ERRADICAR DISFUNCIONES A TRAVÉS DE MEJORES DECISIONES. SIN EMBARGO, SE HA PERDIDO DE VISTA CÓMO GERENCIAR EL SISTEMA DE INDICADORES E INFORMACIÓN PARA FORTALECER LAS CAPACIDADES DE REACCIÓN EN LOS NIVELES OPERATIVOS Y ESTRATÉGICOS. DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA PLANIFICACIÓN, LOS GERENTES HAN ACORDADO LO QUE SE HARÁ A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO; EXPRESADO EN UN PLAN QUE CONTIENE LAS ASPIRACIONES DE LA ORGANIZACIÓN ANTE ESTOS HORIZONTES DE TEMPORALIDAD. PERO NOS ESTÁ FALTANDO EL PLAN DE MEDICIÓN; ES DECIR, UN DOCUMENTO QUE CONTENGA ESPECIFICACIONES DE CADA INDICADOR, LINEAMIENTOS QUE REGULEN LA CONDUCTA DE CADA USUARIO Y TOMADOR DE DECISIONES, ASÍ COMO LAS MÉTRICAS QUE EN EL CURSO DEL TIEMPO NOS PERMITAN SABER SI EL PROYECTO DE MEDICIÓN ESTÁ TENIENDO IMPACTOS EN EL ENTORNO ORGANIZACIONAL. PONEMOS EN SUS MANOS, “CÓMO DOCUMENTAR Y GERENCIAR UN SISTEMA DE INDICADORES DEL DESEMPEÑO”, UN LIBRO QUE AYUDARÁ A CREAR BALANCE CON EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN, Y REPERCUTIR POSITIVAMENTE EN EL DESEMPEÑO DE GERENTES Y PLANIFICADORES.

**PROYECTO Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O MICROEMPRESA. ADGDO210** ELENA MARTÍNEZ LEPEZ 2018-02-15 LIBRO ESPECIALIZADO QUE SE AJUSTA AL DESARROLLO DE LA CUALIFICACIÓN PROFESIONAL Y ADQUISICIÓN DE CERTIFICADOS DE PROFESIONALIDAD. MANUAL IMPRESCINDIBLE PARA LA FORMACIÓN Y LA CAPACITACIÓN, QUE SE BASA EN LOS PRINCIPIOS DE LA CUALIFICACIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO, COMO PREMISAS PARA LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD Y EFICACIA PARA EL DESEMPEÑO DEL TRABAJO.